



FOTO: SAMSUNG

# Sostenibilidad, economía circular y gestión de los residuos

## UN SECTOR CONCIENCIADO

Los fabricantes del sector de los electrodomésticos y la electrónica de consumo están muy implicados en la lucha contra el cambio climático. En este reportaje repasamos qué acciones están llevando a cabo en el ámbito de la sostenibilidad, la reducción de la huella de carbono y la transición hacia una economía circular.

Los fabricantes de electrodomésticos y electrónica de consumo son muy conscientes de la importancia de su contribución a la hora de frenar el cambio climático, reducir la huella de carbono y promover una economía más sostenible. Esto se traduce en el diseño de aparatos que no solo consumen menos energía, agua o detergente, sino que también utilizan embalajes o están fabricados con materiales reciclados o de origen biológico, reduciendo el uso de derivados del petróleo y fomentando la circularidad.

Además, muchas marcas demuestran este compromiso medioambiental más allá de su proceso productivo, promoviendo iniciativas como la compensación de su huella de carbono mediante proyectos de renaturalización de ecosistemas, la limpieza de los océanos o el aprovechamiento de los residuos rescatados para producir nuevos materiales, por ejemplo.

A continuación, repasamos algunas de las iniciativas de las empresas del sector.

### Beko Europe

La sostenibilidad medioambiental y la economía circular son pilares estratégicos para Beko Europe, que integra las marcas Beko, Whirlpool, Grundig e Indesit. Manuel Royo, Director de Marketing de Beko Europe en España, explica que se aborda a través de un enfoque



FOTO: BEKO EUROPE

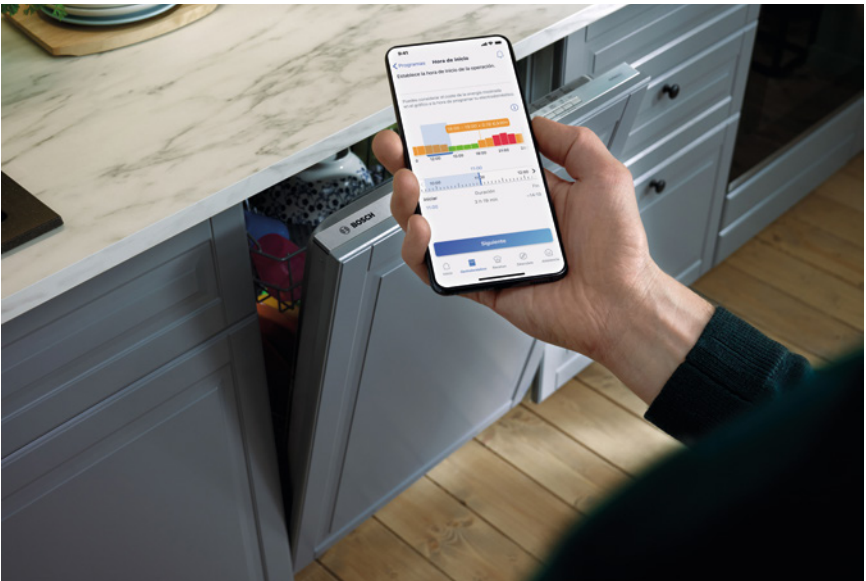
integral denominado 'Efecto dominó', "una serie de acciones interconectadas que generan un impacto positivo, con el objetivo de reducir en un 30% el consumo anual de energía para 2030", especifica.

En el ámbito del ecodiseño, Beko dispone de las iniciativas RecycledNet, RecycledTub y RecycledDry, incorporando materiales reciclados, incluidas redes de pesca reutilizadas, en la fabricación de electrodomésticos, con el fin de reducir el uso de plásticos vírgenes y prolongar la vida útil de los residuos. Asimismo, cuenta con BioCycle, que utiliza biomateriales que sustituyen componentes contaminantes, dismi-

nuyendo la huella de carbono. También se vuelca en la eficiencia energética, introduciendo en sus electrodomésticos tecnologías que reduce el consumo energético. Además, está impulsando el proyecto Bosque Beko, "iniciativa de reforestación que contribuye a la absorción de CO<sub>2</sub> y la regeneración del entorno natural".

En el caso de Whirlpool, la marca se enfoca en una innovación responsable mediante políticas e iniciativas que buscan minimizar el impacto ambiental de sus productos, procesos y operaciones. Destaca su tecnología 6th Sense, que permite una gestión inteligente de los recursos mediante sensores que ajustan los parámetros de funcionamiento, contribuyendo a una reducción del impacto ambiental y al ahorro.

FOTO: BSH



Royo indica que uno de los principales proyectos de Grundig es RespectFood, iniciativa centrada en la reducción del desperdicio de alimentos mediante tecnologías que ayudan a conservarlos de forma más eficiente. Y en el ámbito del diseño ecológico, se decanta por electrodomésticos que integran materiales reciclados y sostenibles, como frigoríficos con plásticos de origen vegetal y poliuretanos derivados de cáscaras de huevo, soja y maíz; lavadoras con cubas elaboradas con botellas PET recicladas; u hornos fabricados con RecycledNet, material de nailon recuperado de redes de pesca abandonadas y residuos textiles. Y también



FOTO: BEKO EUROPE

ha promovido el Bosque Grundig, que permite neutralizar 14 toneladas de CO<sub>2</sub> al año.

De hecho, la reducción de la huella de carbono es una de las prioridades del grupo. "A nivel global, nos hemos propuesto alcanzar la neutralidad en emisiones netas de carbono en toda nuestra cadena de valor para 2050. Como parte de esta hoja de ruta, nos hemos comprometido a lograr, para 2030, una reducción del 42% en nuestras emisiones directas (alcance 1 y 2), así como de las emisiones indirectas derivadas del uso de nuestros productos (alcance 3). Además, queremos reducir en un 45% el consumo de energía y agua por

producto fabricado y utilizar electricidad 100% renovable en todos nuestros centros de producción", detalla Royo.

**Bosch**

Bosch destaca su neutralidad en carbono desde 2020 (alcances 1 y 2). "Lo conseguimos aumentando la eficiencia energética, generando nuestra propia energía a partir de fuentes renovables, comprando electricidad verde y, como último recurso, utilizando créditos de carbono para compensar las emisiones residuales de CO<sub>2</sub>. En 2023, se compensaron emisiones residuales de unas 581.000 toneladas métricas de CO<sub>2</sub> con créditos de carbono, lo que re-

presenta un 19% menos con respecto a 2022", detalla.

Además, aspira a reducir las emisiones de alcance 3, "es decir, en toda nuestra cadena de suministro: proveedores, logística o uso de nuestros productos". "Nuestro objetivo es reducir estas emisiones en un 15% en términos absolutos para 2030, en comparación con el año de referencia 2018". Y otra de sus metas es alcanzar la neutralidad climática de sus operaciones en Alemania en 2045.

Asimismo, pone el acento en la eficiencia energética y el uso de energías renovables. "Nos hemos fijado la meta de ahorrar 1,7 TWh mediante la implementación de numerosos proyectos de eficiencia, de los cuales hemos iniciado más de 6.000 desde 2019. Hasta ahora, hemos capturado un potencial de ahorro de 984 GWh, alcanzando un 58% de nuestro objetivo. En términos de energía renovable, buscamos que el 100% de nuestra electricidad provenga de fuentes verdes para 2030. En 2023 ya hemos generado 149 GWh, alcanzando el 37% de nuestro objetivo", detalla la empresa.

La gestión del agua también es prioritaria. "Para aquellos lugares donde el agua es escasa, nos hemos propuesto

FOTO: BEKO EUROPE



# ECOLEC

## WASTE HUB



Contacta con nosotros para cumplir con las obligaciones que se derivan de la **responsabilidad ampliada del productor en materia de residuos.**

#ConectadosPorElReciclajeResponsable



**ECOLEC**  
BATERÍAS



**ECOLEC**  
FUNDACIÓN



**ECOLEC**  
ENVASES



FOTO: UFESA (B&B TRENDS)

reducir la extracción de agua en un 25% para 2025. Desde 2019, hemos implementado más de 260 proyectos que nos han permitido reducir la extracción en un 25,6% en estas regiones. Además, trabajamos en la mejora de la calidad del agua, logrando disminuir el volumen de aguas residuales en 2023”.

Respecto a su estrategia de economía circular, busca reducir su huella ecológica. “Esto incluye mejorar la eficiencia de los materiales en nuestro proceso de desarrollo de productos a través del principio de Diseño para el Me-

dio Ambiente (DfE). Además, somos proactivos en extender la vida útil de nuestros productos, promoviendo la reutilización y remanufactura de componentes”.

En el ámbito de la diversidad e inclusión, busca elevar la proporción de mujeres en puestos ejecutivos al 25% para 2030. Igualmente, destaca su compromiso con los derechos humanos y la transparencia. “Nos aseguramos de que se respeten a lo largo de nuestra cadena de suministro, contribuyendo a mejorar las condiciones de derechos

humanos en todo el mundo. También hemos avanzado en la evaluación de nuestros proveedores para garantizar el cumplimiento de nuestros estándares ambientales y sociales”.

**BSH**

María Asunción San Cirilo, responsable de Medioambiente de BSH Electrodomésticos España, destaca el “enfoque holístico” del grupo a la hora de abordar la sostenibilidad, apuntando en varias direcciones. “Como fabricantes responsables, y teniendo en cuenta que los electrodomésticos representan más del 50% del consumo eléctrico de los hogares, diseñamos productos que consumen poco, que se fabrican con materiales de origen reciclado, que se reparan fácilmente cuando fallan y que, cuando llegan al final de su vida, sus piezas pueden ser recicladas o reutilizadas, fomentando así la economía circular”, puntualiza.

Otro pilar en su compromiso con el medioambiente es la neutralidad en emisiones. “Desde 2020, somos neutros en emisiones de CO<sub>2</sub> de alcance 1 y 2. Además, en 2017 logramos que el 100% de la electricidad que consumimos en España provenga de fuentes renovables”, detalla. Asimismo, cuenta con iniciativas para compensar las

FOTO: DE'LONGHI



FOTO: DYSON

emisiones que no puede evitar. “En 2024, se adquirieron 6.630 toneladas de créditos de CO<sub>2</sub> que, junto con los excedentes de créditos traspasados del año anterior, sirvieron para compensar nuestra huella de carbono correspondiente a ese alcance. Los resultados muestran un avance constante. En 2024, nuestras emisiones del alcance 1 y 2 fueron de 6.145 toneladas, un 16 % menos que en 2023, manteniendo una tendencia favorable desde 2019”, anota. Además, aspira a reducir emisiones en términos absolutos, prestando atención a la cadena de suministro, evaluando la huella de carbono de sus proveedores y planteando como objetivo reducir un 15% sus emisiones del alcance 3.

La eficiencia energética es otro pilar en sus operaciones. “En 2024, logramos un ahorro significativo de 43 GWh gracias a la implementación de medidas avanzadas, como la optimización de procesos productivos y el uso de energías renovables”. Además, la compañía trabaja para seguir reduciendo su consumo de energía y emisiones en sus fábricas, invirtiendo en su modernización con tecnologías más eficientes para procesos clave como el desengrase o el secado de piezas.

También apuesta por la economía circular, adoptando sus principios para evitar residuos y contaminación desde el momento de diseño y fabricación de sus productos, a la par de alargar

la vida de los electrodomésticos a través del reciclaje y la reutilización de materiales. Por ejemplo, colabora con la Asociación Española de Recuperadores de Economía Social y Solidaria (AERESS), recuperando electrodomésticos y brindándoles una segunda vida, al mismo tiempo que fomenta la inserción laboral de personas en riesgo de exclusión. “Fruto de esta colaboración, BSH envió más de 2.500 electrodomésticos a las entidades de AERESS en 2023, que suponen 128 toneladas de residuos de aparatos eléctricos y electrónicos (RAEE), de las que se lograron reutilizar un 32%”, precisa.

Asimismo, ofrece electrodomésticos reacondicionados en su propio centro de recuperación.

**B&B Trends**

B&B Trends, propietaria de la marca Ufesa, entre otras, señala que su departamento de I+D+i trabaja en la búsqueda de soluciones más sostenibles, “impulsando el desarrollo de productos cada vez más ecoeficientes”. “Gracias a tecnologías que favorecen el ahorro energético, como nuestras freidoras de aire, hemos logrado reducir significativamente nuestra huella de carbono”.

FOTO: CORBERÓ





FOTO: CORBERÓ

También señala que sus ventiladores de techo repercuten en la eficiencia del hogar, al tratarse de “una opción económica y fácil de instalar, que destaca por su bajo consumo, comparado con el aire acondicionado”.

Además, indica que sus productos están diseñados pensando en que sean reparables, alargando así su vida útil. Asimismo, insiste en su apuesta por alternativas de transporte más sostenibles,

con el fin de minimizar su impacto ambiental. Por otro lado, recalca que su hub logístico alberga un centro de reciclaje de RAEE, “para fomentar la sostenibilidad y la apuesta por el respecto al medioambiente”.

Para los próximos años, espera ampliar su gama de productos con el objetivo de seguir reduciendo su huella de carbono. “Continuaremos mejorando la eficiencia energética, explorando

nuevas tecnologías y adoptando procesos que minimicen nuestro impacto ambiental”. Además, enfatiza su compromiso con la integración de la economía circular.

Corberó

“En Corberó Electrodomésticos llevamos años trabajando con una visión clara: integrar la sostenibilidad medioambiental en nuestra actividad. Actualmente, desarrollamos productos orientados a reducir el impacto ambiental y avanzar hacia un modelo energético más eficiente con nuestras soluciones de climatización”, comenta Enric Català, Consejero Delegado y Director General de la empresa.

Entre estas iniciativas destaca el uso de energías renovables. “Gracias a la instalación de paneles solares en nuestro centro logístico, utilizamos energías renovables para cubrir todo nuestro consumo energético diario”. También cita el desarrollo de tecnologías que reduzcan el impacto ambiental desde la fase de diseño de los productos. “Esto incluye la optimización de materiales utilizados en la fabricación, favoreciendo los que tienen menos huella de carbono y son más fáciles de reciclar. Este enfoque no solo reduce las emisiones, sino que también aumenta la durabilidad y eficiencia de los productos”, anota. Asimismo, habla de la incorporación de productos más eficientes, “con etiquetas energéticas A+++, A++, A+, A-10% y A-20%, así como el uso de gases refrigerantes más sostenibles, como el R600A, con menor impacto ambiental”, desgrana.

Igualmente, se vuelca en un modelo basado en alargar la vida útil de los productos y la minimización de la generación de residuos. “Nuestros electrodomésticos están diseñados para ser fácilmente reciclables al final de su vida útil y promovemos su reparación en lugar de la sustitución, gracias a un servicio técnico especializado que facilita su mantenimiento a lo largo del tiempo”, subraya Català.

Por otro lado, Corberó participa activamente en los planes renove impulsados desde la Administración y promueve el reciclaje y la conciencia

FOTO: DE'LONGHI



Todo en uno  
**WATER YOUR WAY**

REDUCE LOS RESIDUOS DE BOTELLAS DE PLÁSTICO EN UN 99%

SOLUCIÓN DE UNA CAJA

Descubre el Mythos Water Hub, la revolución en soluciones de agua para el hogar. Con sus seis funciones en un único grifo, además de agua caliente y fría puedes disfrutar de cuatro opciones agua filtrada: hervida al instante, fría, a temperatura ambiente o con gas. Una experiencia diseñada para adaptarse a tu estilo de vida, con la comodidad y el diseño que mereces.  
**WATER YOUR WAY - El agua a tu manera**  
Franke.es

Escanear para saber más

**FRANKE**



FOTO: ECOLEC

medioambiental como Patronos de la Fundación ECOTIC, colaborando en sus iniciativas.

**Daikin**

Iván Martín, responsable de Legal y Medio ambiente de Daikin España, defiende el “firme compromiso con la sostenibilidad medioambiental” de la compañía, abordando este reto “desde una perspectiva integral que engloba todo el ciclo de vida de nuestros productos”. Por ejemplo, su Vision Medioambiental 2050 se centra en alcanzar la neutralidad de carbono en toda su cadena de valor para dicho año. Esto se concreta en iniciativas como el programa ‘Loop by Daikin’, que impulsa la economía circular, “recuperando, regenerando y reutilizando refrigerantes en Europa, evitando así la producción de más de 400.000 kg de gas virgen al año”, detalla.

Además, emplea refrigerantes con menor impacto ambiental y más eficientes, como el R-454 y el R-744 (CO<sub>2</sub>). Además, está apostando decididamente por la aerotermia, aprovechando la energía ambiental para climatizar los hogares y producir ACS, “reduciendo hasta un 50% el consumo energético y las emisiones asociadas”. También concede gran importancia a la optimización de los procesos de producción y transporte, incorporando energías renovables en sus plantas y mejorando la eficiencia energética de sus operaciones. Asimismo, cuenta con proyectos de regeneración urbana en ciudades como Lisboa, Milán o Genk,

promoviendo soluciones energéticas sostenibles.

**De’Longhi**

Grupo De’Longhi se basa en la adopción de tres compromisos globales para integrar la sostenibilidad en sus procesos empresariales. El primero consiste en cambiar su forma de hacer negocios, “descarbonizando nuestras operaciones y nuestra cadena de valor”. El segundo pasa por incorporar la sostenibilidad a sus productos “a través del diseño, los materiales y la fabricación”. Y el último consiste en “fomentar la concienciación, las elecciones conscientes y los comportamientos responsables, implicando a nuestro personal, nuestros clientes y las comunidades externas”, desgrana.

Si hablamos de actuaciones concretas, hace especial hincapié en integrar energías renovables en sus plantas y oficinas mediante la instalación de paneles fotovoltaicos. Así, su autoproducción a partir de fuentes renovables ascendió a 3,95 GWh en 2024, más del triple que un año antes. Y el 58% de su consumo total de energía procede de fuentes renovables. A la par, está reduciendo la intensidad energética por unidad producida (energía total consumida / número de unidades producidas), pasando de 6,7 kWh en 2022 a 5,35 kWh a finales de 2024. También ha reducido los residuos de sus plantas que van a vertederos. “A 31 de diciembre de 2024, el 97% de los residuos producidos por el grupo se reutilizan, reciclan o recuperan”, especifica. Igualmente, apuesta por materiales recicla-



FOTO: EUROFRED

dos, con proyectos que contemplan el uso de plástico reciclado en un 30% como mínimo o iniciativas de aluminio reciclado. Del mismo modo, ha conseguido grandes avances en cuanto a la reducción de los envases con espuma de poliestireno, logrando que el 72% de sus productos se vendan sin este tipo de embalaje. Y el 31% de sus artículos incluyen manuales de instrucciones digitales.

Asimismo, el desarrollo de productos sigue las directrices de Ecodiseño. “La innovación en productos ecológicos significa reducir nuestra huella ambiental introduciendo nuevas tecnologías, optimizando su impacto en toda la cadena de suministro y fomentando comportamientos más sostenibles de los consumidores a través del diseño. Cada producto que creamos se diseña cuidadosamente para mejorar la vida, garantizando al mismo tiempo que el progreso no se produzca a expensas de nuestro medioambiente y de las generaciones futuras. Aplicamos el enfoque de diseño ecológico al 23% de los productos desarrollados en 2024”, precisa.

**Epson**

José Ramón Fernández, Business Manager Home & Office Printing de Epson, destaca el compromiso de la com-



FOTO: DE'LONGHI

pañía con los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) de Naciones Unidas. “Para ello, nos hemos comprometido con la sostenibilidad en todos los niveles de la organización al contar con la Visión Medioambiental 2050”, apunta. “Ésta se enfoca en unos objetivos a largo plazo, con incrementos constantes que buscan alcanzar el objetivo global de convertirnos en una compañía negativa en carbono y libre de recursos subterráneos, como el petróleo y el gas, para 2050. Antes de eso, aspiramos a ser climáticamente neutros en nuestras emisiones de alcance 1 y 2 en 2030. En este sentido, hemos logrado

mitigar el impacto de nuestras actividades en el medio ambiente reduciendo las emisiones de CO<sub>2</sub>, utilizando energías renovables, gestionando el agua de forma responsable, enfocándonos en la innovación sostenible y apostando por la economía circular. Por ejemplo, en el último año, hemos añadido 28 vehículos híbridos y eléctricos a nuestra flota de España y Portugal. También se han realizado acciones de sensibilización sobre el uso del agua o se han implementado sistemas para ahorrar papel y otros recursos en todas nuestras instalaciones”, pormenoriza.

FOTO: EUROPEAN RECYCLING PLATFORM





FOTO: EUROFRED

En particular, destaca su transición hacia el uso energías renovables. “En marzo de 2021, anunciamos nuestra intención de cambiar a electricidad 100% renovable para cubrir las necesidades eléctricas en todas las instalaciones del grupo Epson alrededor del mundo”. El grupo completó su transición a la electricidad renovable en la totalidad de sus instalaciones en todo el mundo en diciembre de 2023. “Gracias a este impulso, calculamos una reducción de nuestras emisiones de CO<sub>2</sub> en aproximadamente 400.000 toneladas. Además, hemos querido promover una adopción más amplia de

la energía renovable, generando más de nuestra propia energía y apoyando el desarrollo de nuevas fuentes de energía a través de la cocreación para lograr el objetivo de ser negativos en carbono”, añade.

**Eurofred**

Virginia Botey, Directora de Comunicación y Sostenibilidad de Eurofred, distribuidor de marcas como Daitsu, Fujitsu y General, indica que el grupo está alineado con 7 de los 17 ODS e integra criterios medioambientales, sociales y de gobernanza (ESG, por sus siglas en

inglés) en todas sus áreas operativas. “En el ámbito medioambiental, desde 2014 impulsamos la optimización de nuestros procesos para ser una empresa Net Zero, actualmente en alcance 1 y 2”, apunta. Destaca sus campañas de reforestación de bosques arrasados, compensando sus emisiones de carbono; la migración al uso exclusivo de energía 100% renovable, incluyendo la colocación de placas fotovoltaicas en sus instalaciones y la transición a una flota de vehículos híbridos; o la optimización de procesos para reducir su huella de carbono, logrando recortar un 15,4% sus emisiones en el periodo 2021-2023 respecto a las registradas en el trienio anterior.

Por otro lado, recalca que la compañía amplía cada año su portfolio con productos más sostenibles, con gases refrigerantes de bajo impacto ambiental y mayor eficiencia energética, como el R-290 y R-744).

Eurofred también promueve la extensión del ciclo de vida de sus productos a través de políticas de reacondicionamiento y reutilización. “Facilitamos la donación de equipos a colectivos vulnerables y centros de formación profesional, y ofrecemos servicios especializados y formación de mantenimiento que garantizan un funcionamiento óptimo y prolongan la vida útil de los equipos”, especifica.

FOTO: ECOTIC



**Ferroli**

La compañía puso en marcha una estrategia de sostenibilidad orientada al cumplimiento de la Directiva de Informes de Sostenibilidad Corporativa (CSRD, por sus siglas en inglés) el año pasado. Esto se ha concretado en el cálculo de sus emisiones de alcance 1 y 2 para el año 2024. Y el cálculo de las emisiones de alcance 3 está previsto para mediados de 2025. Además, están analizando sus puntos calientes de emisiones para definir un plan de descarbonización global, que incluye el uso de paneles fotovoltaicos, cambios a luces led, instalación de estaciones de recarga para coches eléctricos y medidas de eficiencia energética, con el fin de reducir su consumo de energía y optimizar la producción. Se ha centrado inicialmente en las plantas italianas, pero espera que se extienda a las factorías de España y China en 2025.

Otra iniciativa es la instalación en sus plantas de Italia de un dispensador de



FOTO: HAIER

agua y la distribución de botellas entre los empleados, para reducir el uso de plástico desechable.

En cuanto a producto, la firma destaca la cuantificación de la huella de carbono de su producto Bluehelix Hitech RRT 28C, “con enfoque de la cuna a la puerta”, la puesta en marcha de un plan de mejora para reducir las emisiones de este producto y el análisis ‘life and end of life’ de su vida útil, disponible en septiembre.

**Haier**

“Haier centra su apuesta por la sostenibilidad en trasladar a todos los usuarios su preocupación por el medioambiente. Esto se refleja en nuestro principal foco: dotar a los equipos del menor impacto posible de cara al entorno natural”, declara David Serrat, Channel Marketing Lead HVAC Solutions de Haier HVAC Iberia. Por ejemplo, la firma está reduciendo las emisiones en toda la cadena de valor

### Nueva JEGRI246

## Diseño y tradición en una sola plancha.

- Recubrimiento antiadherente libre de PFOA Xylan® de Whitford.
- Superficie 35,6 x 25,4 cm.
- Ranura de salida incorporada que recoge el exceso de grasa o líquidos en su bandeja recogegrasas.
- Termostato extraíble y regulable.
- Asas de toque frío con INOX antihuella.
- 2000 W de potencia.

Encuentra esta y otras planchas fabricadas en Navarra en nuestro catálogo.

www.jata.es

**jata**  
DESDE 1943





FOTO: FERROLI

mediante la optimización energética de todo el proceso, desde la fabricación hasta la distribución.

Todo ello, con el objetivo de reducir sus emisiones de CO<sub>2</sub> para alinearse con los compromisos internacionales. “Para conseguirlo, estamos implementando productos con menos impacto en el medioambiente y desarrollando soluciones con menor consumo energético, utilizando gases refrigerantes de bajo impacto ambiental, como el R-32”, anota. Esta estrategia se complementa con la optimización de procesos en toda la cadena de producción y distribución, buscando la máxima eficiencia en cada etapa. A la par, se enfoca en la incorporación de equipos eficientes en las diferentes plantas donde sus productos están presentes. Y esta filosofía se conjuga con una mejora continua de la eficiencia energética de los sistemas productivos, “gracias a la aplicación de tecnología avanzada y procesos de digitalización”,

detalla. Asimismo, Serrat indica que Haier apuesta por la incorporación de energías renovables, “ofreciendo soluciones innovadoras que combinan climatización eficiente y generación de energía limpia”.

**Jata**

“En Jata estamos muy comprometidos con la sostenibilidad y el impacto en el entorno. Hace un año, creamos un comité de sostenibilidad en el que se ve reflejada la empresa de manera transversal”, subraya Cristina Esandi, Directora de Marketing de la firma. Además, la empresa puso en marcha un plan global hace cuatro años, centrándose en cinco ODS. “En el ODS 12 (Reciclaje), instauramos nuestro plan renove. Cuando compras en nuestra web, si reciclas el antiguo electrodoméstico, recibes un descuento directo por hacerlo. Se aplica en el mismo momento de la compra. En la entrega del nuevo, recogemos el aparato para

retirar y nos encargamos de reciclarlo de manera correcta. Además, incentivamos la circularidad. En el ODS 3 (Salud y bienestar), tenemos un plan de bienestar para toda la plantilla. En el ODS 4 (Educación de calidad), nos enfocamos en la educación a través de varias vías, como visitas a nuestras instalaciones, charlas en centros educativos o un programa de alimentación saludable en las aulas de País Vasco y Navarra. En el ODS 5 (Igualdad de género), elaboramos un plan de igualdad y aplicamos medidas de conciliación y flexibilidad. Y en el ODS 10 (Reducción de las desigualdades), durante este 2025 contaremos en todos nuestros packagings con códigos Navilens para reducir las desigualdades y hacerlos accesibles para los invidentes”. Por otro lado, ha reducido el uso del plástico en sus envases en un 75% y está usando diferentes acabados en sus embalajes para reducir su impacto.

Asimismo, empezó a medir su huella de carbono hace un par de años. “Ya hemos alcanzado nuestro objetivo para 2025, sin finalizar el ejercicio. Somos autosuficientes en un 80% a nivel eléctrico. Y estamos trabajando en un plan más ambicioso con la reducción de residuos, en la que los objetivos también se están cumpliendo”, asegura.

**Jocca**

Cristina Gimeno, responsable de Imagen y Comunicación de Jocca, destaca que una de las principales líneas de actuación de la empresa en el ámbito de la sostenibilidad es el diseño de “productos más duraderos, reparables y reciclables, integrando principios de ecodiseño en los procesos de innovación”, expone.

Especifica que Jocca “está transformando su modelo de negocio para alinearse con los objetivos y la estrategia circular”, lo que se traduce en “una gestión responsable de los residuos eléctricos, reutilización de componentes y reducción del uso de plásticos de un solo uso”. Además, colabora con sistemas como ECOLEC, garantizando así una recogida eficiente de aparatos al final de su vida útil y fomentando el reciclaje de materiales como el metal o el plástico técnico. De este modo, re-

seña que su gama más reciente de productos incluye aparatos con consumo reducido, materiales reciclados y diseños pensados para durar. “Se acabó aquello de comprar y tirar”, sentencia.

Gimeno también pone el acento en el etiquetado energético de sus productos, “que ahora informa no solo del consumo eléctrico, sino también del nivel de eficiencia, la facilidad de reparación y la huella ecológica de cada electrodoméstico, un paso clave para que los consumidores puedan elegir con conciencia.

La reducción de su huella de carbono es también una prioridad. “Nuestro principal objetivo es reducir en un 30% nuestra huella de carbono total antes del año 2030, con respecto a los niveles de 2020. Estamos centrando nuestros esfuerzos en tres líneas estratégicas: eficiencia energética en la producción —energía 100% renovable en las instalaciones de España—, reducción de emisiones en la cadena logística —optimización de rutas logísticas, proveedores locales o europeos, vehículos eléctricos o híbridos...— y diseño sostenible del producto —ecodiseño, materiales reciclables, minimización del uso de plásticos derivados del petróleo, etc.”, desgrana.

**Lenovo**

Entre las acciones que está desplegando la compañía en pos de la sostenibilidad, Cristina Martínez, SSG Leader de Lenovo Iberia, destaca su iniciativa Lenovo CO<sub>2</sub> Offset Services, que permite que sus clientes compensen las emisiones de carbono generadas por sus dispositivos durante todo su ciclo de vida. “Esto facilita a las empresas alcanzar sus objetivos de sostenibilidad y cumplir con los estándares de gobernanza ambiental”, anota. También cuenta con el servicio Asset Recovery Services (ARS), que “ofrece una gestión responsable y segura de los activos tecnológicos al final de su vida útil, asegurando su reutilización, reciclaje o eliminación conforme a normativas ambientales y de protección de datos”. Este enfoque reduce el impacto ambiental y maximiza el valor de los equipos, promoviendo la economía circular.

En cuanto a sus procesos internos, la firma apuesta por el uso de materiales reciclados en productos y embalajes, la reducción del packaging y la optimización de procesos productivos. Por otro lado, señala que sus plantas están invirtiendo en eficiencia energética y aumentando el uso de energías renovables, triplicando la generación de energía solar desde 2018. Además, está desplegando estrategias para hacer más sostenible el transporte y logística, reduciendo las emisiones asociadas.

Además, reseña que la reducción de la huella de carbono es una “prioridad estratégica” para Lenovo, que se fija como objetivo alcanzar cero emisiones netas de gases de efecto invernadero para 2050. “Para lograrlo, nos hemos fijado metas intermedias para 2030, centradas en reducir significativamente las emisiones en toda nuestra cadena de valor (alcance 1, 2 y 3)”. Esto se concreta en varios hitos. Por ejemplo, pretende que el 90% de la electricidad usada provenga de fuentes renovables para 2025/26. También está optimizando procesos productivos para mejorar la eficiencia energética de sus

instalaciones y está desarrollando productos más eficientes. Y aspira a que el 100% de sus PC contengan materiales reciclados en 2025/26.

**LG**

La compañía explica que sus compromisos con la sostenibilidad se basan en tres pilares: reducir su huella ambiental, promover un cambio cultural hacia la sostenibilidad y regenerar ecosistemas. “Implementamos medidas para reducir emisiones de CO<sub>2</sub> y apostamos por iniciativas que luchan contra la obsolescencia como la ‘Garantía de por vida’ en nuestros electrodomésticos, bajo la filosofía de que el producto más duradero es el más sostenible. También mantenemos un firme compromiso con iniciativas como el Movimiento Smart Green, con el objetivo de plantar 48 millones de árboles al año, extendiendo nuestros esfuerzos a la regeneración de ecosistemas marinos con Smart Green Seas y la protección de especies autóctonas polinizadoras como la abeja ibérica, con Smart Green Bees. Además, reducimos nuestra huella ambiental mediante el uso de energía renovable, la utilización de

FOTO: HAIER





FOTO: JATA

plásticos reciclados en nuestros productos y la optimización de procesos internos para minimizar el desperdicio. También promovemos campañas de educación ambiental y colaboramos con escuelas, universidades y organizaciones para concienciar a la sociedad sobre la importancia de cuidar el medio ambiente", desgrana.

En cuanto a la reducción de su huella de carbono, aspira a "ser neutral en carbono en 2030, utilizar energía 100% renovable en 2050, fabricar con 600.000 toneladas menos de plástico reciclado en 2030 y reducir los gases de efecto invernadero".

Mitsubishi Electric

"En Mitsubishi Electric, la sostenibilidad es un eje estratégico que guía

tanto nuestras decisiones industriales como el desarrollo de nuevos productos. A nivel global, trabajamos con una hoja de ruta clara para alcanzar la neutralidad de carbono en todas nuestras operaciones a partir de 2050. En este camino, ya hemos implementado medidas concretas, como la incorporación de materiales reciclados y reciclables en nuestros productos, la reducción progresiva del uso de plásticos en el packaging o la optimización energética en nuestras plantas, donde se ha reducido el consumo del agua y el uso de materias primas en fabricación, apostando por energías renovables y tecnologías de bajo consumo", especifica la empresa.

En el ámbito de la economía circular, destaca su apuesta por el ecodiseño, "alargando la vida útil de nuestros

equipos, facilitando su separación y apostando por la reutilización de componentes". También impulsa la digitalización de procesos, "para reducir el uso de recursos y mejorar la trazabilidad y eficiencia en toda la cadena de suministro".

Además, espera alcanzar cero emisiones netas en fábricas y oficinas para 2031, y en toda su cadena de valor para 2050. "Entre las principales líneas de actuación destacan la reducción de emisiones en todas las fases del ciclo de vida de los productos, el impulso al uso de energías renovables y el desarrollo de tecnologías más eficientes, como los sistemas de aerotermia. También se está trabajando activamente en la optimización de procesos industriales mediante IoT y equipos de alto rendimiento", especifica.

Samsung

La compañía cuenta con varias iniciativas de sostenibilidad, que es uno de sus "pilares estratégicos" a nivel global. "Trabajamos activamente para reducir nuestra huella medioambiental en todas las fases del ciclo de vida del producto: desde el diseño y fabricación hasta el consumo energético y el reciclaje final", detalla Álvaro Uriarte Villalonga, Vicepresidente de Electrónica de Consumo en Samsung Electronics Iberia. Por ejemplo, apuesta por el diseño ecológico y el compromiso a largo plazo, cumpliendo con los requi-

FOTO: LENOVO



Intranet personalizada  
para tu negocio



9 centros de distribución  
en todo el país



Reserva tu pedido  
durante 60 días



## Seguimiento y gestión de pedidos



Atención y asesoramiento  
personalizado



Más de 10.000 referencias  
de marcas líderes



Promociones diseñadas para  
aumentar tu rentabilidad



Sello Kc de calidad con  
ventajas exclusivas



FOTO: SAMSUNG

sitos de diseño ecológico establecidos por la Unión Europea y ofreciendo hasta 8 años de soporte de software en algunos dispositivos, "incluyendo actualizaciones de seguridad y del sistema operativo, reforzando así nuestro compromiso con la durabilidad del producto y la reducción de residuos electrónicos".

Otro de sus objetivos es que sus productos integren cada vez más materiales reciclados sin comprometer el rendimiento ni la calidad. Por ejemplo, los Galaxy Z Flip5 y Fold5 incorporan vidrio y aluminio reciclado preconsumo, así como plásticos reciclados posconsumo procedentes de redes de pesca desechadas, barriles de agua y

botellas PET. Y el embalaje está fabricado con papel 100 % reciclado y sin plásticos.

Además, invierte en la mejora continua de sus procesos productivos para hacerlos más eficientes y sostenibles. "Esto incluye la reducción del consumo energético en nuestras plantas y oficinas, así como el impulso del uso de energías renovables en todas las regiones donde operamos. Ya hemos alcanzado el 100 % de uso de energía renovable en mercados clave como Estado Unidos, China y Europa", puntualiza.

En lo que se refiere a la logística, se enfoca en optimizar el embalaje para reducir el volumen y el peso, lo que se traduce en menos emisiones durante el transporte. Además, está implementando soluciones logísticas más sostenibles, priorizando proveedores y operadores comprometidos con la descarbonización.

En cuanto a su huella de carbono, prevé alcanzar la neutralidad en todas

FOTO: MITSUBISHI ELECTRIC



FOTO: RUSSELL HOBBS. (SPECTRUM BRANDS)

sus operaciones (alcance 1 y 2) antes de 2030, y en toda la cadena de valor para 2050. Además, continuará con sus esfuerzos para ampliar el uso de materiales reciclado y para desarrollar tecnologías más eficientes para sus usuarios. Asimismo, se ha unido a la iniciativa RE100, invirtiendo en el desarrollo de tecnologías para reducir los gases durante la fabricación, integrando instalaciones de tratamiento en la fabricación de semiconductores, ampliando el uso del calor residual y estudiando la introducción de fuentes de calor eléctrico para reducir la utilización de calderas de GNL.

Signify

Jordi Manrique, Director de Comunicación de Signify España, explica que las acciones de la compañía en torno a la sostenibilidad se articulan a través de su plan 'Brighter Lives, Better World', "un plan de acción a cinco años en el que detallamos nuestras líneas de acción y aspectos a medir en este sentido".

Después de alcanzar las metas propuestas en su programa en 2020, Signify ha fijado nuevos objetivos en el plan 2025, con el que aspira a duplicar el ritmo de reducción de las emisiones, de sus ingresos circulares –pro-

ductos que pueden ser reciclados, reimpresos, reusados y reformados, elevando el porcentaje hasta el 32%–, su compromiso con la diversidad y la inclusión – incremento del porcentaje de mujeres en puestos de liderazgo hasta el 34% y refuerzo de sus compromisos con la diversidad y la inclusión–, entre otras metas.

Otra de sus apuestas es la iluminación circular. "Las luminarias impresas en 3D de Signify myCreation están

fabricadas con materiales que pueden reutilizarse o reciclarse, como policarbonato 100% reciclable, garrafas de agua o redes de pesca recicladas.

Además, disponen de menos piezas, lo que simplifica el montaje. Se imprimen con la forma, tamaño y diseño que más se adapte a cada cliente y proyecto y, al final de su vida útil, se pueden reutilizar para crear con ese mismo material nuevos diseños de luminarias", aclara.

FOTO: SIGNIFY





FOTO: DE'LONGHI

En cuanto a su huella de carbono, su 'Plan de transición climática' contempla alcanzar las cero emisiones netas para 2040 a lo largo de toda su cadena de valor. "Para ello, nos hemos fijado dos hitos intermedios que faciliten la consecución y el seguimiento: reducir las emisiones un 40% para 2025 y un 50% para 2030, tomando 2019 como año de referencia", apunta. Esto se logrará gracias a la colaboración con proveedores sostenibles, estrategias de compra verde, electrificación de la flota logística, incremento del uso de

medios de transporte descarbonizados y de combustibles sostenibles, aumento del portafolio de iluminación circular, mejora de la eficiencia energética de sus productos, reducción de los residuos y rediseño del packaging, etc.

**Spectrum Brands**

Maria José Barboza, Marketing & Communication Manager de Spectrum Brands, propietaria de marcas como Remington o Russell Hobbs, reseña algunos de los hitos que muestran

el compromiso de la empresa con la sostenibilidad. "Hemos logrado una reducción del 18% en las emisiones de gases de efecto invernadero, así como una mejora del 5% en eficiencia hídrica. También hemos implementado soluciones de ingeniería innovadora en proyectos de ahorro de agua, lo que ha permitido reducir 17 millones de galones de agua al año (64 millones de litros). Además, apoyamos iniciativas como el proyecto Well Aware, que provee acceso a agua potable en países en vías de desarrollo", explica. Asimismo, ha logrado eliminar más de 1.500 toneladas de emisiones de CO<sub>2</sub> en los últimos años. Por ejemplo, se está enfocando en la eficiencia energética de sus fábricas.

En el caso de la marca Remington, uno de sus focos está en la mejora en la sostenibilidad de diseños y procesos. "Hemos reducido significativamente el uso de plásticos en nuestro packaging, apostando por materiales reciclables como el cartón. También estamos incorporando productos con menor consumo energético", anota. Y en Russell Hobbs, se han sustituido las bolsas de plástico de protección de producto en packaging por materiales como papel o cartón. Además, se han eliminado partes y accesorios de plástico en al-

FOTO: REMINGTON (SPECTRUM BRANDS)



# Nueva Aerotermia de R290 Hasta 75°C de impulsión de agua Innovación y Sostenibilidad



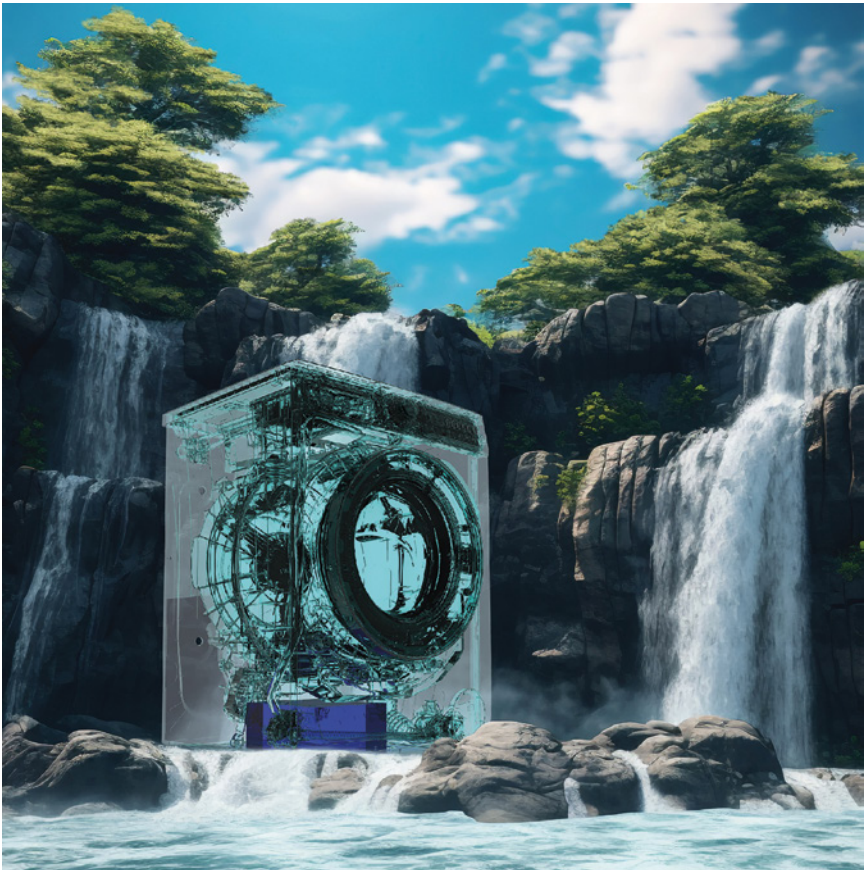


FOTO: VESTEL

gunos productos y se están haciendo esfuerzos en el desarrollo de productos más eficientes

Con la vista puesta en los próximos años, adelanta que seguirán trabajando en torno a cuatro pilares clave: productos sostenibles —soluciones que generen menos residuos y utilicen envases reciclables—, operaciones sostenibles —menos consumo de agua, energía y generación de residuos en sus plantas—, comunidades sostenibles —fomento del bienestar de los empleados, apoyo a las comunidades locales e impulso de la diversidad, equidad e inclusión— y una cadena de suministro sostenible —condiciones de trabajo seguras y éticas, y respeto a los derechos humanos en toda la cadena—.

**Svan**

Víctor Monfort, Director de Marketing de Svan, desgrana algunas de las políticas e iniciativas del grupo enfocadas en la sostenibilidad y la economía circular. En cuanto a la reducción de emisiones, la compañía ha optimizado sus

procesos productivos para hacerlos más eficientes y menos contaminantes, lo que incluye la modernización de sus plantas y la adopción de tecnologías más limpias, así como la inversión en energía solar. “Ya hemos logrado que una parte significativa de nuestra energía provenga de estas fuentes limpias y seguimos ampliando esta capacidad”, afirma. También fomenta el uso de vehículos eléctricos y el transporte compartido entre sus empleados; y está trabajando en la optimización de sus rutas logísticas para reducir el consumo de combustible y las emisiones. Además, incorpora materiales reciclados en sus productos y promueve la reutilización de recursos para minimizar el desperdicio.

Mirando al futuro, espera ampliar estas iniciativas. “Estamos explorando la adopción de tecnologías más avanzadas para la producción sostenible y la implementación de programas de reciclaje más robustos. Además, queremos seguir mejorando la eficiencia energética de nuestras plantas y aumentar el uso de energías renovables”, comenta.

**Vestel**

“Estamos comprometidos con la sostenibilidad medioambiental y la economía circular, adoptando varias políticas e iniciativas clave para reducir nuestro impacto ecológico”, declara Çağlar Deniz Irken, Business Development Manager de Vestel. Entre sus estrategias, destaca la “transformación tecnológica y humana, la meta de ser una empresa con cero emisiones netas y el desarrollo de soluciones accesibles e inteligentes”. Además, la compañía sea alineada con los ODS, incidiendo particularmente en la lucha contra la crisis climática, “lo que se traduce en la integración de la sostenibilidad en todos nuestros procesos”, afirma.

Entre sus iniciativas actuales, subraya la reducción de la huella de carbono, el uso de materiales reciclados y reciclabilidad de productos, la optimización de los procesos productivos y el ahorro energético y uso de energías renovables. Centrándonos en la huella de carbono, afirma que “Vestel tiene como objetivo convertirse en una empresa con emisiones netas cero”. Para ello, ha desarrollado sus Objetivos Basados en la Ciencia para 2030, entre los que se incluye reducir las emisiones en un 42% para alcance 1 y 2 y un 25% para alcance 3, en comparación con el año base 2021. Esto se logrará a través de medidas de eficiencia energética en sus fábricas; optimización de procesos a través de sistemas de recuperación de aguas residuales, electrificación y automatización de sistemas de seguimiento energético; reemplazo de flotas con vehículos eléctricos o híbridos; y la transición hacia fuentes de energía con menores emisiones que los combustibles fósiles. “En 2023, logramos ahorrar 7.693 MWh de energía a través de la optimización de nuestros procesos. Además, hemos obtenido el Certificado de entrada ecológica de Maersk, utilizando biocombustibles, que han permitido eliminar 8.550 toneladas de emisiones de carbono en solo 6 meses”, detalla.

**La gestión de RAEE, fundamental**

De nada sirven los esfuerzos de los fabricantes si no vienen acompañados de una adecuada gestión y tratamiento

de los RAEE. En este sentido, todavía queda mucho recorrido por delante. “España continúa situándose por debajo de la media europea. Según los últimos datos publicados por Eurostat, correspondientes al año 2022, la Unión Europea registró una recogida media de 11,2 kg de RAEE por habitante, mientras que en nuestro país esa cifra se quedó en 8,7 kg. Algunos de nuestros vecinos europeos, como Alemania o Francia, se sitúan en niveles superiores, entre los 11 y 13 kg por persona. Y otros países con sistemas de gestión más consolidados, como los Países Bajos, presentan modelos muy eficientes, que superan ampliamente los niveles españoles. En el caso de los países nórdicos, encontramos incluso cifras destacadas, como las de Suecia, que supera los 15 kg por habitante”, detalla Laura Alonso, Directora General de European Recycling Platform España (ERP España).

Igualmente, Andreu Vilà, Director General de ECOTIC, remarca que “seguimos por debajo del objetivo europeo del 65% respecto a la media de aparatos puestos en el mercado en los tres años anteriores, lo que indica que aún hay margen de mejora, especialmente en la recogida de RAEE procedente del ámbito doméstico y en la lucha contra canales no autorizados”.

Aunque Alonso advierte que “este sistema de cálculo, aunque técnicamente



FOTO: REMINGTON (SPECTRUM BRANDS)

coherente, introduce una importante complejidad, ya que el crecimiento constante en la comercialización de aparatos, sumado a factores como el alargamiento de la vida útil de los productos o la acumulación en los hogares, dificulta significativamente alcanzar ese umbral del 65%”. De hecho, solo tres países de la UE —Bulgaria, Letonia y Eslovaquia— alcanzaron dicho objetivo, de acuerdo con los datos de Eurostat. “Otros Estados miembros, incluidos países tradicionalmente bien posicionados, como Alemania, Francia o los Países Bajos, no llegaron a ese 45%, que fue el objetivo intermedio establecido en las fases iniciales de

la Directiva. En el caso de España, esa tasa fue del 43% en 2022, situándose no solo por debajo del objetivo europeo, sino también por debajo de la media comunitaria del 45,4%”, precisa. Así pues, considera que estas cifras “evidencian la necesidad de revisar en profundidad los métodos de cálculo y los marcos regulatorios que rigen esta materia”.

**¿Cómo mejorar?**

Según Vilà, esta tendencia generalizada al alza del volumen de RAEE gestionado “refleja tanto una mayor implicación del canal de distribución y de los



FOTO: SVAN



FOTO: SVAN

servicios municipales como una mejora en la concienciación ciudadana". Además, destaca la "consolidación de iniciativas colaborativas con administraciones públicas, empresas y operadores logístico", así como la mejora en la trazabilidad y eficiencia del sistema.

No obstante, debemos seguir trabajando para avanzar en esa dirección. Para

ello, Serrano defiende que se faciliten las vías para una correcta gestión de los RAEE a los usuarios, "dando conocimiento de aquellas —puntos limpios y puntos de venta de electrodomésticos— y concienciando a la ciudadanía sobre los beneficios de reciclar este tipo de productos al final de su vida útil y del aprovechamiento de los recursos que contienen estos residuos, fundamentalmente metales y plásticos".

Asimismo, el Director General de ECOTIC cree que "es necesario reforzar las campañas de concienciación ciudadana, ya que una parte importante de los residuos sigue sin canalizarse a través de los cauces adecuados, como los llamados RAEE invisibles, pequeños aparatos electrónicos que pasan desapercibidos para la mayoría de las personas y se acumulan en nuestros cajones". Además, considera que "aumentar el conocimiento sobre los puntos de recogida disponibles y sobre el impacto ambiental de no reciclar correctamente también es esencial para fomentar una mayor participación".

Por otro lado, ve imprescindible la intensificación del control de los canales informales o no autorizados, "que siguen desviando una cantidad considerable de residuos fuera del sistema legal, impidiendo su correcta trazabilidad y tratamiento". "Para ello, se requiere una mayor colaboración entre administraciones públicas y los

propios SCRAP", reseña. También considera esencial la digitalización del sistema de gestión. "Permitirá mejorar la eficiencia operativa, el seguimiento de los flujos de residuos y la toma de decisiones basada en datos. La implementación de la plataforma electrónica y la oficina de asignación de recogidas será un gran paso para una gestión más eficiente y transparente", comenta.

Por su parte, la Directora General de ERP España reclama "nuevos criterios la hora de fijar los objetivos de gestión de RAEE en España y en la UE", dado el "claro desajuste entre las cantidades recogidas y las cantidades que exigen los objetivos nacionales", lo que provoca que ninguno de los principales países alcance dichas metas anuales. "Esto es sintomático y debería llevar a una reflexión para adecuar una nueva metodología de cálculo razonable y que ajuste los volúmenes de residuo efectivamente disponible con los objetivos marcados.

Somos conscientes que ya desde el Ministerio de Transición ecológica y Reto demográfico se han efectuado esfuerzos para aplicar nuevas fórmulas de cálculo a los objetivos de este año 2025, pero consideramos necesario una mayor involucración de los agentes afectados (gestores de residuos, SCRAP, productores y Administración) para asegurar el éxito de los mismos", añade.

FOTO: DYSON



## Nueva Gama LG OLED



La nueva gama de televisores LG OLED llega a España para revolucionar la experiencia audiovisual con un despliegue de innovación que suma al negro puro el único blanco puro. Todo ello con un rendimiento excepcional, gracias al potente procesador 4K α11 Gen2 exclusivo de LG, una personalización inteligente de uso a través del sistema operativo webOS 25 y diseño minimalista que se eleva al máximo con el producto más disruptivo de la marca: LG SIGNATURE OLED T, el único televisor OLED transparente e inalámbrico del mundo.

El nuevo panel LG OLED evo de los modelos G5 y C5 ofrece la verdadera experiencia OLED gracias al máximo realismo y el contraste infinito, ahora, con el único blanco puro. La revolucionaria experiencia audiovisual de su exclusivo subpíxel blanco, que se suma a la tecnología del único negro puro, también creada por LG, se completa con un panel de cuarta generación más brillante que nunca (un 220% en el caso de OLED G5), que invita a sumergirse en cada escena con la mejor calidad de imagen Dolby Vision y el sonido envolvente de Dolby Atmos. A ello hay que sumar el potente procesador 4K α11 Gen2 de los nuevos modelos, que multiplica hasta por 6,7 su rendimiento y maximiza la calidad de imagen y sonido al trabajar en 33 millones de puntos de luz independientes.

Los nuevos dispositivos cuentan con webOS 25. Sus nuevas funciones de IA hacen que la experiencia sea aún más intuitiva y sencilla, con funciones de perso-



nalización que incluyen hasta diez perfiles de usuario con reconocimiento de voz y control del hogar con ThinQ, Alexa y compatibilidad con Apple HomeKit y Matter, recomendación de contenidos, así como opciones de configuración de imagen y sonido automáticas o manuales, contando con su asistente virtual "Chatbot" y el mando Magic Remote, único con puntero inalámbrico, que dispone de un botón de IA para búsquedas más rápidas y acceso directo a plataformas de streaming favoritas.

Además, es el sistema operativo más inteligente y que evoluciona a mejor cada año, ya que es el primero que se renueva cada año, integrando las nuevas funciones de la versión del año siguiente, durante 5 años. Permitiendo a nuestros consumidores, estrenar un Smart TV cada año de forma gratuita, y valorado en 150€. Los aficionados a los maratones de series y películas podrán encontrar sus títulos favoritos y estrenos en los más de 300 canales gratis disponibles. Además, webOS25 ha recibido dos premios en la última edición de CES en reconocimiento a su innovación en seguridad y en contenido y entretenimiento.

Los televisores LG OLED 2025 se convierten así en la gama ideal para disfrutar de cualquier tipo de contenido. Con el modo Filmmaker, los aficionados al cine en casa podrán ver la película tal y como la imaginó el director. Los amantes del deporte se sentirán dentro del estadio gracias a las grandes pulgadas de estos televisores, las alertas y el modo deportivo. LG OLED también es la mejor tecnología para los aficionados a los videojuegos: una veloz respuesta de 0.1ms, máxima fluidez VRR (165 Hz), y compatibilidad con nVidia G-sync/AMD Freesync Premium y Cloud Gaming, que garantizan la mejor experiencia gaming Pro con LG OLED.

Además, el diseño Gallery ultrafino de la nueva gama G5 favorece la integración perfecta del dispositivo en la pared de cualquier espacio del hogar, gracias a su soporte exclusivo "Zero Gap" con instalación incluida.

