

número 85 - 2021

protiendas

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

ENTREVISTA MARTA LUCAS

DIRECTORA
DE MARKETING
Y COMUNICACIÓN
DE FAGOR
ELECTRODOMÉSTICO

SISTEMAS DE CALEFACCIÓN Y ACS

CALOR DE HOGAR
EN LA TIENDA DE
ELECTRODOMÉSTICOS

ENTREVISTA PEDRO QUIROGA

CEO DE MCR

INNOVACIÓN EN ELECTRODOMÉSTICOS Y ELECTRÓNICA DE CONSUMO

EL SECTOR ELECTRO
NO SE DETIENE

CONGA

POPSTAR

29600
AQUA&COLLECT

LA NUEVA FREGONA ELÉCTRICA DE CONGA

La revolución llega al fregado del hogar

Friega cómodamente con gran potencia y sin cables. Desincrusta la suciedad sin apenas esfuerzo gracias al cepillo **Wet Jalisco** y el sistema de doble tanque. Y además de fregar, también aspira para lograr una limpieza profunda.

¡Súmate a la revolución del fregado!



cecpartners:
partners@cecotec.es

cecotec



Nuevo True Wireless A5, tal vez el más pequeño de todos.

Small size



Nuevo auricular True Wireless Gumy mini compactos ligeros, modelo JVC HA-A5T. Conectividad Bluetooth 5.1 Clase 1. Compatibilidad con Asistentes de Voz y Manos libre. Hasta 15 horas de batería. Permite usar individualmente el auricular izquierdo. Certificación IPX4 a prueba de lluvia y sudor. Rango de respuesta 20 ÷ 20.000Hz e impedancia de 16 Ω. Peso del auricular 3,9gr. Disponible en color negro, blanco y turquesa.

Productos que dan negocio
página 4,46

Comunicados
página 44

Nuevos productos
página 45



Sistemas de calefacción y ACS
página 12

Con la llegada del frío, la gama de calefacción adquiere protagonismo en los lineales de los establecimientos especializados en la venta de electrodomésticos. Este tipo de productos son imprescindibles en el hogar, por lo que es fundamental contar con un...



Innovación en electrodomésticos y electrónica de consumo
página 32

La innovación es esencial en el sector de los electrodomésticos y la electrónica de consumo. En este reportaje recogemos algunos de los avances que están llegando a cada una de...



Marta Lucas
DIRECTORA DE MARKETING Y COMUNICACIÓN DE FAGOR ELECTRODOMÉSTICO

página 06

"Fagor es una marca que ha acompañado con sus productos a todos nosotros desde su nacimiento y ha incorporado innovaciones a lo largo de varias generaciones..."



Pedro Quiroga
CEO DE MCR

página 28

"MCR es un mayorista global, y representa a más de un centenar de marcas en la actualidad en múltiples áreas: PCs y portátiles, componentes, almacenamiento, periféricos y accesorios, electrónica de consumo, software..."



protien
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
www.editorialprotiendas.es
contacto@editorialprotiendas.es
dept.redaccion@editorialprotiendas.es

STAFF

Editora / Directora / Pilar Romero
Redactora Jefe / Laura García
Redactores y Colaboradores / David Ramos
Administración / Alicia Écija
Departamento Digital / José F. García Cervera
y Andrea Sánchez

Directora de Arte / Marisol Navalón
Directora de Publicidad / Carmen Sánchez
Departamento Comercial / Paloma Elices
Soporte Informático / Dimanet Informática

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

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

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.



Revista. Protiendas
@revista_protiendas



Rprotiendas
@rprotiendas



Revista_Protiendas
@revista_protiendas



Revista Protiendas
@revista_protiendas

MCR distribuye en España las soluciones de pago inteligentes de SumUp

Con este nuevo acuerdo, la compañía, primer mayorista de capital nacional, añade a su oferta un completo ecosistema de productos y servicios para el mundo del retail

MCR, primer mayorista de capital nacional en el mercado español de tecnología, ha anunciado hoy la firma de un acuerdo para la distribución mayorista en España de los productos de SumUp, fabricante líder de soluciones seguras de pago para el comercio minorista. Con este acuerdo, MCR consolida su oferta para el mercado retail con una gama completa de soluciones de última generación para una máxima eficiencia y un total control de las operaciones de comercio.

SumUp desarrolla y comercializa terminales de venta para tarjetas y móviles que, junto con una sencilla app descargable en el móvil, permiten realizar transacciones de forma rápida, segura y con un bajo coste para el comerciante (un 1,5 por ciento, inferior a lo que cobran los bancos). La tecnología de SumUp permite aceptar y ejecutar pagos con tarjetas de crédito, débito y contactless, así como con teléfonos móviles y otros dispositivos a través de un sencillo datáfono portátil compacto. También permite contabilizar dinero en efectivo, recibir propinas y ofrecer recibos y reembolsos, todo desde un pequeño dispositivo.



La oferta de SumUp que ahora se añade al catálogo de MCR arranca con el Datáfono SumUp Air, un dispositivo compacto y de diseño moderno que se conecta mediante Bluetooth y se maneja desde una app. Su potente batería le permite realizar hasta 500 transacciones con una sola carga, y se recarga fácilmente a través de su cuna soporte.



Por su parte, el modelo SumUp 3G es un dispositivo que funciona de forma independiente a través de su tarjeta SIM incorporada con datos móviles gratuitos ilimitados y conectividad wifi. Este modelo, además, ofrece como opción el uso de una impresora de tickets para ofrecer recibos y que funciona también como estación de carga.

Las soluciones de SumUp permiten, asimismo, crear catálogos de producto, administrar sencillamente múltiples cuentas de personal y rastrear las transacciones con facilidad. El producto se ofrece sin compromiso de permanencia, y sólo exige un sencillo registro para ponerlo en marcha en cuestión de minutos.

"La incorporación de las soluciones de SumUp a nuestro catálogo supone un paso clave en nuestra estrategia para proporcionar a nuestros clientes una solución moderna y de futuro para el comercio", explica Eduardo Moreno, director general de MCR. "Actualmente estamos arrancando con nuestro canal PYME", "y también estamos ya en conversaciones muy avanzadas con los principales retailers y grandes superficies de nuestro país".





Unidad QHG

- Capaz de operar hasta con -15°C exteriores.
- Tecnología Sprint Activation: alcanza la temperatura ideal en invierno rápidamente.
- Función HEAT: permite mantener templadas las estancias desocupadas.
- Detección de fugas
- Modo deshumidificación
- Temporizador programable
- Modo reposo
- Función sígueme
- Muy silenciosa en calefacción.
- SCOP en clima cálido hasta 5.5
- Flujo de aire inteligente para una distribución óptima del aire
- Autodiagnóstico inteligente



www.carrier.es

©2021 Carrier. Todos los derechos reservados.



Turn to the experts



Marta Lucas

Directora de Marketing y Comunicación de Fagor Electrodoméstico



“Fagor es una marca que ha acompañado con sus productos a todos nosotros desde su nacimiento y ha incorporado innovaciones a lo largo de varias generaciones...”

Marta Lucas, recientemente nombrada Directora de Marketing y Comunicación de Fagor Electrodoméstico, es la responsable en Iberia de las campañas de marketing y comunicación de esta reconocida marca que cuenta con más de 75 años de historia. Su gran oferta de electrodomésticos abarca la gama doméstica y se caracterizan por su calidad y por estar equipados con la última tecnología. Fagor Electrodoméstico ofrece la máxima confianza y la total seguridad al cliente, adaptándose a las necesidades de cada consumidor. En la actualidad, Fagor Electrodoméstico ha firmado un acuerdo con el Atlético de Madrid Femenino como nuevo patrocinador del Club hasta la temporada 23/24. Conozcamos más de la trayectoria de esta gran marca y de su desarrollo futuro.

Fagor Electrodomésticos cuenta con 60 años de historia durante los cuales seguro se han producido varios acontecimientos destacables. De su historia más cercana, ¿cuáles reseñaría?

Fagor es una marca que ha acompañado con sus productos a todos nosotros desde su nacimiento y ha incorporado innovaciones a lo largo de varias generaciones, comenzando con hornos y placas, después frigoríficos y luego lavavajillas y lavadoras.

Ha pasado por varias reconversiones industriales, internacionalizándose y ha hecho frente a varias crisis en los últimos diez años pero ha demostrado que es una marca sólida y tiene mucho que aportar. La esencia de FAGOR está en ofrecer tecnología práctica a todos los hogares y eso se refleja en las prestaciones de los productos que ofrece.

¿Son los principios que crearon la empresa, los mismo que rigen su filosofía ahora? ¿Qué valores identificaría como los que marcan el camino a seguir por la compañía?

Los valores son los mismos con los que nació, tecnología e innovación y, a la vez, esa cercanía con las personas, sabiéndose, además, adaptar a cada tiempo y las necesidades de los consumidores. Hacemos electrodomésticos reales para personas reales.

Frente a todos vuestros competidores, ¿cuál crees que es vuestro punto fuerte?

La cercanía y la practicidad. Desarrollamos productos con tecnología que aporte valor al consumidor, entendiendo bien los hábitos de consumo y cómo las personas interactúan con los electrodomésticos, lo que necesitan y, sobre todo, cómo lo utilizan. Cercanía también a la hora de relacionarnos con la distribución, partner importantísimo y con los usuarios una vez compran un producto nuestro, le acompañamos a lo largo de toda la vida útil del producto, nuestra red de servicio de atención al cliente está en España y por todo eso nuestro claim es “qué bien tenerte cerca”.

Desde su punto de vista, ¿cómo ha evolucionado el usuario en este sector? ¿Qué está demandando en estos tiempos?

El consumidor necesita una tecnología que le aporte en su día a día, que le dé solución a lo que necesita. Algunas innovaciones



a veces son interesantes, pero no es algo que aporte todos los días a la hora de cocinar o cuidar su ropa.

El consumidor, por un lado, necesita un electrodoméstico eficiente, que consuma poco, que utilice la dosis de agua y de detergente que necesita, que optimice al máximo los recursos. También necesita automatización y facilidad de uso, sobre todo si incorporamos innovaciones como la cocción al vapor, que cada vez es más frecuente en los hogares. No tenemos tiempo para recetas muy laboriosas en nuestro día a día por lo que un horno que te guíe en ese proceso y automatice el tiempo, temperatura y humedad que necesita el alimento que quieres cocinar, para que esté a tu gusto, hace que la experiencia sea más completa.

Por otro lado, necesita servicio. Servicio desde un punto de vista tangible; necesitamos espacio para cocinar varios platos, gran capacidad en un frigorífico o amplitud en un lavavajillas... y desde el punto de vista de la experiencia, acompañar al consumidor a lo largo de todo el proceso de decisión, compra y uso del producto.

Y luego, por último, el factor estético. Tener una oferta amplia de producto y a la vez bonita; acabados con diseño lineal y minimalista, gamas de producto con una estética más Premium, o de vez en cuando, algo creativo y diferencial, como el caso de nuestra nueva línea retro.

Centrándonos en sus productos, ¿cuáles destacaría dentro de su marca? ¿Cuál está siendo el más exitoso del nuevo catálogo?

Tenemos grandes éxitos en cada categoría, el nuevo horno vapor es uno de ellos, ofrece cocción asistida con recetas integradas, estética vanguardista y está teniendo muy



buena acogida. En placas, tenemos las placas con zonas de cocción flexibles que resultan muy versátiles, las lavadoras con las últimas prestaciones incorporadas como dosificación de detergente, uso eficiente del agua, programas especializados, funciones de limpieza...

Podría indicar ¿cuáles son las novedades más destacadas en sus productos?

La nueva gama de lavado con las últimas prestaciones, una nueva gama de frío con estética retro, que consta de combis, congelador, tabletop y todos ellos en varios colores, beige, rojo y negro, muy completa y que está teniendo muy buena acogida.

Uno de los principales desafíos del sector pasa por la innovación y la diferenciación. ¿Cómo se aplica esto en los aparatos de Fagor? ¿Qué tecnologías están despuntando?

En Fagor queremos aportar a nuestros consumidores lo que realmente necesitan y demandan, por eso nuestras prestaciones están enfocadas en sus necesidades diarias: cocción asistida en los hornos, versatilidad en las placas y en las campanas, lavadoras que optimicen todos los recursos para ser eficientes, etc.

Todo para que el consumidor saque el máximo partido a su electrodoméstico, ya que obtendrá desde las funciones más básicas hasta las más completas y personalizadas.



La compañía se ha caracterizado siempre por apostar por la eficiencia, ¿cómo se traduce esto en los equipos?

La eficiencia se consigue de muchas más formas que en el etiquetado energético. La etiqueta es importante, ya que estandariza variables y el consumidor entiende de una forma sencilla el rango en el que se encuentra un electrodoméstico. Sin embargo, no todo acaba ahí, cada electrodoméstico ofrece prestaciones que igual por falta de conocimiento no sabes que tienes. Todos solemos utilizar los mismos programas o funciones y te das cuenta de que luego puedes sacar mucho más partido a esta inversión: dosificar la cantidad de agua que necesitas, que el lavavajillas limpie solo por zonas en caso de que no lo tengas totalmente cargado y tengas utensilios grandes que limpiar, capacidad en un frigorífico y posibilidad de guardar tus alimentos donde mejor te venga y no al revés.

Con la aparición el pasado año, de la COVID-19 ha alterado los planes y objetivos que se habían marcado las empresas, ¿cómo ha afrontado esta situación su compañía y cómo la están sobrellevando?

Fagor se caracteriza por solventar cualquier tipo de situaciones, los 65 años de presencia en el mercado español son una muestra de ello, hemos acompañado a los hogares españoles en todas sus facetas. La COVID-19 ha sido el año en el que hemos relanzado la marca con un nuevo claim "qué bien tenerte cerca", con un patrocinio de fútbol (Atlético de Madrid femenino), con unas novedades de producto que incluyen las últimas prestaciones y tendencias de diseño y con un mercado que las está acogiendo muy bien.

En relación a este tema, este último año, el método de compra de los usuarios ha cambiado, decantándose por la compra online. En este sentido, ¿cómo se va a



configurar el panorama de la distribución en los próximos años?

El mercado ya estaba cambiando, la COVID-19 simplemente lo ha acelerado o ha eliminado ciertas barreras que tenían algunas personas. Es decir, personas que antes no se planteaban comprar online porque en ese momento no lo necesitaban pero que, con la situación de la pandemia, han visto que la experiencia es satisfactoria. La distribución, como todos, se está adaptando a este nuevo ecosistema, pero es algo que ya venía de antes, simplemente veremos que los cambios se aceleran.

Por último, ¿cuál considera que es el futuro para el mercado?

El futuro siempre es una incertidumbre y más con esta pandemia. La eficiencia energética es una variable clara, pero el diseño y las prestaciones también. Iremos incorporando cada vez más "asistencia" o automatismos

en los productos, pero sin perder esa cercanía con las personas, ya que al final el uso de los electrodomésticos tiene una parte "manual" y de interacción directa con el usuario que es importante.

El adaptarse a los espacios en los hogares también es importante, las viviendas cambian y evolucionan, la COVID-19 ha hecho que muchas personas quieran cambiarse a otro tipo de vivienda o las reuniones con amigos y familiares en casa son una experiencia vital y que la pandemia no nos ha dejado disfrutar. Eso repercutirá en los electrodomésticos que se necesiten.

Y, por último, la digitalización seguirá avanzando, las personas perderán ese respeto a la hora de adquirir un bien como el nuestro y nosotros los fabricantes nos adaptaremos a cada circunstancia, sabiendo entregar a cada persona lo que necesita y acompañándola en toda la vida útil del producto.



Soluciones profesionales de aire inteligente y saludable

Haier

Climatización y confort



¡Ven a visitarnos
a nuestro stand!

16-19 Nov. 2021

Pabellón 10 en IFEMA Madrid



MRV5

Ofrece flexibilidad completa en el diseño del Sistema VRF
y su instalación para conseguir el máximo confort climático

- Amplia gama de unidades interiores y controles
- Combinaciones 8HP-104HP
- Posibilidad de bomba de calor de 2 tubos y recuperación de calor de 3 tubos
- Calefacción continua en el modelo MRV5-H
- Unidad exterior con hasta 110 Pa de presión estática externa
- Instalación inalámbrica – Control Zigbee
- Mantenimiento fácil para una instalación eficiente



Gestión recambios - es.sparepart@haier.es
Soporte técnico - soporteaire@haier.es
Contacto - Marroc 200 - 08019 Barcelona – ES



haier-aire.es

AquaThermica, bombas de calor de aerotermia para producción de agua caliente sanitaria de TESY

AquaThermica es la serie de bombas de calor de aerotermia de TESY para producción de agua caliente sanitaria en el ámbito doméstico. La serie AquaThermica consta de bombas de calor de 200 y 260 litros de capacidad para instalación en suelo, así como de modelos con intercambiador de calor incorporado, que permite conectar la bomba de calor a paneles fotovoltaicos, a una instalación solar térmica o a una caldera de calefacción; ya sea de gas, gasóleo o biomasa.

La aerotermia es la energía renovable que ofrece mayores niveles de eficiencia energética. En este sentido, las bombas de calor AquaThermica, con **clase energética A⁺**, garantiza un rendimiento estacional siempre por encima de los niveles exigidos para ser considerada energía renovable, en las distintas condiciones climáticas estipuladas, y aseguran un **ahorro del 75% en el consumo eléctrico**, en comparación con otros equipos.

Las bombas de calor aerotérmicas de TESY extraen el calor del aire para transmitirlo al agua, lo cual se produce dentro de un amplio rango de temperatura: **desde -10 °C y hasta +43°C**, dentro de cuyos límites AquaThermica solo emplea la unidad de bomba de calor. Para funcionar con una temperatura del aire entrante fuera de rango, la bomba de calor cuenta con una **resistencia eléctrica de apoyo de 1,5 kW**, que además de funcionar como respaldo en esas situaciones, también permite programar una temperatura en el agua de hasta 75°C, mientras que solo con la bomba de calor, la temperatura máxima alcanzable es de 65°C. Gracias a la resistencia eléctrica, se activa también el **ciclo automático anti legionella**, que **garantiza la salubridad del agua preservando todas sus propiedades**.

Esta resistencia eléctrica no solo es un apoyo y respaldo para la bomba de calor, sino que también es clave cuando se activa el **modo Boost**, que **permite reducir a la mitad el tiempo de calentamiento**.

Por otra parte, las bombas de calor AquaThermica presentan una importante ventaja diferencial con respecto a otras existentes en el

mercado, se trata de la **modulación ERV y la válvula de 4 vías**, cuyo funcionamiento es clave para la eficiencia del equipo y para un funcionamiento seguro.

La válvula cambia con la máxima precisión la presión del refrigerante, de manera que este pueda evaporarse correctamente y completamente en el evaporador, calentándose al paso del aire caliente. Debe evaporarse al 100% de forma que no llegue refrigerante líquido al compresor, lo que asegura que el ciclo del refrigerante sea estable y eficiente. Por otro lado, la bomba de calor tiene **modo anticongelación**, garantizado por la válvula de 4 vías, que invierte el ciclo del refrigerante en condiciones de baja temperatura y alta humedad del aire, lo que podría provocar que se acumule hielo en el evaporador. Para derretir el hielo, se invierte la dirección del refrigerante, absorbiendo el calor del tanque de agua y transfiriéndolo al evaporador. Esta acción se activa automáticamente cuando aparecen las condiciones descritas.

También cabe destacar que AquaThermica presenta en todos sus modelos un display de control programable con pantalla LCD, de uso sencillo e intuitivo.

Por último, la serie AquaThermica cuenta con **2 años de garantía en la bomba de calor y 5 años en el tanque de agua**.

Para incentivar la apuesta por AquaThermica, TESY ofrece constantes promociones e incentivos comerciales tanto a distribuidores, instaladores como también a los clientes finales, por lo que está siendo un producto con una valoración muy positiva en el mercado y con unas expectativas de crecimiento muy elevadas.

Para ampliar la información relativa a la serie AquaThermica de aerotermia TESY, puede consultar www.tesy.es, la web específica <https://tuespacio.tesy.es/aquathermica> o el video de presentación en el canal de YouTube de la marca: TESY Oficial.



AquaThermica

EL CONFORT SOSTENIBLE

Más de un 75% de
ahorro energético

Bombas de calor de
aeroterminia para producción
de agua caliente sanitaria

Las bombas de calor AquaThermica de
TESY ofrecen el máximo confort con lo
último en innovación tecnológica.

- Funcionamiento silencioso
- Diseño exclusivo
- Eficiencia energética A+
- Posibilidad de conexión a otras
fuentes de energía

*Con 2 años de garantía en la bomba de
calor y 5 años en el tanque de agua



Escanea el código
para conocer todas
las ventajas de la
serie AquaThermica



¡Apuesta por AquaThermica y
apuesta por un futuro más verde!



FOTO: JUNKERS (BOSCH TERMOTECNIA)

Sistemas de calefacción y ACS

Calor de hogar en la tienda de electrodomésticos

Con la llegada del frío, la gama de calefacción adquiere protagonismo en los lineales de los establecimientos especializados en la venta de electrodomésticos. Este tipo de productos son imprescindibles en el hogar, por lo que es fundamental contar con un catálogo que responda a las necesidades de todo tipo de clientes.

El mercado de la calefacción ha mostrado una evolución muy positiva en el último ejercicio. La pandemia y el confinamiento han descubierto los déficits que presentan nuestros hogares, impulsando la venta de productos que cubran dichas carencias o que ofrezcan mayor eficiencia. “Según los estudios, gran parte de los españoles considera que el confinamiento ha aumentado su gasto en calefacción y agua caliente sanitaria (ACS) al estar más tiempo en casa. A esto se le suma la preocupación porque los aparatos sean eficientes y filtren el aire de la forma más segura posible. Es por esto por lo que muchos hogares han cambiado sus instalaciones, incrementando la demanda de estos productos”, indica LG.

María Fernández Igual, Marketing Manager de ELNUR GABARRON, comparte esta visión. “Al pasar más tiempo en casa, la gente se ha preocupado mucho más por conseguir un mayor confort sin disparar su consumo eléctrico. Por ello, los sistemas de calefacción han estado en el punto de mira de muchos usuarios y han sido uno de los productos que se han renovado en el último año, aumentando las ventas considerablemente”, declara. Del mismo modo, Andrea Biagiotti, Director General de Italia y España de PVG Qlima, incide en el buen comportamiento del mercado, “porque el usuario destinó parte de su consumo en conseguir un mayor confort doméstico y esto se tradujo en una renovación de sistemas de calefacción y ACS que hizo que las ventas aumentasen respecto al ejercicio anterior”.

De este modo, tras un primer momento de paralización, debido a la irrupción causada por el inicio de la pandemia y el consiguiente confinamiento, el sector comenzó a reactivarse en la segunda mitad de 2020. “El año pasado, el mercado sufrió un descenso generalizado en la demanda, aunque la recuperación empezó con la desescalada y la demanda posterior superó las expectativas del sector”, afirma Guadalupe Fernández, Regional & Product Marketing Manager Iberia & South America de TESI.

Sin embargo, no todo el sector tuvo el mismo comportamiento. Vicente Gallardo, Country Manager de Bosch Termotecnica, fabricante de la marca homónima y Junkers, señala que “el mercado de la calefacción ha presentado un crecimiento favorable en el último año, motivado por la eficiencia y la tecnología”. “La innovación ha jugado un papel clave con la consolidación de tecnologías como la condensación o el uso de equipos de regulación y control, que han posibilitado un aumento de la eficiencia energética en el sector. Hoy en día, el sector de la calefacción residencial se orienta hacia la sostenibilidad y la eficiencia. Cada vez son más los consumidores que buscan soluciones de elevada eficiencia, que se traduce en un ahorro en su economía diaria, y que sean responsables con el medioambiente”, añade.



FOTO: LG

Christian Lorenzo, responsable de Producto de Calefacción de Ariston, también reseña que “el mercado se está desplazando hacia los productos más eficientes y que ofrecen un mayor confort”. Además, confía en que “esta tendencia continúe y que los fondos de recuperación de la UE ayuden a impulsarla”.

De hecho, Aurelio Lanchas, Jefe de Producto del Grupo Ferrol, fabricante de la marca homónima y Cointra, señala que “para este año 2021 y futuros, todo apunta a que el mercado siga con su ritmo habitual de crecimiento”. En este sentido, prevé que “se meterán muchos

recursos llegados desde Europa y España de forma muy específica para rehabilitación y uso de energías más eficientes y renovables”, lo que contribuirá a que “el mercado siga un ritmo de crecimiento importante”.

En este sentido, Onofre Bellido, Sales Manager Water Division de Haier, anota que en el pasado ejercicio se registró un alza en la venta de equipos de aerotermia, que gozan de la consideración de energía renovable. Además, prevé que “la aerotermia siga este año con su trayectoria al alza, especialmente impulsada por la obra nueva”. Jordi Clotet, responsable de Marketing de Panasonic Heating & Cooling Solutions, también destaca el auge de la aerotermia. “Es el sistema con mayor crecimiento en el mercado de la calefacción.

FOTO: MITSUBISHI ELECTRIC





FOTO: PANASONIC

Creemos que la aerotermia va a experimentar la misma progresión de crecimiento y seguirá ganando presencia en los últimos años”, afirma.

Por su parte, Pedro García Gómez, Director de la División de Energía y Renovables de Salvador Escoda, especifica que “la venta de equipos de aerotermia subió un 16% con respecto al año anterior, y el suelo radiante otro 7%”. Sin embargo, indica que “los equipos tradicionales de calderas murales a gas tuvieron un descenso en la venta de aproximadamente un 15%; y las calderas de pie a gasoil también descendieron un 10%”. Además, hace hincapié en la importante evolución de los equipos aire-agua en 2020. “Supusieron alrededor del 13,5% en valor, con respecto al total del mercado de máquinas de clima. Todo ello gracias, principalmente, a un crecimiento en el citado año por encima del 22% de los equipos aire-agua multitarea, clara evidencia del auge de esta tecnología como sistema combinado de calefacción y ACS”, precisa.

“Es un producto que sigue en crecimiento y este año las previsiones son buenas, donde el crecimiento se estima que sea de doble dígito”, añade Alejandro Fernández, Technical Manager de Samsung Electronics AC España. Del mismo modo, Javier Basterrechea, responsable de Negocio de Aerotermia y Formación de Toshiba, apunta que “el crecimiento de los sistemas de aerotermia está siendo disparado y no ha frenado durante el 2020”, dando pie a grandes expectativas para los próximos años. “Su potencial no tiene límite”, comenta.

Por otro lado, Grupo De'Longhi recalca que la instauración del teletrabajo ha impulsado la compra de “aparatos de calefacción y de aire acondicionado compactos y fáciles de trasladar

a las distintas estancias, para disfrutar de una mayor comodidad y bienestar en casa”.

Calderas

Los sistemas de calefacción conformados por caldera mixta -calefacción y ACS- y radiadores de agua son, tradicionalmente, los más populares en nuestro país. No obstante, no se trata de un panorama estático. Por un lado, en los últimos años hemos asistido a la consolidación de las

LA CALDERA MÁS BUSCADA

- Mural
- Mixta (calefacción+ACS)
- Gas natural
- Condensación
- 25-30 kW

calderas de condensación como estándar del mercado. Por otra parte, cada vez son más los usuarios que apuestan por el suelo radiante, que permite explotar al máximo las posibilidades que brindan las calderas de condensación, alcanzando una temperatura de confort con una menor temperatura de impulsión del agua. Además, cabe recordar que las calderas de condensación son más eficientes que los antiguos equipos, ya que aprovechan el calor latente de condensación que se genera durante la combustión, ofreciendo ahorros de energía entre el 25% y el 30% respecto a las calderas convencionales, así como una reducción en torno al 70% de las emisiones de NOx y CO₂.

Aunque el producto más demandado es la caldera mural mixta de gas natural, también encontramos en el mercado calderas de pie o equipos que emplean otros combustibles, como gasoil o pellets, e incluso calderas eléctricas.

Las principales innovaciones en este tipo de productos se centran en la mejora del aprovechamiento de los recursos energéticos y la reducción de las emisiones de gases. “Somos conscientes de la necesidad de innovar cada día para reducir nuestra huella medioambiental.

FOTO: TOSHIBA



POR QUÉ ESPERAR

NOVEDAD

cuando puedes instalar ya la nueva generación de calderas?

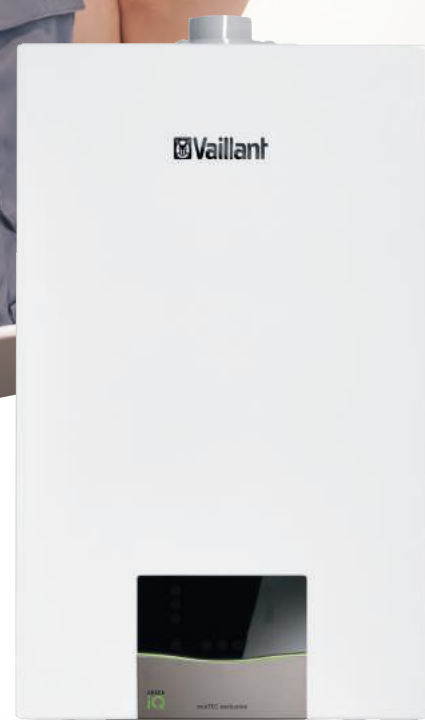


SMART 

Nuevas ecoTEC plus y ecoTEC exclusive Calderas conectadas. Calderas inteligentes

Renovadas por dentro y por fuera. La nueva generación ecoTEC plus y ecoTEC exclusive te ofrece prestaciones inigualables para que tus clientes disfruten del confort más inteligente ahorrando hasta un 35% en calefacción. Nuevo diseño, modulación hasta 1:12, combustión autoajustable, bomba de alta eficiencia LIN BUS, funcionamiento de emergencia y conectividad.

Climatización renovable. Hogares inteligentes
Descúbrelas en vaillant.es



 **Vaillant**

Confort para mi hogar

Consecuentes con nuestra política empresarial de protección del medioambiente y de los recursos naturales, hemos centrado nuestra estrategia empresarial en la comercialización de productos respetuosos con el planeta, teniendo en cuenta todo su ciclo de vida. En este sentido, trabajamos por ofrecer una amplia gama de soluciones eficientes y versátiles, creadas gracias a la combinación de la tecnología y la innovación, que garanticen un elevado rendimiento, sin olvidar el respeto hacia el medioambiente, y que, mediante una optimización de recursos energéticos para su funcionamiento, logran de manera directa reducir sus emisiones de carbono”, explica el responsable de Bosch Termotecnia. No obstante, también se está trabajando en otros ámbitos.

Conectividad. “Existe una clara tendencia a la conexión de los aparatos electrónicos con internet, el llamado Internet de las Cosas. Teniendo esto en cuenta, en Junkers Bosch apostamos por la conectividad en la vida de las personas, para facilitar su día a día de forma eficiente y sencilla”, indica Gallardo. Asimismo, Lorenzo explica que Ariston actualiza regularmente sus apps y su hardware “para ofrecer una experiencia más sencilla, visual e inmediata a nuestros clientes, lo cual da lugar, a su vez, a hábitos de consumo más eficientes y sostenibles por parte de los consumidores”.

Asistencia online y mantenimiento predictivo. El responsable de Ariston destaca el auge de los servicios de asistencia online, que han mostrado su importancia durante el confinamiento y con las posteriores restricciones de movilidad. “Tenemos este servicio desde 2016, pero ha sido durante la pandemia cuando ha dado un gran salto cuantitativo y cualitativo. La asistencia online permite realizar revisiones y solucionar problemas a distancia. De esta forma, evitamos desplazarnos a casa de los clientes para así



FOTO: TESY

minimizar los contactos entre nuestros clientes y colaboradores. Además, estamos mejorando nuestra plataforma online y trabajando en soluciones para mantenimientos predictivos, lo que nos permitirá anticiparnos a las necesidades del usuario y solucionar un problema incluso antes de que los equipos manifiesten un error. En los próximos meses lanzaremos nuevas herramientas 4.0”, adelanta.

Bomba de calor

Los sistemas de bomba de calor aprovechan la energía contenida en el aire para calentar un fluido refrigerante. Casi todos estamos familiarizados

con este sistema porque todos los aparatos de aire acondicionado doméstico de tipo split que se comercializan en la actualidad disponen de esta tecnología. Gracias a ello, estos equipos de climatización, cuyo funcionamiento antes se circunscribía únicamente al verano, extienden su utilidad y aprovechamiento, pudiendo usarse durante todo el año, proporcionando calor en los meses más fríos.

Esta solución de calefacción no se limita a los tradicionales equipos de aire acondicionado split, sino que también podemos contar con ella en los sistemas de conductos, que cada vez son más demandados en el ámbito residencial, aprovechando las preinstalaciones de las viviendas de nueva construcción o realizando una pequeña obra de acondicionamiento.

En los últimos años estamos viendo la eclosión de los sistemas aerotérmicos aire-agua, que pueden ofrecer en un solo aparato calefacción, refrigeración y ACS. Además, se trata de sistemas muy versátiles, pudiendo escoger entre soluciones monobloc o bibloc, e incluso sistemas híbridos, que combinan caldera y bomba de calor. Asimismo, estos equipos pueden trabajar con cualquier tipo de sistema de calefacción, ya sea suelo radiante, radiadores de baja y alta temperatura o unidades fancoil. Y todo ello, con la máxima eficiencia energética, siendo capaces de producir de 3 a 5 kW de calor con tan solo 1 kW de electricidad. “Este sistema ofrece un ahorro de hasta un 80% en los gastos de la factura en

FOTO: MITSUBISHI HEAVY INDUSTRIES (LUMELCO)



LA BOMBA DE CALOR MÁS BUSCADA

- 8-12 kW
- Inverter

COINTRA

Tecnología de vanguardia para un desarrollo sostenible



MÁXIMA CLASIFICACIÓN
ENERGÉTICA en modelos
CPE-7 T y CPE-10 T



CALENTADORES ESTANCOS **Low NOx** Premium CPE T

Bajas emisiones NOx

Las emisiones de gases NOx de toda la gama están muy por debajo de lo que marca la normativa europea (56 mg/kWh). El calentador de 12 litros emite tan solo 28 mg/kWh.

Modulantes. Tecnología Inverter

Estos calentadores mantienen una perfecta estabilidad de la temperatura del agua caliente seleccionada, lo que supone un importante ahorro de gas y un mayor confort.

Termostáticos

A través de su interfaz digital es posible fijar la temperatura deseada con total precisión (grado a grado). Así se mantiene estable la temperatura en todo momento.



www.cointra.es

EL CANAL FAVORITO DEL COMPRADOR

La tienda de electrodomésticos continúa siendo uno de los canales preferidos por los consumidores a la hora de equipar sus hogares con los sistemas de calefacción que necesitan. “Si bien es cierto que la pandemia ha acelerado el proceso de compra a través de canales digitales, la tienda física sigue siendo una de las opciones preferidas del consumidor a la hora de comprobar el funcionamiento de un producto y ver sus características más en detalle”, indica el Grupo De’Longhi. “Es uno de los canales de venta más importantes, con una muy buena imagen para el usuario y que, por lo tanto, será una de las primeras opciones para él a la hora de comprar un producto de este tipo”, añade Aurelio Lanchas (Grupo Ferrol).

Los fabricantes entienden la importancia de estar en los escaparates y lineales de estos establecimientos. “Supone una mayor visibilidad de marca, incremento de ventas y que el usuario final pueda ver físicamente nuestro producto y ser atendido personalmente, respondiendo a sus necesidades sobre el sistema a elegir”, reseña Marsan Industrial-Haverland. Laura Salcedo (Lumelco) coincide en esta apreciación. “Nos aporta mucha visibilidad. El tráfico en las tiendas de electrodomésticos es muy alto y la presentación del producto suele ser muy atractiva. Esto, combinado con el conocimiento sobre el producto de los vendedores, hace que los resultados para nosotros sean muy positivos”, afirma. “Esta visibilidad nos acaba beneficiando tanto en las ventas en el propio canal de tiendas de electrodomésticos como en el resto de canales”, apostilla Christian Lorenzo (Ariston).

Igualmente, Alejandro Fernández (Samsung) destaca que la venta a través de este canal genera “un incremento en las ventas, dada la visibilidad”. “Se trata de que los usuarios puedan conocer más de cerca la solución, para que puedan demandarla”, especifica. Esa cercanía es también la clave para Onofre Bellido (Haier). “Desde Haier, apostamos por poder llegar al usuario final de forma más directa y poder transmitir las ventajas y características del producto de la manera más adecuada”, anota.

Jordi Clotet (Panasonic) también ensalza el asesoramiento que brindan estos establecimientos. “Las tiendas de electrodomésticos ofrecen una atención más personalizada y totalmente orientada al cliente final. Su objetivo es escuchar, entender sus necesidades y aconsejarles sobre las opciones más innovadoras y las soluciones que mejor puedan cubrir estas necesidades”. De igual modo, LG apunta que la tienda ofrece “más cercanía y trato directo con el vendedor”, lo que genera “una atención al cliente más personalizada”.

Las marcas son conscientes de ello e intentan dar todo el apoyo posible a los puntos de venta para que presten el mejor asesoramiento. “Para nosotros, el distribuidor es un socio, un nexo con el usuario final que nos ofrece sus medios para poder llegar a transmitir los beneficios que ofrece nuestra gama de productos. El distribuidor tiene un apoyo total por nuestra parte -formación, red de instaladores, documentación, productos de demostración...-, para que pueda ofrecer un servicio y un producto excelente a su cliente final”, explica Andrea Biagiotti (PVG Qlima).

Lumelco también ofrece formación a los vendedores a través de showrooms donde pueden ver sus sistemas en funcionamiento. “La formación no solo es teórica, sino que damos especial importancia a la parte práctica, la cual se adapta al perfil del asistente, ya sea un instalador, un vendedor del canal retail, un ingeniero...”, aclara Salcedo. Además, la empresa ha adaptado su oferta formativa para ofrecer también formación online.

En esta misma línea, Pedro García Gómez señala que Salvador Escoda cuenta con un equipo técnico de ingenieros y asesores a su disposición. “Nuestros clientes tienen acceso permanente a ellos, sin ningún coste. De esta manera, añadimos valor a la venta, dando un servicio de calidad a los prescriptores de producto. También damos formación en nuestros centros e incluso podemos desplazarnos a ‘casa’ del cliente instalador o almacenista para hacer las demostraciones in situ”, puntualiza. Asimismo, Javier Basterrechea indica que Toshiba apuesta “por el asesoramiento, el apoyo y, sobre todo, la formación continuada en este canal, para formar a profesionales que puedan atender los requerimientos de los usuarios”.

calefacción, comparado con otros calentadores eléctricos”, anota el responsable de Panasonic.

Éstas son algunas de las innovaciones que están llegando a este tipo de productos.

Nuevos refrigerantes. Laura Salcedo, Directora de Marketing de Lumelco, distribuidor de Mitsubishi Heavy Industries, se refiere a “la búsqueda de nuevos refrigerantes ecológicos, como el CO₂”. Igualmente, el responsable de Toshiba destaca el uso del refrigerante R-32, “de bajo impacto PCA”, apunta.

Dual inverter. LG indica que esta tecnología “elimina los ruidos innecesarios para ofrecer el mayor confort en la estancia”.

Calidad del aire. “Se está prestando especial atención al cuidado de la calidad del aire interior, poniendo énfasis en los filtros de sus equipos”, anota la responsable de Lumelco. Ahondamos más en este aspecto más adelante, en el apartado ‘Soluciones para combatir la COVID-19 y otras afecciones’.



FOTO: MITSUBISHI HEAVY INDUSTRIES (LUMELCO)

Control inteligente y conectividad. Daikin destaca que las nuevas bombas de calor ofrecen “un sistema de control inteligente, que permite varios programas de funcionamiento para adaptarse a las necesidades de todos los usuarios”. Asimismo, Basterrechea hace hincapié en el desarrollo de “conectividad con sistemas domóticos e incorporación a sistemas WiFi”.

Igualmente, el responsable de Samsung afirma que “la conectividad es un factor importante, que facilita el control de los equipos”. En este sentido, la firma ha incorporado inteligencia artificial en sus sistemas. “Esto nos permite dar un paso más en el análisis de las condiciones ambientales, las temperaturas y modos de enfriamiento preferidos por los usuarios, e incluso de la meteorología exterior, para aplicar automáticamente la configuración más adecuada. Pero no solo eso, ya que las unidades pueden controlarse y supervisarse en remoto gracias a la aplicación ‘Samsung SmartThings’, que permite al usuario encender y apagar el climatizador, seleccionar los modos de enfriamiento preferidos, programar el funcionamiento e incluso monitorizar el consumo de energía. Todo ello, con un simple clic. Por último, con el control de voz, a través de ‘Samsung Bixby’, podemos ordenar cualquier modo de climatización directamente a través del smartphone”, detalla.

Asimismo, Salcedo destaca la aplicación ‘myUpway’ de Mitsubishi Heavy Industries, que “permite al usuario tener una visión rápida del estado de las unidades instaladas, con el fin de monitorizar y gestionar la unidad interior y exterior”, recibiendo un correo electrónico notificando cualquier fallo, en caso de producirse. Y Clotet se detiene en el desarrollo de la aplicación ‘Panasonic Comfort Cloud’. “Permite controlar y acceder fácilmente a todas las funciones de control remoto en cualquier momento y lugar”. Además, la compañía cuenta con ‘Service Cloud’, orientado al instalador. “Este software permite al instalador

**BOSCH**

Innovación para tu vida

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

Nueva gama de productos de agua caliente

Soluciones Agua Caliente Bosch

Los nuevos calentadores 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

Respecto a la instalación de calentadores atmosféricos (tipo B) en el interior de viviendas, de acuerdo con el comunicado del 20 de febrero 2020 de la Consejería de Hacienda Industria y Energía de la Junta de Andalucía y al comunicado del 18 de noviembre de la Direcció General d'Energia, Seguretat Industrial i Seguretat Minera de la Generalitat de Catalunya, "la prohibición establecida actualmente en el punto 7 de la IT 1.2.4.1.2.1. del RITE afecta al interior de los edificios...estando permitida, por tanto la instalación de estos aparatos en zona exterior conforme a lo previsto en la norma UNE 6070 0-6:2014

EL AIRE ACONDICIONADO MÁS BUSCADO

- Split de pared 1x1
- 3,5 kW
- Inverter
- Con bomba de calor

visualizar y gestionar las lecturas de la aerotermia de Panasonic, pudiendo realizar un asesoramiento energético al cliente y mantenimiento predictivo”, aclara.

Tratamiento antilegionella. Daikin indica que algunos equipos ofrecen la posibilidad de tratamiento térmico antilegionella, evitando los problemas que puede causar esta bacteria.

Programación horaria. Con la preocupación de los usuarios ante el incremento del precio de la electricidad, Daikin señala que este tipo de equipos ofrecen “programación horaria para el funcionamiento en periodos de tarifas eléctricas más económicas”.

Combinación con otras renovables. “Muchos de nuestros productos ya tienen la posibilidad de conectarlos con placas solares, para así conseguir que sean productos 100% verdes”, explica el representante de Haier. De este modo, se pueden crear sistemas renovables, conjuntando aerotermia y energía fotovoltaica.

Sistemas eléctricos de calefacción

En el mercado encontramos diversas soluciones de calefacción eléctrica: emisores térmicos eléctricos, acumulares, suelo radiante, termoventiladores, etc. El uso de cada uno de ellos dependerá de las condiciones que se den



FOTO: ELNUR GABARRON

en cada situación y de sus necesidades particulares. “En el caso de un sistema único, recomendamos nuestros emisores térmicos. Dependiendo de la necesidad del usuario, horas de uso, etc., ofrecemos una tecnología u otra: fluido, inercia a inyección de aluminio, con conectividad, cerámicos, secos, etc. En el caso de la calefacción de apoyo, ofrecemos otras opciones, como los termofluidos, las placas, los convectores de baja temperatura...”, explica Marsan Industrial, fabricante de la marca Haverland.

Éstas son algunas de las innovaciones que están incorporando este tipo de sistemas de calefacción.

Termostatos avanzados. Grupo De’Longhi se detiene en el termostato de ambiente digital que incorporan sus últimos radiadores de aceite.

“Permite configurar y mantener automáticamente la temperatura deseada. Además, ofrece la posibilidad de activar la función ‘ECO’, que facilita la optimización del consumo de energía”. Asimismo, estos equipos disponen de una interfaz digital, “que permite programarlos las 24 horas del día, seleccionando la temperatura ambiente deseada y el tiempo de apagado/encendido para poder entrar en casa sin pasar frío”.

Conectados e inteligentes. “Los emisores que más nos demandan son aquellos que se pueden controlar desde cualquier lugar y en cualquier momento a través de una app, ya que permiten al usuario controlar su calefacción sin necesidad de desplazarse a su domicilio”, apunta Marsan Industrial-Haverland. La compañía destaca así el aumento de la demanda de soluciones cada vez más tecnológicas, incorporando a su catálogo más modelos con conectividad y con su nuevo sistema de autoaprendizaje continuo, “para que el usuario no tenga que programar ni leerse complicados manuales”. Estos aparatos están equipados con cronotermostatos que se coordinan con dichos sistemas de aprendizaje.

FOTO: JUNKERS (BOSCH TERMOTECNIA)





Saunier Duval
Siempre a tu lado

Nuevas calderas inteligentes

conectadas a los mejores servicios



Un nivel de
ahorro y confort
sin precedentes
para clientes
inconformistas

Descúbrelas en
saunierduval.es/calderas-inteligentes



CONECTIVIDAD
Solución MiGo Link.
Sistema conectar y listo



DISEÑO
Nuevo control táctil.
Mismas dimensiones



AHORRO
Hasta 35% en calefacción
y 10% extra en ACS



TECNOLOGÍAS

FlameFit:
Ajuste dinámico de
la combustión

IsoDyn3:
ACS inteligente: se anticipa
a las necesidades del usuario

H-Condens:
La condensación
llega al ACS

MicroFast 3.0:
Estabilidad en agua caliente

AquaFast:
Agua caliente más rápida y precisa

“Se guían por la rutina diaria del usuario, gracias a un sensor de presencia. Con esta tecnología, nuestros emisores térmicos autoprogramables detectan cuando estás en casa, cuando abres las ventanas, etc.; y permiten el control total de forma remota a través de smartphones y tablets”.

Del mismo modo, Fernández Igual habla del ‘Sistema G Control’ que incorporan los productos de calefacción de ELNUR GABARRON. “Permite a los usuarios gestionar la calefacción desde cualquier lugar, e incluso a través de sistemas de voz, como Alexa o el Asistente de Google”.

Aprovechamiento de energía renovable. La Marketing Manager de ELNUR GABARRON pone el acento en el lanzamiento de acumuladores de calor que aprovechan los excedentes de producción de energía generada por instalaciones fotovoltaicas para transformarla en calefacción para la vivienda.

¿Cómo escoger sistema de calefacción?

La elección del sistema de calefacción es delicada, ya que se trata de un equipamiento que condicionará el confort del cliente, por lo que la labor del prescriptor es esencial. Daikin destaca tres aspectos fundamentales en esta elección. “Lo más importante es prestar atención al tipo de elemento terminal de la instalación. En base a ese elemento, se hará la selección del equipo correspondiente. No es lógico utilizar un equipo de baja temperatura en una instalación de radiadores que trabajan a 70 °C. Además, se debe tener en cuenta cuáles son las necesidades del cliente -ACS, refrigeración, calefacción, etc.-, con el objetivo de poder recomendar el producto más adecuado. Y un tercer aspecto crucial a la hora de hacer la selección del equipo es el tipo de vivienda del que se trata, ya que en función de ésta dependerá el aislamiento de la envolvente y,



FOTO: MITSUBISHI HEAVY INDUSTRIES (LUMELCO)

por tanto, puede variar en gran medida la capacidad requerida en los equipos”, apunta la compañía.

El Jefe de Producto de Grupo Ferrolí remarca que “el vendedor es una pieza fundamental para poder asesorar a cada cliente acerca de cuál es el sistema más interesante en cada caso”, dependiendo de sus necesidades de uso -calefacción y/o ACS, metros cuadrados de la vivienda, número de cuartos de baño, número de personas en la vivienda, etc., zona climática donde se encuentre, combustibles posibles, presupuesto disponible, si la vivienda ya dispone de algún sistema instalado, etc.

Igualmente, la Marketing Manager de TESI reconoce que “el asesoramiento del vendedor es fundamental para entender qué necesita el usuario, cuáles son sus preferencias, las características

de su vivienda, sus hábitos de consumo e incluso estilo de vida, para poder ofrecer el producto o sistema que más le convenga y satisfaga sus expectativas”. Precisa que “cuando hablamos de características de las viviendas nos referimos a número de estancias a calefactar y sus dimensiones, número de habitantes, si existe ya instalado algún equipo para calefacción o si hay niños o mascotas en la vivienda, para valorar opciones con mayores prestaciones de seguridad o de salubridad, encaminados a evitar posibles problemas de alergia o respiratorios”.

Asimismo, el Country Manager de Bosch Termotecnia indica que “lo primero que debe hacer cualquier prescriptor a la hora de aconsejar es escuchar las necesidades de cada comprador”, puesto que “no es posible ofrecer las mejores soluciones, es decir, las más adecuadas para cada cliente, si no se conoce lo que necesita”. En este sentido, explica que “existen una serie de características que el vendedor tiene que valorar en todos los casos para que el sistema aconsejado sea lo más eficiente posible en el espacio en el que se va a aplicar, como tamaño y forma del espacio, lugar en el que se encuentra, necesidades de temperatura a cubrir, cantidad de horas que se va a utilizar el sistema o número de personas que lo van a utilizar, entre otras muchas variables”. Además, recuerda que “dependiendo de la zona geográfica en la que se encuentre cada vivienda, será necesario un tipo de caldera u otro, ya que hay zonas más frías que otras”.

Por otra parte, el responsable de Ariston indica que, tanto en el caso de las calderas como de los sistemas de aerotermia, hay que considerar su modulación y potencia mínima. “Normalmente, se busca asegurar con una potencia elevada, pero la realidad es que la mayor parte del tiempo el equipo estará trabajando al mínimo de su potencia. Cuanta más modulación tenga el equipo, más eficiencia, más ahorro y más vida útil tendrá”. También recalca la importancia de “seleccionar un termostato modulante, para

FOTO: MITSUBISHI ELECTRIC





ALTA TECNOLOGÍA
EN CLIMATIZACIÓN

U-CROWN

Tecnología y diseño único



CONFORT OPTIMIZADO

- Wifi, Google Home y Alexa
- Nivel sonoro mínimo: 18 db(A)
- Difusión de aire 3D
- Filtros purificadores y ionizador



DISEÑO HIGH-TECH ULTRA FINO

- Acabado en aluminio cepillado
- Solamente 17 cm de grosor



MÁXIMO AHORRO
ENERGÉTICO Y RESPETO
POR EL MEDIO AMBIENTE

- Clase energética A+++
y SEER de 7.5
- Gas ecológico R32

TECNOLOGÍA PATENTADA: COMPRESOR DE DOBLE ETAPA

- Rendimiento mantenido a -15°C
- Operación garantizada en
condiciones climáticas extremas:
-18°C / +54°C en frío y -30°C /
+24°C en calor





FOTO: ARISTON

asegurar el confort y el ahorro". "Aunque pueda parecer un gasto adicional, la posibilidad de modulación siempre es rentable a corto/medio plazo", advierte. Además, hace hincapié en que "si el equipo también produce ACS, es necesario adecuar la potencia o sugerir un modelo acorde al consumo y necesidades del cliente".

En cuanto a las calderas eléctricas, la responsable de ELNUR GABARRON indica que "es importante saber el lugar donde se va a instalar este sistema, ya que existen diferentes opciones de instalación mural o de suelo, así como el tamaño de la vivienda a calefactar para poder determinar qué potencia requiere".

En el caso de los acumuladores de calor y emisores térmicos, Fernández Igual reseña que "es conveniente saber las necesidades del cliente final: las características de su vivienda y la zona climática donde se encuentra, las horas de calefacción que necesita, etc.", ya que "todos los datos son importantes para determinar el sistema de calefacción más adecuado". Al hilo de ello, remarca que ELNUR GABARRON ha desarrollado una calculadora de calefacción, "como ayuda para realizar los cálculos de la potencia, dependiendo de los sistemas de calefacción más apropiados para instalar en cada hogar". Por otra parte, considera que "otro factor a tener en cuenta es la posibilidad de control WiFi a través de una app".

Grupo De'Longhi también apunta algunos aspectos en los que conviene fijarse al recomendar un equipo eléctrico de calefacción, como "la facilidad de puesta en marcha y transporte, el lugar donde se va a utilizar -vivienda habitual o segunda residencia-, la frecuencia con la que se quiere hacer uso del aparato, el consumo energético o el diseño del aparato". Además, reseña que se recomienda el uso de sistemas

portátiles de calefacción "cuando el sistema de calefacción principal es inadecuado para calentar una habitación grande, es demasiado caro instalar un sistema de calefacción central, si solo se necesita la calefacción para calentar espacios concretos del hogar o si se quiere incrementar la temperatura de determinados espacios sin aumentar la temperatura del resto del hogar".

Como vemos, el prescriptor deberá tener en cuenta muchos factores y conocer las ventajas de cada sistema, por lo que la Directora de Marketing de Lumelco hace hincapié en la importancia de la formación. "Para un vendedor es fundamental conocer perfectamente el producto que ofrece, sus ventajas, diferencias, funciones, etc. Solo así puede responder a todas las preguntas que el usuario final pueda plantear.

EL TERMO ELÉCTRICO MÁS DEMANDADO

- 80 litros
- Instalación vertical
- Resistencia eléctrica de cobre
- Resistencia envainada (en zonas de agua dura)

Hablamos de consumidores finales que cada vez están más informados sobre el producto que están buscando y que, previamente, han hecho incluso comparativas. Por eso, la formación es algo primordial", declara.

Estufas

Las estufas son un producto que continúa teniendo un interesante mercado en nuestro país. "El producto más demandado sigue siendo la estufa de gas doméstica, aunque hemos experimentado un crecimiento muy importante en la demanda de estufas de pellet. Se trata de un sistema de calefacción que ofrece muchas ventajas y cuya demanda sigue creciendo en los últimos tres años. Estimamos que lo seguirá haciendo en las próximas campañas", afirma el Director General de Italia y España de PVG Qlima. Además, recuerda que la oferta se completa con las tradicionales estufas de gas o las estufas de electrónicas de parafina, por ejemplo.

ACS

Aunque la caldera mural mixta es la solución más empleada en España para la producción de ACS, en la tienda podemos encontrar diversas soluciones para tal fin. Por ejemplo, los calentadores de gas o los termos eléctricos han sido dos opciones muy utilizadas, especialmente en las zonas de climas más benévolos y en segundas residencias.

La innovación avanza por distintos caminos. Por ejemplo, la responsable de TESI destaca la ampliación de sus gamas de acumuladores y

FOTO: FERROLI





FOTO: JUNKERS (BOSCH TERMOTECNIA)

depósitos destinados a la integración con equipos de aerotermia y energía renovable, incorporando intercambiadores de calor específicos.

En el caso de los termos eléctricos, Guadalupe Fernández hace hincapié en el desarrollo de equipos compactos, con el lanzamiento de modelos de 5, 7 y 30 litros, destinados a cubrir las necesidades de todo tipo de cliente.

La conectividad también tiene un peso relevante en esta gama de productos. La portavoz de TESI pone el acento en la mejora de la gestión WiFi de sus termos eléctricos, a través de la app 'TESI Cloud'.

Asimismo, el responsable de Haier destaca la función 'Smart Shower' de sus termos. "Dicha función permite que el termo aprenda de las rutinas del usuario y ajuste el consumo para obtener incluso clasificaciones energéticas A, haciendo de nuestra instalación una instalación energéticamente eficiente".

FOTO: PANASONIC



FOTO: Qlima (PVG)

Por otro lado, la salubridad es un aspecto muy importante. Guadalupe Fernández habla del ciclo anti-legionella que incluyen sus aparatos, función que "garantiza la máxima salubridad del agua".

Además, la representante de TESI indica que sus nuevos termos disponen de un sistema de seguridad "capaz de detectar si el termo está vacío de agua y apagarlo inmediatamente, para evitar problemas con la resistencia eléctrica".

Los sistemas de bomba de calor están ganando terreno en los últimos años, ya sea a través de equipos multifunción o destinados exclusivamente a la producción de ACS. En este caso, la innovación pasa por la combinación con instalaciones de energía solar térmica,

uso de refrigerantes R290 o R134A, control digital a través de pantalla LCD, tratamiento anti-legionella, etc.

¿Cómo elegir un sistema de ACS?

La elección del sistema de producción de ACS más adecuado debe atender a una serie de condicionantes previos. "Es preciso tener en cuenta las necesidades de confort y las características de cada lugar, de forma que se obtenga un mayor ahorro y eficiencia. Para poder aprovechar de manera conveniente los recursos y llegar a un consumo y un ahorro de energía óptimos, es necesario analizar detalladamente las necesidades de cada hogar. Por ello, a la hora de elegir una solución u otra se deben establecer una serie de parámetros, como el número de personas en la vivienda, la provincia en la que se encuentra y su clima, las características del edificio y la calidad de los aislamientos, el tipo de energía empleada y el precio, entre otros", apunta Gallardo.

De igual modo, Lorenzo explica que "lo más importante es conocer el perfil del cliente, sus necesidades de consumo y sus expectativas", prestando especial atención a los consumos simultáneos y su distribución en el tiempo. "Por ejemplo, si son dos personas en casa y sus consumos no son simultáneos, es preferible recomendar un equipo pequeño, pero eficiente, y que tenga algún modo para aportar agua caliente extra de forma puntual", especifica.

Asimismo, Fernández Igual advierte que "una de las cuestiones a tener en cuenta al elegir un termo eléctrico "es el número de personas que conviven y la necesidad de producción de ACS que es necesaria, porque determinará la capacidad".



FOTO: SAMSUNG

Además, se detiene en otros factores, como “el espacio que tiene el cliente para poder instalar el termo o que ofrezca un consumo eficiente y componentes que aseguren una adecuada durabilidad”.

Igualmente, la responsable de TESI se detiene en aspectos como el tipo de agua, para aconsejar sobre el tipo de resistencia eléctrica; el tipo de instalación que se requiere, ya sea vertical u horizontal; si se necesita conectar el termo a otro equipo, como una caldera o un sistema solar; o los requerimientos del cliente a cuanto al control y programación del equipo.

Soluciones para combatir la COVID-19 y otras afecciones

La crisis generada por la COVID-19 ha impulsado el desarrollo de tecnologías enfocadas a combatir el coronavirus. “A raíz de la crisis sanitaria producida por la COVID-19, Mitsubishi Heavy Industries Thermal Systems, sociedad perteneciente al grupo Mitsubishi Heavy Industries dedicada en exclusiva a la fabricación y comercialización de equipos de aire acondicionado y refrigeración, confirmó que su última tecnología patentada de purificación de aire tiene la capacidad de eliminar e inactivar el coronavirus (SARS-CoV-2) a través de una fórmula desarrollada recientemente y patentada de enzima-urea e irradiación de LED UV-C contra microbios”, indica la Directora de Marketing de Lumelco.

Algunos de sus equipos domésticos incorporan filtros alérgicos y antiolores, “que evitan partículas alérgicas -polen, pelos de animales, etc.- y los malos olores”. Asimismo, destaca la incorporación de un ventilador antimicrobiano, “cuya turbina ha sido sometida a un tratamiento contra los gérmenes y el moho, haciendo que

estas unidades sean sistemas seguros y limpios”. Y en esta misma línea, habla de la función autolimpieza, que “elimina la humedad del interior de la unidad, controlando el crecimiento de moho”.

Igualmente, LG destaca que algunos de sus equipos emplean luz UVC “para esterilizar el 99,99% de las bacterias de sus ventiladores”, así como filtro ‘Plasmaster’ ionizador y función de autolimpieza. También cuentan con este tipo de tecnología mediante luz ultravioleta algunas gamas de Haier. “Su eficiencia en inhibir el COVID-19 en un 99.98% ha sido testada y comprobada por el laboratorio Texcell”, puntualiza Bellido.

Igualmente, Clotet destaca que la tecnología ‘nanoe X’ de Panasonic, que consigue inhibir ciertos virus y bacterias, fue certificada a comienzos de año por Texcell, verificando su efecto

“Una de las cuestiones a tener en cuenta al elegir un termo eléctrico es el número de personas que conviven y la necesidad de producción de ACS que es necesaria, porque determinará la capacidad...”

inhibidor sobre el SARS-CoV-2. “Estos resultados se consiguen gracias a los radicales de hidroxilo, también conocidos como radicales OH, muy abundantes en la naturaleza y con la capacidad de inhibir ciertos contaminantes, virus y bacterias para limpiar y desodorizar”, detalla.

El responsable de Samsung pone el acento en la incorporación de sensores de medición de la calidad del aire y habla de la importancia de contar con equipos con sistema de doble filtrado, “que actúa como barrera para frenar la entrada y/o salida de virus y bacterias y así tener un aire limpio en nuestros hogares”. Por ejemplo, la compañía dispone de un sistema de doble filtrado, “donde uno de los filtros, denominado ‘Easy Filter Plus’, posee un recubrimiento de zeolita, un mineral que ayuda a la eliminación de bacterias y que mantiene limpio el intercambiador de calor”. Además, algunos de sus equipos disponen del filtro ‘Tri-Care’, “que tiene como objetivo provocar la división celular al entrar en contacto con la zeolita, haciendo que disminuya considerablemente la propagación de las bacterias cuando se emite el aire”; así como filtros de alta densidad, de 390 micrómetros, que mejoran la captura de polvo.

Basterrechea también recalca la inclusión de nuevos productos al catálogo de Toshiba, “como cámaras germicidas para unidades de conductos”. Asimismo, Salcedo indica que Lumelco ha apostado por los purificadores de aire desarrollados por LMF Clima para sistemas de climatización por conductos. “Permiten adaptarse a instalaciones nuevas y existentes, con el principal objetivo de mejorar la calidad del aire y purificarlo gracias a la tecnología ‘Photoplasma’”, explica.

Además, la representante de TESI destaca en la incorporación de “nuevas tecnologías que filtran

FOTO: TESI





FOTO: TESI



FOTO: TOSHIBA

y purifican el aire de la estancia en la que están instalados". "Con la llegada de la pandemia, este tipo de funcionalidades se han vuelto muy demandadas y nuestra respuesta ha sido incorporar a nuestro porfolio nuevos conveectores eléctricos que limpian el aire de la estancia, reforzar la oferta de humidificadores y deshumidificadores del aire e incorporar una nueva gama de purificadores de aire, con potentes filtros que retienen todo tipo de partículas y bacterias", comenta. Y LG también

habla de su 'PuriCare Mini Air Purifier', "capaz de eliminar del aire el 99% de las partículas con un tamaño mínimo de tres micras".

Por su parte, Grupo De'Longhi habla de sus purificadores. "Gracias a su filtración de 5 capas, eliminan la polución, los alérgenos y las micropartículas de polvo, gases nocivos, polen, humo y

bacterias para que el hogar sea más saludable". Además, la compañía cuenta con humidificadores multifunción, que no solo eliminan el exceso de humedad, sino que también mejoran la calidad del aire y lo purifican, "con una eficacia del 99,96%, gracias a su filtro EPA (E12)", detalla. "Todo ello, incorporando una asistencia inmejorable, pues cuentan con el Asistente de Google y de Alexa. Además, están avalados con el certificado de aptos para personas alérgicas y asmáticas", añade.

Plancha de asar **GR2600**

**Resistencia PATENTADA,
control digital de temperatura,
y 3 años de garantía.**

Jata



Jata

Encuétranos en
www.jata.es





Pedro Quiroga CEO de MCR

“MCR es el primer mayorista de capital nacional en España y uno de los cinco principales a nivel general, solo por detrás de las grandes multinacionales...”

MCR es un mayorista global, y representa a más de un centenar de marcas en la actualidad en múltiples áreas: PCs y portátiles, componentes, almacenamiento, periféricos y accesorios, electrónica de consumo, software... Y, en el ámbito profesional, junto con las soluciones Enterprise, también en segmentos como AV profesional, comunicaciones unificadas o soluciones de colaboración. En la actualidad, cuenta con un equipo de más de 250 profesionales y cubre todo el territorio nacional a través de un sistema logístico con alcance para entregas en cualquier punto de la Península en 24 horas. En esta entrevista, Pedro Quiroga, CEO de MCR nos da a conocer la actividad del mayorista informático durante estos últimos atípicos años, el desarrollo de sus operaciones, la actividad logística, la demanda del canal y los equipos tecnológicos más demandados.

Para profundizar en la trayectoria del grupo MCR, ¿cuáles son los momentos más significativos de su historia?

2020 fue un año clave para MCR. Un año de pandemia, con una crisis de consecuencias imprevisibles, en el que, precisamente, celebrábamos nuestro 20 Aniversario. Nacidos en 2000 como una firma local especializada en hardware de integración -donde seguimos siendo el líder-, a partir de 2010 comenzamos a diversificar nuestro negocio y ampliamos nuestro catálogo.

Años más tarde, seguimos acometiendo nuevos mercados y definiendo nuevas metas. Ya 2019 había sido histórico, porque fue el año en que nacieron nuestras primeras divisiones especializadas: MCR PRO, para soluciones profesionales; y ab materials, para papelería y material de oficina y educación. Y en 2020 veía la luz MCR Mobile, nuestra nueva división de telefonía y movilidad, y además abríamos nuestras nuevas instalaciones, con más de 10.000 m² a disposición del canal español, y renovábamos por completo nuestra imagen corporativa, con nuevo logo y nueva web.

¿Podría indicar cuáles son las distintas áreas de negocio que integran el grupo?

La mayor parte de nuestro negocio sigue estando en el mercado broadline. No en vano somos el primer mayorista en el mercado español de tecnología de consumo. Pero, como comentaba anteriormente, desde hace varios años venimos abordando mercados específicos a través de la creación de nuevas divisiones especializadas, en campos como la tecnología empresarial, la movilidad o los dispositivos inteligentes.

Actualmente, MCR es el primer mayorista de capital nacional en España y uno de los cinco principales a nivel general, sólo por detrás de las grandes multinacionales. Representa a más de 250 marcas y da servicio a más de 15.000 clientes en toda la península ibérica. En 2020, MCR superó la barrera de los 500 millones de euros de facturación anual.

¿Cuáles son los valores y misiones que rigen y marcan a la insignia?

La misión de MCR ha sido siempre la misma: cuidar y ayudar al canal facilitando su acceso a las nuevas tecnologías de la información y mejorando sus procesos de negocio. En cuanto a nuestros valores principales, los que cualquier mayorista de referencia podría fijarse: un producto de calidad, total orientación al cliente, el mayor compromiso con el fabricante, fortaleza logística, experiencia y conocimiento, y siempre en continua adaptación.

MCR ha sabido combinar las ventajas propias de las grandes multinacionales (solidez financiera, estructura comercial, soporte



técnico, un portfolio amplio y completo...) con los beneficios de trabajar con una figura local que, precisamente, llega allí donde las multinacionales no pueden: cercanía, agilidad, conocimiento del mercado... Así nos hemos consolidado como un actor principal, líder en segmentos como la integración o el gaming, con una estructura orgánica que nos permite sobresalir en aspectos como la logística, la gestión financiera o los servicios personalizados, es lo que nos ha permitido seguir al frente.

Indique las actividades fundamentales a las que se dedica la compañía, y ¿qué novedades podemos esperar para este 2021 en cada una de ellas?

Grupo MCR ofrece a los distribuidores españoles un completo portfolio con más de 20.000 referencias de las principales marcas. En el segmento de consumo, el gran protagonista sigue siendo el gaming, que sin duda en 2020 supuso una de las principales áreas de crecimiento. Y el gaming, a su vez, nutre otros mercados, como es el caso de los PCs y portátiles. En 2021 hemos seguido viendo evolucionar estos segmentos en prestaciones, y también en ventas, junto con otros que siguen al alza: movilidad, hogar inteligente, imagen y sonido, lifestyle, PAE...

2021, como decía antes, va a ser el año de consolidación del Grupo MCR. De cara a 2021, nuestro hito más importante será la creación de una nueva división especializada en soluciones empresariales de valor añadido, MCR Enterprise.

Para conocer las magnitudes de la compañía, podría comentar marcas con las que opera, puntos de distribución, ámbito territorial, nº de empleados...

Como comentaba antes, MCR es un mayorista global, y representa a más de un centenar de marcas en la actualidad, en múltiples áreas: PCs y portátiles, componentes, almacenamiento, periféricos y accesorios, electrónica de consumo, software... Y, en el ámbito profesional, junto con las soluciones Enterprise que comentaba antes, también en segmentos

como AV profesional, comunicaciones unificadas o soluciones de colaboración. En la actualidad, MCR cuenta con un equipo de más de 250 profesionales y cubre todo el territorio nacional a través de un sistema logístico con alcance para entregas en cualquier punto de la Península en 24 horas.

¿Cuáles son los servicios que ofrecen a sus clientes?

En lo puramente tecnológico, por supuesto hay que destacar nuestros servicios de integración, mercado en el que somos el líder actualmente, y también ofrecemos soluciones empresariales para numerosos sectores verticales; en lo que se refiere a negocio, MCR apoya a los dealers con servicios logísticos, atención al cliente, soporte pre y post-venta, apoyo en marketing, servicios financieros y, por supuesto, con nuestro portal de compra online, que les ofrece todo lo necesario para desarrollar su negocio y crecer.

Con más de 20 años en el sector de la distribución ofrece una visión consolidada del propio sector, bajo su experiencia, ¿cómo ha evolucionado la distribución en los últimos años? ¿Hacia donde se encamina?

Estamos asistiendo a un cambio de modelo; la convergencia entre informática, electrónica y comunicaciones es cada vez mayor, y el canal es cada vez más heterogéneo. Así que en 2021 veremos cómo la transformación digital empuja al canal a incorporar nuevos modelos de venta. Asimismo, la especialización ya no es un lujo, es una necesidad para competir. Como mayorista de referencia en España, MCR ha trabajado y trabaja para adoptar todos esos nuevos modelos de negocio como propios y trasladarlos al canal junto con servicios especializados que les ayudan a crecer.

Respecto a lo anterior, ¿qué valor adquiere el canal online para la distribución?

Como decía, estamos ante un momento clave para el canal de distribución. El canal ha sido siempre el motor de la modernización,



y además ha sabido estar a la altura en un momento crítico como ha sido la pandemia. En los próximos años veremos (ya estamos viendo) muchos dealers penetrando en nuevos mercados, en muchos casos mercados profesionales, y veremos crecer la tendencia hacia los marketplaces (especialmente protagonistas en algunos segmentos, como los productos de movilidad o de lifestyle). Nos queda mucho por ver.

Por último, y centrándonos en la actualidad que está marcada por la COVID-19, ¿considera que la pandemia ha influido de algún modo en el mercado de la distribución? ¿De qué modo? ¿Ha ayudado el canal online a hacerle frente?

Sin duda ha afectado. En algunos casos para mal (en nuestro caso, por ejemplo, sufrió bastante nuestra división de papelería y material de educación, por razones que todos comprendemos), y en otros casos para bien o muy bien, con segmentos como la movilidad o el ocio digital creciendo en algunos casos por encima del 100%.

Para MCR, desde luego, 2020 fue un buen año (terminamos por encima de las previsiones, con un crecimiento de dos dígitos). El hecho de que clasificaran nuestra actividad, la de la distribución, como actividad esencial y, por supuesto, el extraordinario esfuerzo de todo el personal durante toda esta etapa nos han dado el empujón que necesitábamos para aprovechar el buen comportamiento que se estaba generando en el sector.



Spectrum Brands presenta Good to Go multicooker de Russell Hobbs

Un año más, Spectrum Brands prepara el lanzamiento de nuevos productos al mercado. Nuevos productos centrados en los consumidores y con el objetivo de cubrir sus necesidades para hacerles la vida más fácil.

Después de un año especial marcado por la incertidumbre, la cocina ha formado parte, más que nunca, de nuestras vidas, pasando a ser uno de los pilares que nos ha aportado estabilidad, ya sea para cuidarse o incluso en algunos casos despertando al chef que llevamos dentro. Durante todo este tiempo ha habido un aumento en la tendencia de "cocinar en casa" y disfrutar de deliciosos platos caseros que ha llegado para quedarse.

Es por ello que Russell Hobbs ha dado un paso más allá y ha creado una novedad que ayudará a cocinar platos con diferentes técnicas culinarias en un mismo producto, desde las técnicas más comunes y usadas a diario, hasta las más gourmets para poder dar uso al aparato todos los días. **Good To Go Multicooker** aporta comodidad, versatilidad y ayudará en el día a día de la cocina.



Ha sido diseñada para todos aquellos consumidores que no quieren gastarse demasiado y que están dispuestos a adquirir un producto multifuncional al que le puedan dar uso diario. Nada más y nada menos que 8 funciones que cubren distintas necesidades. Desde los que están a dieta y buscan realizar platos muy bajos en calorías como cocina al vapor, sellar, rustir, pasando por aquellos que quieren

preparar platos del día a día como hervir pasta, hacer un bistec, arroces, hasta aquellos que buscan impresionar con técnicas gourmets a sus invitados como cocción a baja temperatura en sous vide. No nos olvidemos tampoco de aquellos que añoran los guisos de invierno, con esta olla podrán también realizar todos esos platillos de cocción lenta con la slow cooker.

No solamente usarla todos los días durante todo el año es uno de los beneficios, sino que, además, **Good to Go Multicooker** es una olla multifunción de 1000W con tecnología para cocinar, servir y limpiar. Los consumidores buscan aparatos sin tantos componentes y accesorios para limpiar y valoran la comodidad de ensuciar lo mínimo posible. La olla se puede llevar para servir directamente en la mesa, y luego al lavavajillas sin problemas.

Está compuesta por una olla y un panel de control que puede removerse permitiendo utilizarlo en la mesa directamente o colocarlo en el lavavajillas.

Su diseño de olla tradicional de acero inoxidable sólido y su tapa de vidrio temperado, ayuda a cocinar utilizando diferentes técnicas culinarias y también permite tener el acabado perfecto en todos los platos. Con la Multicooker se puede sellar, rustir, preparar recetas sous vide, de cocción lenta, cocina al vapor o incluso preparar arroz, hervir o mantener el calor.

Su tamaño reducido con una capacidad de 6,5 litros, su programación digital y su temporizador ayuda a planificar y ahorrar tiempo en la cocina.

Good to Go multicooker es el aliado perfecto en la cocina por las prestaciones que ofrece y los beneficios que busca el consumidor; versatilidad, facilidad de uso y practicidad a un precio asequible.





Russell Hobbs



Cada comida más fácil

Siéntete en casa con nuestro **GOOD TO GO MULTI-COOKER**

Asados, risottos... cocina todo tipo de deliciosas recetas sin esfuerzo en una olla con 8 versátiles funciones. Haz que las comidas de entre semana sean especiales y los platos más elaborados sean sencillos.

Puedes utilizar esta olla multiuso para todo, incluso para servir en la mesa. Las comidas se disfrutan mucho más, especialmente cuando lo único que hay que limpiar va directo al lavavajillas.



* El panel de control se extrae en un solo paso y la tecnología de sellado permite lavar con seguridad el recipiente de cocción en el lavavajillas o sumergirlo para limpiarlo más fácilmente.



FOTO: HAIER

Innovación en electrodomésticos y electrónica de consumo

El sector electro no se detiene

La innovación es esencial en el sector de los electrodomésticos y la electrónica de consumo. En este reportaje recogemos algunos de los avances que están llegando a cada una de las líneas de productos presentes en la tienda de electrodomésticos.

La innovación es el motor que mueve las ventas en el sector de los electrodomésticos y la electrónica de consumo. Vivimos en un mundo que avanza deprisa y los usuarios quieren estar a la última, por lo que son muy receptivos ante las novedades que van llegando al mercado. Los fabricantes son conscientes de ello y trabajan intensamente para desarrollar aparatos eficientes y eficaces, con mejores prestaciones, más fáciles de usar, con conectividad... En este reportaje vemos algunas de estas innovaciones.

Lavado y secado

Sistemas automáticos eficientes. Muchos fabricantes disponen de lavadoras con medidores de carga y sensores de suciedad que ajustan los consumos de agua, electricidad, detergente y suavizante, así como el tiempo de lavado. Varias marcas incorporan también sistemas de autodosificación, que permiten ahorrar

detergente y suavizante. “Gracias a este sistema, consumen solamente la cantidad necesaria para el consumo”, anota Jens Hofmann, Product Manager de Vestel. Además, evitan que el usuario se preocupe de cargar estos productos en cada colada. Grupo Electrolux también destaca su tecnología ‘ÖKOMix’, que ofrece una distribución efectiva de detergente y suavizante. Asimismo, Lluís Díaz, Marketing Manager para España y Portugal de Whirlpool, se refiere a ‘WaterSave’, un sistema de circulación del agua que, combinado

con su tecnología '6th Sense', "permite ahorrar hasta un 59% de agua", detalla.

Más higiene. Algunas marcas disponen de tecnología de luz ultravioleta para esterilizar y limpiar a fondo las prendas. "Elimina más del 99% de las bacterias y virus, incluido el coronavirus", indica Manuel Royo, Director de Marketing de Beko Iberia. Varios fabricantes disponen también de lavadoras con programas antibacterianos a alta temperatura o mediante vapor. Por ejemplo, Beko cuenta con el programa de refresco 'Hygiene Therapy', que desinfecta la ropa con la ayuda de la circulación extra de aire caliente. Y Florin Ristea, Sales Force Team Manager & Western Training Manager de Hisense, señala que la compañía tiene la tecnología 'Vapor Steam Mix' de tratamiento con vapor, que elimina las bacterias, reduce arrugas y olores y facilita el planchado. Por otro lado, Esther Alonso, Iberia Marketing Manager de Haier Europe, reseña que sus lavadoras cuentan con tratamiento antibacteriano en el cajetín de detergente y en la escotilla, además del sistema 'Smart Dual Spray', que limpia la lavadora después de cada ciclo; o la función vapor, que proporciona un lavado más higiénico.

Inverter. Algunas marcas están desarrollando lavadoras con motores inverter, con el fin de prolongar su vida útil, al reducir la fricción entre componentes, además de aminorar el consumo eléctrico y de agua.

Motor directo. Varios fabricantes están apostando por los motores conectados directamente al tambor, que ofrecen mayor eficiencia, menor rumorosidad y mayor durabilidad.

Conectividad. Alberto Ignacio Sin Use, responsable de Marketing de Producto del grupo BSH, insiste en los esfuerzos en pos de la conectividad. Las apps desarrolladas por diferentes compañías permiten elegir el mejor programa de lavado, transmitir el programa de lavado usado directamente a la secadora para que ésta elija automáticamente el programa más adecuado, crear y descargar ciclos de lavados especializados y personalizados, monitorizar el funcionamiento de la lavadora, realizar diagnóstico remoto en caso de surgir problemas, etc.

Mejoras en las secadoras. El responsable de Hisense resalta la evolución hacia equipos con bomba de calor. "Son muy eficientes porque reutilizan el calor y, por ello, tienen una mejor clase energética. Además, secan a temperaturas más bajas, cuidando mejor la ropa". También destaca su sistema 'Twin Flow', que inyecta aire en el tambor a través de dos canales flexibles, cambiando el sentido dependiendo de la rotación del tambor para lograr un secado más homogéneo y rápido. Otro avance es el programa 'Ion Refresh', que refresca la ropa con aire ionizado, eliminando olores. Y Grupo Electrolux, remarca la incorporación del sistema 'FiberPro'

con tecnología '3DScan', que emplea sensores para detectar la humedad de las prendas y ajustar el tiempo para el secado.

Nuevos productos. LG destaca el lanzamiento de su 'Vapor Cleaner Styler', "un dispositivo que utiliza la última tecnología de vapor, eliminando el 99,99% de virus, incluyendo el coronavirus, bacterias y alérgenos en menos de dos horas, sin manipulación personal ni añadidos químicos". Además, este aparato permite limpiar y reducir olores en prendas que no requieren de un lavado en profundidad; realizar un secado delicado, gracias a su bomba de calor inverter; reducir arrugas mediante vapor; o deshumidificar y refrescar el ambiente.

Lavavajillas

Sistemas automáticos. Buena parte de las marcas en el mercado disponen de sistemas de dosificación automática de detergente y abrillantador según el volumen de carga y nivel de suciedad. Y también disponen de sensores que ajustan automáticamente la duración, temperatura y consumo de agua en función de la suciedad.

Más capacidad. María Díez, responsable de Producto de Smeg, resalta su nuevo diseño interior de puerta, que permite aumentar la capacidad hasta 14 cubiertos. Igualmente, Marta Lucas, Directora de Marketing y Comunicación de Fagor Electrodomésticos habla de la tercera bandeja 'MaxiSpace', aumentado así la capacidad.

Limpieza reforzada. Royo destaca la tecnología 'AqualIntense' de Beko, que crea una zona de lavado de alta potencia en la cesta inferior del lavavajillas, gracias a un brazo aspersor adicional para un lavado intensivo. LG también se refiere a la tecnología 'QuadWash', con brazos multitemovimiento de alta presión, así como 'TrueSteam', "que elimina el 99,99% de virus", asegura la compañía. Asimismo, Teka cuenta con la función 'PowerWash', que limpia la bandeja inferior con una presión de agua tres veces mayor que la de la superior. Y Díez también cita el nuevo programa de Smeg de la limpieza intensiva para la bandeja del horno, así como el programa 'Esterilización 70º', específico para desinfectar la vajilla.

Inverter. La mayoría de las marcas están apostando por incorporar en sus nuevos



FOTO: BEKO

equipos motores inverter, que reducen el consumo y el ruido.

Mejor secado. Muchos fabricantes han introducido la tecnología de autoapertura de la puerta en la última fase de lavado, lo que permite mejorar el secado, ahorrar tiempo y reducir el consumo de energía. Además, el responsable de Grupo BSH habla de la inclusión de acumuladores de calor y zeolitas, con el fin de mejorar la eficiencia.

Versatilidad. Marta Lucas, indica que su motor de dos velocidades permite lavar distintos tipos de vajilla en el mismo ciclo. Además, su sistema de lavado por zonas 'ZoneWash' permite cargar parcialmente y escoger la cesta que se lavará.

Higiene. Teka destaca su programa 'AutoClean', que libera el lavavajillas de olores y gérmenes. Asimismo, el Product Manager de Vestel cita su sistema de luz ultravioleta, "que ayuda a reducir el crecimiento bacteriano, los olores y el moho".

Antifugas. Ristea habla del sistema 'Total Aqua Stop' de Hisense, "que detecta cualquier posible

FOTO: AEG (GRUPO ELECTROLUX)



fuga y corta el suministro de agua para evitar daños”.

Frigoríficos

Máxima frescura y sin olores. Royo habla de la tecnología ‘HarvestFresh’ de los frigoríficos Beko, que reproduce el ciclo de luz solar con el objetivo de recrear un entorno natural de los alimentos frescos como frutas y verduras, optimizando su conservación. Algunos de sus equipos incorporan también otras tecnologías en esta línea, como ‘EverFresh+’, que controla la temperatura y humedad en el cajón de fruta y verdura, minimizando la condensación. Asimismo, Pedro Cuerda, Director de Marketing de CNA Group, fabricante de Cata, Nodor y Edesa, habla de la distribución del frío en tres zonas que ofrecen sus frigoríficos, conservando los alimentos frescos durante más tiempo y evitando la mezcla de olores. Igualmente, el responsable de Beko se refiere a ‘NeoFrost Dual Cooling’, dos sistemas de refrigeración independientes para congelador y frigorífico. Asimismo, Ristea destaca la tecnología ‘Dual tech’ de Hisense. Por su parte, Cristina Reque, Directora de Marketing de Miele España y Portugal, reseña su funcionalidad ‘PerfectFresh Active’, que atomiza gotas de agua en forma de niebla y las libera en el cajón automáticamente cada 90 minutos y cada vez que se abre la puerta, manteniendo el nivel de humedad.

Desinfección. El Director de Marketing de CNA Group destaca la tecnología ‘Eplasma’, “un sistema de desinfección mediante plasma, por el cual se eliminan los virus y bacterias, con una efectividad del 96,5%”, evitando tener que limpiar la compra al llegar a casa. Además, elimina posibles rastros de mal olor, mediante su tecnología de iones negativos. Igualmente, Teka cuenta con la tecnología ‘IonClean’, que elimina gérmenes, bacterias y malos olores. Y la responsable de Grupo Haier se refiere a la tecnología antibacterias ‘ABT’, con luz ultravioleta, que elimina el 99,9% de bacterias.

FOTO: BALAY (GRUPO BSH)



Inverter. Muchos fabricantes están incorporando este tipo de motores en sus frigoríficos, mejorando así su eficiencia y durabilidad y reduciendo el nivel de rumorosidad. Por ejemplo, Díaz habla del compresor ‘Zen Inverter’ de Whirlpool.

Versatilidad. El responsable de CNA Group pone el foco en la capacidad de algunos de sus equipos de convertir la zona de congelación en refrigeración mediante la función ‘superfreeze’. Asimismo, Ristea se detiene en la tecnología ‘My fresh choice’ de sus modelos Cross Door, que permite configurar la parte derecha como frigorífico o congelador. Cuerda también destaca el cajón telescópico ‘Long Temp’, que permite seleccionar la temperatura de conservación de los alimentos en un rango de -2°C a 3°C. Y en arcones congeladores, se refiere a la función ‘Dual’, que ofrece la opción de convertir en frigorífico o congelador, en función de la necesidad del usuario.

Panel de cristal. LG destaca su tecnología ‘Instaview’, “un elegante panel de cristal que permite ver el interior sin necesidad de abrir la puerta”, con el consiguiente ahorro energético.

Cajones de acceso directo. Alonso pone el acento en la eficiencia de sus equipos con cajones de acceso directo. Al no tener que abrir todo el compartimento del congelador, se evita la pérdida de temperatura.

Iluminación. La Directora de Marketing de Miele reseña su ‘Flexilight 2.0’, un listón led que se coloca individualmente en el interior y ofrece una iluminación personalizada.

Conectividad. El responsable de BSH se detiene en los avances en torno a la conectividad. Por ejemplo, sus equipos son capaces de identificar alimentos e indicarnos si están colocados en el lugar idóneo. Y también es posible ver el contenido del frigorífico cuando estamos en la tienda. Asimismo, Alonso adelanta que Haier introducirá nuevas funciones en su app ‘hOn’. Por ejemplo, utilizará la geolocalización para sugerir la temperatura ideal, en función de los hábitos de compra y las condiciones meteorológicas, y para detectar cuándo estamos en el supermercado, calculando el tiempo que tardaremos en llegar a casa para ir preparando la temperatura. También se incorporará ‘Visual MyZone’, que mostrará las



FOTO: FAGOR

condiciones óptimas de refrigeración para el alimento en el cajón ‘MyZone’; o la función ‘My Inventory’, que permitirá llevar un control de la lista de la compra.

Placas

Zonas extra grandes y flexibilidad. Los fabricantes están incorporando en sus placas zonas extragrandes, de más de 30 cm de diámetro. Asimismo, algunos equipos disponen de zonas flexibles, que permiten combinar varias zonas de cocción para hacerlas más grandes. Y también encontramos placas de “inducción total”, que permiten colocar los recipientes en cualquier lugar de la placa, sin importar su posición o tamaño.

Programas y funciones especiales. Muchas marcas están introduciendo programas automáticos para hervir, cocinar a fuego lento, preparar carne al grill, derretir o mantener calientes los platos preparados, etc., así como la habitual función ‘turbo’ o ‘booster’.

Aspiración de superficie. Cuerda se detiene en la combinación de placas de flexinducción con aspiración de superficie. “Ahorra espacio, sin renunciar a ninguna prestación”, afirma.

Sonda. Grupo Electrolux se refiere a la sonda térmica inalámbrica de las nuevas placas AEG, que mide la temperatura interior de los alimentos e indica a la placa los ajustes de temperatura necesarios.

Conectividad. La Directora de Marketing de Miele cita la función ‘CookAssist’, que da acceso a una guía paso a paso a través de la app ‘Miele@home’. Y Sin Use también pone el acento en la conexión entre placa y campana que ofrecen cada vez más equipos, facilitando su sincronización y permitiendo el encendido y ajuste automático de la potencia de extracción.

También en gas. La responsable de Haier habla del quemador de doble corona y la tecnología ‘PreciFlame’ con 9 niveles de potencia de las placas de gas.



taurus

**Great
moments**

Crea momentos inolvidables en tu cocina



**CAST
ALUMINIUM**
PREMIUM
FUNDICIÓN DE ALUMINIO
INDEFORMABLE





FOTO: WHIRLPOOL

Hornos

Microondas+radiación. Cuerda cita la combinación de microondas y resistencias tradicionales, que permite reducir el tiempo de cocción y el consumo energético, “sin renunciar al sabor y texturas y acabados que se consiguen con un horno tradicional”.

Vapor. Los hornos que introducen cocción con vapor es una tendencia clara. Royo habla de ‘SteamSolutions’ de Beko, “capaz de inyectar vapor en la cavidad del horno de manera automática o manual, logrando platos mucho más jugosos y saludables”, anota. Además, esta tecnología facilita la limpieza en profundidad del horno.

Cocción dual. La responsable de Miele destaca a función ‘Mix & Match’, que permite cocinar o calentar distintos alimentos juntos en el horno, aunque necesiten distintos tiempos y temperaturas de cocción.

Circulación del aire y distribución del calor. Ristea se detiene en la funcionalidad ‘Even Bake’, que permite una circulación óptima del aire caliente en el horno. El responsable de Beko también destaca la tecnología ‘AeroPerfect’, que utiliza un flujo constante de aire caliente en el horno para minimizar la variación de temperatura. Y Díez se detiene en el nuevo sistema de distribución del calor de Smeg, gracias al rediseño de las ranuras de la parte posterior del horno, donde se emplaza en ventilador, incluyendo aberturas circulares concéntricas para un reparto más homogéneo y rápido.

Funciones especiales. Los hornos Steak Master de Teka cuentan con 20 programas automáticos para cocinar carne a la parrilla, dependiendo del tipo de carne, corte y punto deseado, además de la tecnología ‘SteakGrill’, con dos placas cerámicas y parrilla de hierro fundido. Asimismo, su horno AirFry dispone de la bandeja ‘FryMaster Box’, que permite freír casi sin aceite alimentos como patatas, alitas de pollo, etc., de forma sana

y rápida. Igualmente, Ristea habla del sistema ‘Air Fry’ de Hisense, que utiliza ventiladores de convección de alta velocidad para freír los alimentos.

Eficiencia. Sin Use destaca innovaciones orientadas a la eficiencia, como la mejora de los aislamientos y el desarrollo de puertas frías.

Inteligentes y conectados. El responsable de BSH cita algunas de las posibilidades que ofrece la conectividad, como la apertura de la puerta del horno mediante la voz o la posibilidad de seleccionar programas, lanzar los ajustes directamente al horno para cocinar una receta o precalentar el horno de forma remota. Lucas también recalca que los nuevos hornos de vapor de Fagor incorporan prestaciones como recetas integradas. Por su parte, la responsable de Haier cita la incorporación de inteligencia artificial y del conjunto de tecnologías ‘Cook With Me’ en sus hornos, con funciones como ‘PeciTaste’, una cámara integrada dentro del horno que identifica el tipo de alimento y establece el ciclo de cocción ideal. Asimismo, la app ‘hOn’ permite disfrutar de recetas a través de videotutorial y programas de cocina que preconfiguran sus aparatos, además de ser compatibles con los asistentes Amazon Alexa y Google Home. Por otro lado, la compañía pone el acento en la incorporación de pantalla TFT de control táctil en su horno I-Touch, que también se puede configurar mediante la app ‘hOn’.

Igualmente, Grupo Electrolux destaca la integración de cámaras en el interior de los hornos AEG CookView, “para poder seguir el proceso de cocina desde cualquier lado”, así como la app ‘My AEG App Kitchen’, que permite controlar todas sus funciones. Por su parte, Reque habla del sistema ‘TasteControl’ de Miele “que entra en acción cuando

se detecta un exceso de calor”, evitando que los alimentos se cocinen demasiado.

Campanas extractoras

Inverter. Muchas marcas están incorporando motores inverter, logrando un ahorro en el consumo energético de hasta un 85% frente a los antiguos equipos.

Mejor iluminación. Moisés Castillo, Director Comercial de Inoxpan, fabricante de Pando, habla de su sistema de iluminación led, que permite regular la tonalidad e intensidad para crear diferentes ambientes.

Nuevos filtros. Elica detalla que sus equipos pueden usar filtros especiales ‘long life high performance’, “que garantizan umbrales de filtración superiores a un 80%”. Castillo también se refiere a los filtros de 9 capas, así como los filtros de carbón activado de alta eficiencia de sus campanas con sistema de recirculación.

Autoregulación y conectividad. Cuerda pone el acento en el sistema de regulación automática que ofrecen las nuevas campanas, que se encienden sin necesidad de tocar ningún botón y se ajustan en función de lo que el usuario esté cocinando. Y si no se desea vincular placa y campana, también se pueden manejar desde paneles táctiles o mediante control remoto. Igualmente, la responsable de Smeg cita su sistema ‘Autovent’, mientras que Castillo destaca el sistema ‘AirLink’ de Pando, que vincula ambos equipos y conecta la iluminación al encender la placa, pone en marcha el motor al empezar a cocinar, regula la potencia de la campana en función de la necesidad y permite manejar manualmente la campana desde los mandos de control de la placa. Además, adelanta que la nueva app de Pando saldrá antes de acabar el año, incorporando control remoto, ajustes de calidad del aire, avisos de mantenimiento de filtros, etc. Elica también habla de su tecnología ‘Airmatic’, con sensores capaces de distinguir la calidad de los humos y de los tipos de cocción y combinar esta información con la del número y la potencia de las zonas de inducción utilizadas. Asimismo, recalca la posibilidad de gestionar a distancia el funcionamiento de la

FOTO: NODOR (CNA GROUP)





HORNO AIRFRY

Placer sin remordimiento

Patatas sanas y crujientes en el nuevo horno con función AirFry



Donde se cocina la vida

campana: encendido y apagado, potencia de aspiración, iluminación, mantenimiento, etc. Incluso es posible interactuar por voz a través de Amazon Alexa y la app 'Elica Connect'.

Nuevas opciones. Están ganando presencia soluciones como las campanas de techo con instalación ultraslim o las campanas con motor exterior, para su instalación en el tejado.

PAE de cocina

Robots de cocina. Moulinex, marca de Groupe SEB, destaca la báscula integrada y la pantalla digital de 7" del robot Click & Cook. Además, incluye 600 recetas programadas en 12 categorías, a las que se puede acceder a través de su pantalla. En la gama alta de producto, la firma habla de iCompanion Touch XL, con gran capacidad -hasta 10 comensales-, pantalla táctil de 4,3" y que guía paso a paso al usuario en la elaboración de recetas. Además, dispone de una app que permite consultar numerosas recetas creadas por Moulinex y por la comunidad de usuarios, gracias a su conectividad WiFi. Otra innovación es la función 'Mi nevera', que permite utilizar los ingredientes disponibles en la nevera con recetas propuestas por el robot para aprovechar estos alimentos.

Grupo De'Longhi cita las innovaciones de los equipos Cooking Chef XL de Kenwood, que ofrece un amplio rango de temperatura para cocinar todo tipo de recetas, una mejorada báscula integrada y una nueva interfaz de usuario. Además, ha renovado su kCook Multi Smart, incorporando el accesorio 'Direct Prep', que tritura, corta y rebana. María José Barboza, Marketing Communication Manager de Spectrum Brands Iberia, propietaria de marcas como Remington o Russell Hobbs, destaca la versatilidad de la Multicooker Good to Go de Russell Hobbs, puesto que combina 8 funciones: mantener el calor, sellar, hervir, cocinar al vapor, arrozera, rustir, cocción lenta y sous vide.

FOTO: KENWOOD (GRUPO DE'LONGHI)



Y Sogo también habla de su robot de cocina con pantalla táctil, 8 funciones preestablecidas (amasar, vapor, cocción lenta, hervir, procesador de alimentos, picar, turbo y pesar), dos modos de cocción, 12 niveles de velocidad y múltiples accesorios. Además, su recetario se puede actualizar por WiFi.

Batidoras. Moulinex habla de su nueva gama 'Eco-Respect' -batidoras de vaso, batidora de mano, picadora y rallador-, elaborada con materiales con al menos un 51% de plástico reciclado, libres de BPA y reciclables hasta un 95%. Y Grupo De'Longhi se detiene en las nuevas tecnologías de la nueva serie 9 de Minipimer de Braun, 'Active PowerDrive' y 'ActiveBlade', que ofrecen un mayor rendimiento.

Freidoras sin aceite. Moulinex pone el foco en el lanzamiento de una freidora sin aceite que no solo fríe sin aceite, sino que también ofrece función grill, permitiendo cocinar carnes y verduras con la parrilla incluida. Además, dispone de pantalla táctil para facilitar su manejo. Y Sogo destaca que sus equipos disponen de cajón extraíble con revestimiento antiadherente, pantalla led, panel de control táctil y temporizador.

Hornos multifunción. Sogo hace hincapié en estos hornos, que combinan el horneado con freidora, deshidratador y asador. Disponen de carcasa de acero inox con puerta de doble vidrio, pantalla digital, botones multifunción y 8 menús preestablecidos.

Cafeteras. Grupo De'Longhi se detiene en las innovaciones de sus cafeteras



FOTO: MOULINEX (GRUPO SEB)

superautomáticas. Por ejemplo, la cafetera Primadonna Soul cuenta con la tecnología 'Bean Adapt', que permite configurar parámetros específicos para moler e infusionar el grano de manera que se produzca una extracción perfecta del café y se resalten sus aromas. Asimismo, incluye recetas que permiten elaborar hasta 18 bebidas con o sin leche desde la app 'Coffe Link'. Por otro lado, la cafetera Dinamica Plus dispone de un sistema inteligente que guarda en el panel de bebidas aquellas usadas con más frecuencia, así como el sistema 'Latte Crema' para realizar bebidas con leche o la función de autolimpieza de las piezas que entran en contacto con leche.

Rosa Zaragoza, Country Manager de Jura, destaca la incorporación de la tecnología 'Cold Extraction Process' en sus cafeteras superautomáticas. "El agua fría se filtra lentamente por el café recién molido mediante un flujo continuo de impulsos. El resultado es una manera totalmente nueva de disfrutar el café: refrescante, energética y con un aroma totalmente equilibrado. El artífice de todo ello es el mecanismo de molienda de reconocimiento de producto (PRG), que detecta la especialidad seleccionada para adaptar de forma rápida y precisa el grado de molienda", especifica. Además, su manejo se simplifica gracias a la app móvil 'J.O.E.', que permite usar la máquina sin contacto físico. Por otra parte, sus equipos disponen de función 'Zero-energy switch', que desconecta la cafetera de la red eléctrica y reduce el consumo de energía en modo de espera a menos de 0,1 vatios.

PAE de hogar

Aspiradores escoba. Reque destaca los nuevos aspiradores 3 en 1 de Miele, que ajustan su potencia de manera automática, en función del tipo de suelo a limpiar, y que incorporan la tecnología 'Vortex', con mayor poder de aspiración, aprovechando la fuerza centrífuga para generar una corriente de aire de más de 100 km/h. Asimismo, cuentan con filtros 'Hygiene Lifetime' o 'HEPA Lifetime'. Además, disponen de un diseño que permite utilizar su motor 'PowerUnit' en tres

SOGO®

Human Technology

Horno freidora de aire, deshidratador y asador

Nuevos hornos para cocina saludable y de alta calidad



RECETARIO
INCLUIDO



SS-10495



**1800W
MAX**

POTENCIA

30L

CAPACIDAD

**30-
230°C**

CONTROL DE
TEMPERATURA

18

MENÚS
PREESTABLECIDOS

12h

TEMPORIZADOR



PANTALLA
TÁCTIL

TECNOLOGÍA
**DUAL
COOK**



SS-10490



**1500W
MAX**

POTENCIA

18L

CAPACIDAD

**40-
230°C**

CONTROL DE
TEMPERATURA

8

MENÚS
PREESTABLECIDOS

**60
min**

TEMPORIZADOR

LED

PANTALLA
DIGITAL



PINCHO PARA POLLO



PINCHO ROTISSERIE
GIRATORIO



MANGO PARA
EXTRAER LOS
ACCESORIOS



BANDEJA
PARA HORNEAR



CESTA
PARA FREIDORA



PIEDRA PARA
PIZZA 25CM



JAULA RODANTE



REJILLA PARA
VAPOR

www.sogo.es



FOTO: IROBOT

posiciones diferentes, ya sea en la parte superior o en la inferior.

B&B Trends, fabricante de Ufesa o Di4, entre otras marcas, recalca la incorporación del motor brushless en sus nuevos modelos. También hace hincapié en la eficiencia de los adaptadores de carga. Y Rowenta, marca de Groupe SEB, destaca la incorporación de pantalla de control digital con información sobre la autonomía, función 'Boost', cabezal 'Deep Power LED', tubo flexible con posición 'Stop&Go' para usar el aspirador de mano, filtro HEPA, etc.

Por su parte, Rocío Alcántara, Marketing Manager de Ziclotech, destaca sus aspiradores sin cable, con pantalla, batería extraíble, etc. También cuenta con equipos que friegan y aspiran a la vez, como los de la marca Tineco, que separan agua limpia y sucia en dos tanques diferentes para una limpieza de calidad. Además, los aspiradores de esta enseña disponen de gestión inteligente de la batería y un sensor que detecta la suciedad que entra para ajustar la potencia. Asimismo, los equipos de la marca Roidmi disponen de una

FOTO: KÄRCHER



app para gestionar su mantenimiento y modificar sus funcionalidades.

Robots aspiradores. En la categoría de robots aspiradores, iRobot ha presentado la actualización de su plataforma 'iRobot Genius', que permite a los usuarios recibir de forma automática nuevas funcionalidades en sus robots Roomba conectados. Un ejemplo es la función de limpieza mientras el usuario está fuera del hogar, adaptándose a sus horarios. A través de la geolocalización de su smartphone, el usuario puede definir una zona para que el robot se active automáticamente o pare cuando abandone o vuelva a dicha área. Sus robots también ofrecen el tiempo estimado de limpieza a través de la app 'iRobot Home', así como la 'caja de tiempo de limpieza', estableciendo limpiezas predefinidas, con intervalos de 15 a 45 minutos, para que no interrumpan sus tareas. Además, la función 'Zona de limpieza' permite que sus dispositivos sean enviados justo donde es necesario limpiar. Igualmente, estos aparatos emplean inteligencia artificial para aprender automáticamente a detectar la suciedad y sugerir la limpieza alrededor de objetos como sofás, mesas, etc. Y también es posible personalizar un 'mapa inteligente', definiendo zonas de limpieza para áreas específicas. Y sus robots conectados pueden ser controlados por voz desde dispositivos Alexa o Google Assistant. Además, sus robots se pueden vincular con otros dispositivos inteligentes del hogar para saber cuándo no hay nadie en casa para empezar a limpiar. Por otro lado, los aspiradores Roomba pueden vincularse con los robots friegasuelos Braava Jet, coordinándose para aspirar primero y fregar después. Por último, los aspiradores con estación 'Clean Base' ofrecen la función de vaciado automático, permitiendo que el usuario se olvide de esta tarea durante meses.

Por su parte, Rowenta destaca la conectividad de sus robots, compatibles con los asistentes de voz de Google, Amazon y Siri. Además, sus equipos disponen de navegación "ultraprecisa", gracias a la combinación de tecnología láser, cámaras y sensores, evitando obstáculos y permitiendo un mapeo permanente, pero garantizando la protección de datos de los usuarios, que se almacenan en la UE. Igualmente, los robots de Sogo ofrecen mapeo giroscópico o láser+giroscopio y control por app o por voz, con Alexa o Google Home. Grupo Electrolux también

destaca la conectividad de sus robots aspiradores gracias a la app 'RX', que permite ver su recorrido y seguir el progreso de limpieza desde fuera de casa. Y la Marketing Manager de Ziclotech indica que sus robots de la marca Tesvor incluyen una app propia, además de control por voz con Alexa o Google Home.

Friegasuelos. Los robots Braava de iRobot comparten muchas de las funciones de los aspiradores: mapeado inteligente, autoaprendizaje, control por voz o mediante la app 'iRobot Home', etc. Además, son capaces de seleccionar automáticamente el modo de limpieza en función del paño escogido y distinguir entre el modo de fregado y el de mopa en seco. Otra de sus innovaciones es el pulverizado de chorro a presión, que desincrusta la suciedad y manchas adheridas.

Hidrolimpiadoras. José Manuel López Colete, Director de Retail de Kärcher, destaca el lanzamiento de la app 'Home & Garden' para sus hidrolimpiadoras, con la que es posible acceder a consejos de limpieza. Además, en los modelos 'Smart Control' con conectividad bluetooth es posible transmitir los parámetros de limpieza seleccionados desde la app móvil a la pistola, sin tener que seleccionar ni potencia ni tipo de lanza.

Planchado. B&B Trends ha presentado una plancha 'ECO', que ofrece ahorros del 25% de energía y 35% de agua, así como una plancha con tecnología 'Healthy', "que elimina el 99,9999% de los virus y bacterias de la ropa", explica. Asimismo, la compañía destaca sus centros de planchado con depósito extraíble o sus planchas con tecnología 'SmartCare Temp'. Russell Hobbs también ha presentado sus planchas Steam Genie Aroma, que "eliminan el 99,9% de las bacterias en 60 segundos y permiten eliminar los olores aplicando tus propios aromas personalizados", detalla Barboza. Además, esta plancha vertical dispone de una placa metálica caliente de planchado, generación de vapor de 30 g con botón de vapor bloqueable, hasta 6 minutos de vapor, etc. Por su parte, Grupo De'Longhi incide en los avances en torno a la eficiencia que aportan los centros de planchado CareStyle Compact y CareStyle 7 de Braun, "que planchan un 50% más rápido para poder ahorrar tiempo, esfuerzo y energía".

Tratamiento del aire. Esta categoría ha adquirido gran protagonismo como consecuencia de la crisis sanitaria. Son muchas las compañías que han lanzado nuevos productos en esta gama, como purificadores con filtros HEPA o EPA capaces de eliminar más del 99% de las partículas de menos de 0,3 micras, incluyendo virus, bacteria y alérgenos. Algunos de estos aparatos disponen de pantalla TFT donde visualizar información acerca de su funcionamiento. Y otros incluso ofrecen conectividad WiFi, pudiendo ser controlados y monitorizados de apps o a través del Asistente de Google o Alexa. Rowenta detalla que estas

apps permiten controlar remotamente el aparato, programarlo, realizar el seguimiento del estado del aire, etc.

Cubos inteligentes. Alcántara destaca los cubos de basura inteligentes de la marca Townew. Cuentan con sensor de apertura y cierran automáticamente la bolsa con un sellado termoplástico al detectar que está llena, reemplazándola por una nueva.

PAE de cuidado personal

Cuidado del cabello. “Estamos trabajando en nuevas líneas de cuidado personal que aportan queratina para dar un cuidado extra a nuestro cabello; motores de más larga duración, para ofrecer una calidad adicional en nuestros productos; y acabados premium que sintonicen con las últimas tendencias del mercado”, detalla B&B Trends. Por su parte, Barboza destaca el lanzamiento de una gama de plancha, secador y rizador cónico con inteligencia artificial. Gracias a un microprocesador integrado en estos productos, almacena información del tipo de cabello y moldeado que se está haciendo para ajustar la temperatura óptima para conseguir el mejor resultado y proteger el cabello.

Cuidado la piel y el cuerpo. Rowenta pone el foco en el lanzamiento de su gama de masajeadores



FOTO: HOOVER

faciales -antiedad y reafirmante- o sus masajeadores anticelulíticos

Aire acondicionado

Refrigerantes. “Estamos innovando para desarrollar soluciones más sostenibles, con la utilización de refrigerantes respetuosos con el medioambiente”, anota Jordi Clotet, responsable de Marketing de Panasonic

Heating & Cooling Solutions. Por ejemplo, los fabricantes de aire acondicionado están empleando gases como el R-32 o CO₂.

Calidad del aire. El representante de Hisense indica que sus nuevos equipos incluyen filtros ‘HI-NANO’, que producen iones que se adhieren a la superficie de bacterias o virus convirtiéndose en hidroxilo (OH) y extrayendo hidrógeno (H) de la proteína de la superficie, transformando las partículas virales en moléculas de agua. Además,

NUEVA CAFETERA MILAZZO

Para amantes del buen café



Gracias a su potencia de 1350W y con el sistema **Thermoblock** conseguirás un calentamiento más rápido y eficiente. La cafetera Milazzo cuenta con **manómetro** que nos permite ver la presión a tiempo real, y nos presenta un diseño slim sin renunciar a su gran **depósito** de 1,4L. Podrás disfrutar tanto del **café molido** como en **monodosis**.

ufesa
Feel like home
ufesa.com



FOTO: OPPO

la firma cuenta con equipos capaces de renovar el aire del interior del hogar al usar aire del exterior y expulsar el aire viciado al exterior. En esta misma dirección, Clotet destaca la tecnología 'nanoe' de Panasonic, capaz de inhibir virus y bacterias con radicales OH.

Conectividad. Ristea indica que los aires acondicionados Hisense pueden ajustarse con un dispositivo móvil y conexión WiFi mediante la app 'HiSmart Life', que también es compatible con Alexa y el Asistente de Google, permitiendo la interacción por voz. Igualmente, el responsable de Panasonic indica que varias de sus gamas incluyen opción de conectividad WiFi, pudiendo controlarse desde la app móvil 'Confort Cloud' o con asistentes de voz.

Compactos. Clotet recalca el lanzamiento de unidades compactas, con un chasis de apenas 779 mm de ancho, manteniendo un elevado nivel de potencia y eficiencia.

Aeroterminia. La penetración de los sistemas aire-agua multifunción (frío+calor+ACS) está aumentando considerablemente en España. Sus innovaciones pasan por la incorporación refrigerante respetuosos con el medio ambiente,

la combinación energía solar, inclusión de conectividad, etc.

Electrónica de consumo

Imagen. LG destaca los nuevos televisores OLED, OLED evo, QNED y NanoCell, "que suponen un salto cualitativo enorme en retroiluminación". Además, cuentan con tecnología 'ThinQ AI'. Y en proyectores, se refiere a su sistema láser dual con calidad de imagen 4K y color de 10 bits, incluyendo modelos con Smart TV integrado; así como sus equipos con batería integrada, con autonomía de hasta 2,5 horas.

Sonido. LG habla de sus nuevas barras de sonido con 'Dolby Atmos' y 'DTS:X', así como los auriculares con cancelación activa del ruido o limpieza por luz ultravioleta 'UVnano', "que elimina las bacterias en un 99,9%", detalla la compañía. Por su parte, Enrique Moya, Training Manager de Oppo España, hace hincapié en la conectividad 5.2 de sus auriculares inalámbricos. Y en audio doméstico, Raúl Centeno, Marketing & New Business Manager de SIT & B, destaca dos tendencias. La primera es el 'revival' del audio analógico clásico de los discos de vinilo, innovando para conseguir el mejor sonido. Por ejemplo, habla de los tocadiscos Rega, que han mejorado el material de construcción de sus zócalos para que absorban vibraciones y no se generen ruidos en la reproducción, o los aparatos Technics, que han mejorado su tracción directa en el giro, aportando mayor estabilidad y precisión. La segunda tendencia es el audio digital no físico o streaming, ya sean canciones propias almacenadas en discos duros o a través de Spotify, Tidal, Qboud, etc. En esta línea, se refiere a altavoces con amplificación interior como los de AudioPro, que se

puedan conectar al router o a la red doméstica, pudiendo incluso sincronizar varios dispositivos en diferentes estancias de la casa.

Telefonía fija. Felipe Martín, Director General de Gigaset Communications Iberia, destaca las posibilidades que brindan sus nuevos teléfonos inalámbricos, que combinan la comunicación inalámbrica de audio HD con la integración de datos, vídeo, correo electrónico y mensajería instantánea. Además, pone el foco en sus terminales orientados al público senior o con necesidades especiales, con teclado ergonómico, de gran tamaño, sonido de alta definición y pantallas que facilitan la visualización. Centrándose en los teléfonos de sobremesa para el entorno profesional, la innovación pasa por la multifuncionalidad, con dispositivos equipados con Android, conexiones y puertos USB, micro SD, bluetooth, HDMI, LAN, WiFi, RJ-9 y EHS.

Telefonía móvil. El responsable de Oppo reseña la llegada del 5G a todas sus gamas de producto. Además, la firma ha desarrollado una eSIM compatible con 5G, en colaboración con Thales. También destaca funcionalidades como la 'Vídeo Grabación Nocturna', que ofrece gran calidad en condiciones de menor visibilidad. Asimismo, se detiene en el desarrollo de una lente microscópica con aumento 60x. "Podemos tener un microscopio en nuestra mano", afirma. También en el ámbito de la imagen, habla del modo 'LOG', que permite grabar vídeos de calidad profesional. Por otro lado, pone el foco en su nuevo acabado 'Oppo Glow', compuesto por materiales de cristal esmerilado de varias capas, con el que se consiguen mejores acabados estéticos y mayor resistencia a golpes y arañazos. Finalmente, destaca su sistema de carga superrápida 'SuperVOOC 2.0', que permite alcanzar el 100% de batería en poco más de 30 minutos, empleando un voltaje de 65 W. Por su parte, Martín remarca la inclusión de funciones como carga inalámbrica, sistema NFC y opciones como 'Zero Touch'.

Smart Home. El Director General de Gigaset Iberia destaca su gama de productos 'Smart Home', "un conjunto de soluciones inteligentes que aumentan la comodidad y la sensación de seguridad", como sensores de movimiento, sistemas de alarma, detectores de humo, cámaras inteligentes, sistemas de control de calefacción y de iluminación, timbres inteligentes, etc. "Todos los elementos están conectados con la app 'Gigaset Elements', que avisa de los propietarios de la vivienda de cualquier comportamiento sospechoso e inusual en el domicilio. Además, permite programar o tener el control de la iluminación del hogar gracias a los enchufes inteligentes, o conseguir una temperatura óptima de las habitaciones con el sensor de clima", apunta.

Dispositivos deportivos. Vanessa Garrido, Marketing Manager de Garmin Iberia, destaca entre

FOTO: LG



sus principales innovaciones la optimización del diseño y los materiales de sus relojes deportivos -pantallas Corning Gorilla o AMOLED-, la inclusión conectividad bluetooth y WiFi, la incorporación de herramientas de seguimiento y seguridad, la mejora de la capacidad de la batería e incluso el impulso de la carga solar, mediante la tecnología 'Power Glass', una fina capa de células solares fotovoltaicas ubicadas en la lente del reloj. "La conectividad mediante el reloj es un punto clave -mensajería, correo electrónico, llamadas...- y gran parte de nuestros relojes cuentan con tecnología bluetooth, y también WiFi, para actualizaciones de software y otras funciones. Esto se relaciona directamente con un mejor y mayor seguimiento, al posibilitar a los contactos del usuario que estén al tanto de la actividad que está realizando su familiar y amigo e, incluso, permitir que el reloj alerte a determinados contactos si se produce algún incidente", especifica.

Garrido hace especial hincapié en este aspecto. "La tecnología LTE permite estar conectado en todo momento sin necesidad de disponer de un teléfono móvil o una aplicación para ello, tan solo con el reloj en la muñeca. Cuando el usuario está entrenando o compitiendo, podría solicitar ayuda, si la necesita, y mantenerse conectado con sus principales contactos sin necesidad de llevar el teléfono móvil. Así, si el

usuario se siente inseguro o el propio reloj deportivo detecta que ocurrió un incidente, las funciones de asistencia y detección de incidentes enviarán un mensaje con su ubicación a los contactos de emergencia previamente elegidos. Además, el reloj puede enviar automáticamente el nombre y la ubicación del usuario a Garmin IERCC, un centro de coordinación de respuesta de emergencia profesional con personal disponible las 24 horas, los 7 días de la semana, destinado a contactar y coordinar con los servicios de emergencia u otros para poder brindar la asistencia necesaria". Estos dispositivos también están incluyendo nuevas herramientas para el día a día, como la posibilidad de realizar pagos con el reloj o el seguimiento de aspectos concretos de la biología femenina, como el embarazo o el ciclo menstrual.

Además, junto a los relojes específicamente diseñados para corredores y otros deportistas, la firma cuenta con una gama de dispositivos -ciclocomputadores, potenciómetros y radares- para la práctica del ciclismo, que presta especial atención a la



FOTO: GARMIN

seguridad. "Combinan navegación de última generación, información detallada sobre el rendimiento y funciones de rastreo, entre otras muchas cuestiones", detalla Garrido.

Periféricos y accesorios. Jorge Peiró, Product Manager de SilverHT y Smile, marcas de Silversanz, destaca el lanzamiento de nuevos teclados inalámbricos con batería de litio de hasta 30 días de duración, fundas para tablet de poliuretano 'Wave' antiimpactos y antimachas, ratones de gaming con skates de politetrafluoroetileno (PTFE) con alta resistencias térmicas y ejes redondeados que facilitan el deslizamiento o su adaptador Type-C hub 11 en 1 con el sistema de carga inalámbrica 'Qi'.



Especialista europeo de servicios en RECAMBIOS Y ACCESORIOS

para profesionales del sector

NUESTROS SERVICIOS

Disponibilidad Otro servicios

- Más de 200 fabricantes
- Más de 3.000 marcas.
- Más de 400.000 referencias en stock.
- Más de 2,8 millones de aparatos referenciados
- Más de 15 millones de referencias
- 95% de disponibilidad
- WebApp
- EURAS
- SpaceShop
- Acceso a despieces, fotos y manuales
- Entrega 24/48h y 72/96h
- Para más información, consultar www.aswo.es

NUESTROS CENTROS LOGÍSTICOS

Con 45 años de experiencia, llegando a más de 110.000 clientes a través de nuestras 28 presencias europeas.

 33.000 m² de almacén | 366.690 ubicaciones
 12.000 m² de almacén | 110.000 ubicaciones

Horarios de apertura: de lunes a viernes de 8:00 a 20:00h.

ASWO Ibérica S.L.U. | Paseo Ferrocarril, 337 / 1º 2ª | 08860 Castelldefels | Barcelona Tel: 902 342 626 / 936 333 980 | Email: iberica@aswo.com | Web: tienda.aswo.com



Cenor electrodomésticos acoge la presentación del nuevo pivot del Monbus Obradoiro



El Monbus Obradoiro presentó junto a Cenor electrodomésticos uno de sus nuevos fichajes para esta temporada, el pivot Viny Okouo. El acto tuvo lugar en la tienda Star Center Santiago, del Grupo Cenor, patrocinador y miembro del Consejo de Administración.

A este acto acudieron Moncho Fernández, entrenador del club, y el equipo Cenor, además de diferentes medios de comunicación. Leticia Fernández, directora de Marketing de Cenor, reafirmó la gran vinculación de la marca con el deporte a través de sus múltiples patrocinios, haciendo hincapié en la relación tan especial que mantienen con el club obradoirense desde hace más de 12 años.



El Obradoiro se trata de un club con el que Cenor se siente muy identificado, ya que demuestra y comparten que se pueden hacer grandes cosas desde la humildad, el trabajo duro y la seriedad.

El entrenador del equipo, Moncho Fernández, confesó que "estar en la presentación en Cenor siempre es muy importante porque sentimos su apoyo muy de cerca, sabemos que son uno

de los nuestros. Formáis parte de la familia y agradecemos mucho vuestro apoyo". El nuevo jugador también tuvo ocasión de agradecer tanto a su patrocinador como a su entrenador y compañeros la acogida en el equipo.

Sin duda el deporte sigue estando presente en la empresa, que año tras año apadrina y apoya a sus equipos locales para seguir creciendo y promover valores tan importantes como el esfuerzo y el trabajo en equipo.

MCR añade a su portfolio Enterprise las soluciones de Omada de TP Link



MCR, primer mayorista de capital nacional en el mercado español de tecnología, ha anunciado la incorporación a su portfolio de las soluciones de networking TP-Link Omada. El mayorista, que venía



ya distribuyendo la oferta del fabricante para consumo y PYME, añade ahora a su catálogo una amplia gama de soluciones para grandes empresas, como redes definidas por software (SDN) con acceso a la nube, entre otras.

TP-Link Omada es una plataforma cloud Inteligente bajo el modelo de redes definidas por software (SDN) que integra dispositivos para proporcionar gestión cloud totalmente centralizada y conexiones sin interrupciones para su uso en todo tipo de entornos.

La tecnología Omada aporta administración centralizada en la nube, aprovisionamiento sin intervención, inteligencia artificial, monitorización inteligente a través de un sencillo dashboard, seguridad avanzada con VPN segura y cifrado de alto nivel, y disponibilidad del 99.99% por SLA, con gestión cien por cien desde la nube.

La oferta incluye sistemas como los switches de la familia JetStream, los routers de la gama SafeStream o los controladores de acceso a la nube OC200 y OC300, entre otros. La última innovación se ha producido recientemente con la incorporación de los nuevos puntos de acceso EAP620 y EAP660, que son los primeros modelos de la compañía con tecnología WiFi 6.



Eurofred presenta su catálogo de Calidad del Aire Interior



Eurofred, compañía que se ha consolidado como un partner para todos los profesionales que requieren una solución integral a sus necesidades de climatización, aire industrial, calidad ambiental interior, refrigeración y equipamiento para el sector Horeca, presentó al pasado mes de junio su nuevo catálogo de Calidad del Aire Interior, que incluye la última tecnología CAI, soluciones de ventilación y purificación para garantizar espacios seguros, libres de virus, bacterias, gases y partículas contaminantes proporcionando así aire puro al 99,95%.

Cada persona respira 450 litros de aire por hora - 3.942.000 litros de aire al año. Si tenemos en cuenta que, de media, pasamos un 90% de nuestro tiempo en espacios interiores y que el aire de estos, según la OMS, está entre 5 y 10 veces más contaminado que el exterior, se hace evidente que descuidar la calidad del aire interior puede ocasionar problemas de salud graves y afectar al rendimiento físico e intelectual de las personas.

En su catálogo Calidad del Aire Interior, Eurofred ofrece la tecnología más avanzada en aire interior con una amplia gama de equipos de ventilación y purificación que cubren las necesidades de cualquier sector - residencial, comercial e industrial - y ambiente - centros de salud, gimnasios, centros de estética, escuelas y guarderías, hoteles y restauración u oficinas.

Así, el catálogo incluye soluciones de aportación y tratamiento de aire exterior como unidades de tratamiento del aire y recuperadores de calor de alta eficiencia, que garantizan la eliminación del exceso de CO₂ a través de la ventilación; generadores de aire puro para uso profesional, que filtran y purifican el aire interior generando aire limpio; purificadores de aire para uso doméstico, que eliminan del ambiente partículas suspendidas, humo, olores y cualquier elemento contaminante, y deshumidificadores, que reducen al máximo el nivel de humedad de la sala y mantienen el aire seco y confortable.

Vuelve el Roadshow de Viessmann - La nueva generación se abre camino



las perspectivas económicas. La vuelta a la vida que conocíamos parece estar cada día más cerca.

Para promover este espíritu de cambio, entusiasmo y optimismo y romper de forma segura con las distancias, del 13 de septiembre al 15 de octubre, Viessmann volvió a organizar un Roadshow que pasó por la mayoría de las provincias españolas. El camión ha sido especialmente equipado en la central de Viessmann en Allendorf (Alemania), contando con la nueva generación de calderas y bombas de calor. También presentaron en primicia sus nuevos conductos Vitoair, que permite diseñar todo el sistema de ventilación de una vivienda, sus últimas novedades en servicios digitales y muchas más soluciones innovadoras.



¡Es hora de tomar partido!

Beko

Electrodomésticos con material reciclado



Beko ha presentado una nueva gama de electrodomésticos fabricados con materiales reciclados y biocompuestos, pioneros en el sector, con los que la compañía apuesta por promover un consumo más sostenible y reducir el impacto medioambiental de los consumidores.



Entre tecnología y sostenibilidad es donde se enmarca la nueva gama de electrodomésticos. Para su fabricación se utilizan botellas de plástico, residuos de redes de pesca o hilo industrial, así como biocompuestos como cáscaras de huevo o caña de azúcar. Con el lanzamiento de esta nueva gama la compañía pretende contribuir a crear una sociedad medioambientalmente más sostenible.

Por un lado, la lavadora y la lavasecadora RecycledTub han sido fabricadas con residuos plásticos que han sido transformados en una materia prima alternativa (aproximadamente hasta 60 botellas de PET de 0,5L). Este proceso es pionero a nivel internacional y permite reducir significativamente las emisiones de dióxido de carbono.

El horno RecycledNet, por su parte, ha sido fabricado a partir de residuos extraídos de las redes de pesca e hilo industrial. Concretamente, el 5% proviene de los residuos reciclados de la red de pesca y un 65% de residuos de hilos industriales utilizados en piezas de plástico de la puerta y la cubierta de la pantalla. Además, el 50% de la cubierta interior del horno está fabricada con residuos de hilos industriales.

Llegan a España las nuevas y elegantes tablets

Lenovo

Yoga Tab 13 y Yoga Tab 11



La nueva normalidad ha hecho que cambiemos muchas de nuestras preferencias a la hora de elegir actividades de ocio, de ir a restaurantes a visualizar contenido mediante streaming, jugar, aprender y pasar más tiempo delante de la pantalla. Con esto en mente Lenovo ha lanzado en el mercado español sus nuevas tabletas diseñadas para todo tipo de usuario.



La Yoga Tab 13 ofrece excelentes características de entretenimiento, como la capacidad de reproducir contenido de streaming durante 12 horas con una calidad extraordinaria (1080p). Con menor consumo y menos reflejos que otras pantallas LCD, su gran panel de 13 pulgadas 2K LTPS (Low Temperature Poly-Silicon) ofrece un brillo de 400 nits y una gama de colores 100% sRGB. El panel también está potenciado por Dolby Vision™ HDR, que ofrece unos detalles increíbles, así como una calidad de imagen ultra-nítida. Disfruta de un audio espectacular gracias a los cuatro altavoces JBL®, incluyendo los dos integrados en la innovadora barra de sonido; la función Lenovo Premium Audio se combina con la tecnología Dolby Atmos® para facilitar una experiencia de audio inmersivo.

Ideal para el entretenimiento y aprendizaje en el hogar gracias a su soporte para punteros, la Yoga Tab 11 cuenta con una variante LTE opcional e incluye varias de las características de ocio y productividad de su hermana, la Yoga Tab 13. Este dispositivo cuenta con el veloz y potente procesador MediaTek Helio™ G90T de ocho núcleos, con chip de memoria basado en UFS para un rendimiento de vídeo superior, y una ejecución ágil de juegos, apps y navegación por Internet que facilitan cualquier tarea online. El modo para niños Google Kids Space les permite descubrir, crear y crecer mediante una biblioteca de contenido de calidad (con control parental Family Link). Los más jóvenes podrán dar rienda suelta a su creatividad utilizando el puntero opcional Lenovo Precision Pen 2 en modo inclinado.

Llega la Inteligencia Artificial

Haier

Cube 83 Series 7, FD 70 Series 7 y el combi 3D Series 7



Haier amplía su gama de productos de refrigeración con el lanzamiento de sus nuevos frigoríficos conectados. La compañía ha introducido en su portfolio nuevos modelos que han sido diseñados para crear una experiencia de usuario a medida, única y más innovadora combinando la Inteligencia Artificial con la app hOn, exclusiva de Haier.



La tecnología, conectividad y el diseño premium se unen para simplificar las necesidades de los consumidores. Los nuevos electrodomésticos presentan una amplia gama de innovaciones y tecnologías que se han desarrollado para garantizar las mejores condiciones de conservación y que se adaptan a todos los estilos de vida. Gracias a las funciones exclusivas que proporciona la conectividad de Haier, como por ejemplo el Sistema Proactivo de Ajuste de la Temperatura y a la geolocalización, la App hOn sugiere la temperatura ideal para el frigorífico, según los hábitos de compra y las condiciones meteorológicas.

Los nuevos frigoríficos inteligentes de Haier son capaces de detectar si el usuario está en un supermercado y a través de la app hOn se configura automáticamente la temperatura perfecta para conservar los alimentos, calculando el tiempo necesario para llegar a casa, preparando el frigorífico con las mejores condiciones de conservación, para que una vez se hayan introducido todos los alimentos en su interior, se restablezca la temperatura adecuada un 73% más rápido.

Eliminando el virus SARS-CoV-2 en un 99,97%

Ufesa

Purificador PF3500, PF5500 Fresh Air y PF6500 Clean Air Connect



La gama de purificadores de Ufesa es capaz de atrapar y destruir virus y bacterias con una eficacia de más del 99,97%, incluido el SARS-CoV-2. El valor diferencial de los purificadores de aire Ufesa se encuentra en el innovador y único revestimiento antimicrobiano de los filtros HEPA. Este revestimiento cuenta con un compuesto de amonio cuaternario de organosilano con actividad antibacteriana, antifúngica y antiviral. Su particularidad radica en que es un compuesto orgánico, no tóxico y conservador con el medioambiente capaz de destruir la membrana de bacterias y virus.



Para verificar científicamente la efectividad del revestimiento del filtro HEPA sobre el virus SARS-Cov-2, Ufesa y el Instituto contra la Leucemia Josep Carreras, solicitaron unas pruebas microbiológicas a un laboratorio de grado 3 del Instituto de Salud Carlos III. Las pruebas fueron realizadas en el producto final, siguiendo un protocolo estandarizado, para poder constatar que los purificadores tienen la capacidad de matar el virus SARS-CoV-2 con una eficacia de más de un 99,97%.

El purificador PF3500 está diseñado para superficies de hasta 40m² siendo ideal para estancias pequeñas como una habitación o un despacho. A diferencia del anterior, el purificador PF5500 Fresh Air incorpora un filtro ionizado. En este caso, su alcance abarca superficies de hasta 60m², siendo idóneo para estancias medianas como un salón comedor o salas de oficina.

Por su parte, la unidad PF6500 Clean Air Connect está pensada para espacios más grandes de hasta 115m². Este purificador incorpora un filtro UV Led que permite limpiar el ambiente de la estancia, y un indicador de colores de la calidad del aire para que el usuario pueda controlar la calidad del aire que respira, incluso desde la app Ufesa Connect mediante conexión WiFi.

Las novedades de Fagor que buscan la comodidad en tu cocina

La reconocida marca de electrodomésticos lanza novedades en su gama de hornos y placas de inducción con tecnologías muy intuitivas, fáciles de usar y que se adaptan a todo tipo de cocina.

Cocción al vapor integrada, gran capacidad y funciones uso y mantenimiento que facilitan el día a día

Fagor Electrodoméstico incorpora la tecnología del vapor en su gama de hornos, gracias a la función Full Steam, para cocinar platos con más sabor y textura sin perder las vitaminas y nutrientes de los alimentos. El vapor se distribuye de forma homogénea en el interior del horno para una cocción perfecta y adaptada a cada tipo de alimento. Carnes, pescados, guisos o cocciones que requieren un acabado crujiente y un interior jugoso. El display a color incorpora hasta 25 recetas, 10 de ellas de vapor, para usuarios que todavía están introduciéndose en la cocción con vapor.



Destaca también la gran cavidad de los hornos con una capacidad de 77l y los raíles telescópicos que lo integran, 100% extraíbles y con autofreno. Con ellas se puede acceder fácilmente incluso a los recipientes más pesados; y las guías telescópicas se extraen completamente para que poder sacar la bandeja completamente antes de levantarla.



Además, con el OpenUp, la puerta se abrirá automáticamente con solo pulsarla con el codo. Manipular fuentes y platos ahora es más fácil.

A la hora de limpiar el horno, tarea importante para su buen mantenimiento, el usuario cuenta con la función Steam Clean. La superficie extra lisa del esmalte permite una limpieza muy rápida y fácil. Solo hay que verter medio litro de agua en la bandeja, introducirla en el interior del horno, ajustando la temperatura y el tiempo.

La gama de hornos Vapor se compone de estos cuatro modelos [8H-885ADTFN](#), [8H-875TCB](#), [8H-875TCN](#) y [8H-875TCX](#).

Nuevas placas con zona de inducción flexible

Fagor Electrodoméstico está comprometida en desarrollar productos duraderos y de confianza y con tecnologías específicas. Siguiendo esta línea, lanza las nuevas placas inducción con zona flexible que, gracias a la tecnología AutoBridge, se adapta al tamaño de los recipientes de cocción (plancha, olla, grill...). La solución ideal para comidas familiares y cenas con amigos. La gama de nuevas placas con zona flexible consta de 5 modelos, con medidas 60, 87 y 90cm.



Destaca el uso intuitivo de éstas además de su fácil limpieza con respecto a las vitrocerámicas. El sistema Touch Control Slider, regula la temperatura del fuego con solo deslizar el dedo sobre el panel y la función de mantenimiento del calor permite servir la comida caliente sin que se queme ni se pegue al recipiente de cocción.

También permite hervir agua en menos de 3 minutos; activando la función de ebullición automática con Power Booster se incrementa el poder calorífico para conseguir una mayor temperatura en menos tiempo.

La nueva placa de la firma de electrodomésticos cuenta con sistemas de seguridad como el bloqueo de niños o la función pausa 'stop&go' con la que se puede apagar todas las zonas de inducción activas con un solo click; ésta grabará los ajustes, que se podrán restaurarse haciendo click de nuevo en el momento que se desee.



La gama de hornos Vapor se compone de estos cinco modelos [3IF-ZONE96C4S](#), [3IF-ZONE95AC](#), [3IF-ZONE40BL](#), [3IF-ZONE40BS](#) y [3IF-ZONE30B3S](#).

Con estos productos, Fagor Electrodoméstico amplía su oferta de dispositivos cuyas tecnologías específicas hacen que los electrodomésticos resulten más prácticos y faciliten las tareas del hogar.

**PROMOCIÓN
EXCLUSIVA
INSTALADORES**

Bienvenido a la **Calefacción Inteligente**

Por la compra de **3**
Termostatos Netatmo

Llévate **gratis** tu
**Estación Meteorológica
Inteligente Netatmo**

Pide la tuya en:
legrand.es/promo-termostatos



Temperatura



Humedad



Calidad del aire



Avisos de
ventilación

...y más!

PROMOCIÓN VÁLIDA DEL 1 DE OCTUBRE AL 30 DE NOVIEMBRE*

Disponible en distribuidores adheridos a la promoción,
exclusiva para instaladores profesionales.
No acumulable a otras promociones de Legrand Group.

*Obsequio disponible hasta agotar existencias.

 **Netatmo**

Tu hogar, simplemente
más inteligente

Una marca de  **legrand®**

Lavavajillas BekoAutoDose

Hasta un 28%* menos de consumo de detergente para una vida saludable en un planeta más saludable.



* Para platos ligeramente sucios y uso de detergente en gel

beko