



FOTO: TESI

Ecoeficiencia y sostenibilidad en el sector electro

Una prioridad para el sector, el consumidor y la sociedad

Aspectos como la ecoeficiencia, la sostenibilidad o el respeto medioambiental han cobrado un singular protagonismo en todos los sectores. La evidencia del cambio climático ha hecho que la mayor parte de los países pongan en marcha medidas para reducir el consumo eléctrico, limitar la emisión de gases contaminantes y de efecto invernadero, controlar el impacto de las actividades industriales, etc. El sector de los electrodomésticos no se abstrae a esta situación y los criterios medioambientales se han convertido en una de sus prioridades.

Pura comunicación

Llamar sin complicaciones



Compatible
con audífonos



CLIP
Identificación
del llamante (*)



AB
Letra
tamaño grande



Manos libres
con brillante calidad
de sonido



Agenda para
hasta 120 contactos



Gigaset E260

Bienvenido a la familia Gigaset:

www.gigaset.com/es

(*)Dependiente de la red/operador



Sólo tenemos un planeta y hemos de cuidarlo. Aunque todavía hay quienes ponen en duda el deterioro medioambiental y el cambio climático, las evidencias se acumulan y resulta difícil negar que es imprescindible actuar antes de que sea demasiado tarde. El Protocolo de Kioto, firmado en 1997, supuso el primer gran acuerdo internacional en este camino. Y el Acuerdo de París, suscrito en 2017, dió el aldabonazo definitivo, ya que fue adoptado por casi dos centenares de países de todo el mundo. Esta inquietud por el cambio climático se ha ido materializando en una prolíja legislación orientada esencialmente hacia la reducción de los gases de efecto invernadero.

El sector de electrodomésticos es uno de los más activos en esta lucha, que se materializa tanto en la mejora de la eficiencia de los aparatos como en la redefinición de los procesos industriales o en sus políticas de empresa. “Con el paso de los años, la ecoeficiencia se ha convertido en uno de los pilares de nuestro negocio, haciendo que cada innovación, tecnología y paso de la compañía se rija por este concepto. En este sentido, la ecoeficiencia aúna el ahorro energético que aportan nuestras tecnologías y el cuidado del medio ambiente. Por eso, creemos que, después de muchos años, la sociedad es plenamente consciente de que hemos de llevar a cabo una serie de cambios y de que tenemos que preservar tanto el medio ambiente como nuestro ecosistema. Un proceso en el que las empresas como LG debemos jugar un papel fundamental, involucrando no sólo a nuestros partners, sino también a nuestros consumidores”, declara Anaïs Moreno, Directora de Marketing de HE y HA de la empresa.

Igualmente, Ana Molarinho, Directora de Marketing Iberia de Electrolux, afirma que la eficiencia energética “es una de las obsesiones del grupo”. “Cada año realizamos importantes inversiones en este sentido, con el objetivo de lanzar al mercado electrodomésticos cada vez más eficientes y respetuosos con el medio ambiente. Así, en nuestro portfolio de productos, y en todas las categorías y marcas, tienen un gran peso los aparatos con eficiencias energéticas A++ en adelante, llegando, por ejemplo, a modelos de lavadoras A+++ -70%. Y contamos con una de las gamas de lavavajillas que incorporan más modelos A++ y A+++. En definitiva, buscamos tener una gama de productos de gran calidad y que sean lo más sostenible posible”, precisa.

La política de Whirlpool se encamina en esta misma línea. “Para Whirlpool, fomentar una cultura de responsabilidad es bueno para el negocio, el medioambiente y la propia comunidad. Nuestro objetivo es mejorar la vida de nuestros clientes mientras minimizamos nuestro impacto en el medioambiente. Nuestros productos se han ido mejorando con el tiempo, teniendo especial cuidado con el impacto en el medioambiente en las áreas de consumo de energía y de agua durante su uso. Esto permite, por un lado, salvar nuestros



FOTO: TAURUS

recursos más preciados y, por el otro, un ahorro para nuestros clientes. Nos enfocamos en innovaciones sostenibles que benefician a nuestros consumidores y a nuestro entorno al mismo tiempo”, especifica la compañía.

Los especialistas en climatización también tienen mucho que decir en este ámbito. “Desde hace años, Daikin ha apostado por un desarrollo tecnológico que dirija sus esfuerzos hacia la consecución de equipos que consuman menos recursos naturales y que sean más respetuosos con el medio ambiente. Por eso, nuestra sección química investiga, desarrolla y produce refrigerantes, como el R-32, R-410A y el R-407C, que han logrado reducir notablemente el impacto medioambiental. También hemos aplicado tecnologías como el sistema

Inverter, que gestiona la potencia entregada según las necesidades de climatización, pudiendo alcanzar un 30% menos de consumo energético. Y con estas tecnologías no sólo se reduce el consumo, sino que logramos mejores ratios de puesta en marcha y menores niveles sonoros, porque la reducción de la contaminación acústica y las emisiones de CO₂ aumentan el confort de nuestros clientes. La posición exclusiva de Daikin como único fabricante tanto de equipos de climatización como de gases refrigerantes, nos permite seguir estando a la cabeza en la fabricación y evolución de dichos productos en consonancia con nuestra filosofía de respeto al medio ambiente”, afirma Paloma Sánchez-Cano, Directora de Marketing y Formación de Daikin España.

Abel Pedrós, Director de Marketing, Aire Industrial y Horeca de Eurofred, distribuidor de Fujitsu, señala que para su compañía la ecoeficiencia

FOTO: WHIRLPOOL



Miele

Con TwinDos, dosificar la cantidad correcta de detergente es un juego de niños

TwinDos es el mejor sistema de dosificación automática de detergente líquido del mercado: tan práctico como preciso, dosifica la cantidad necesaria para garantizar unos resultados de limpieza espectaculares. Y todo ello, con un ahorro de un 30% de detergente respecto a la dosificación manual.

Miele. Immer Besser.





FOTO: GIGASET

significa “hacer compatible el mix de eficiencia y ecología: mejorar la eficiencia para ser, a la vez, más ecológicos”. Y esto se lleva más allá de sus productos, extendiéndolo a la producción, como veremos más adelante.

Nacho Lucena, Deputy Marketing Manager de Mitsubishi Electric, indica que su compañía entiende la ecoeficiencia “como la fabricación de productos y equipos con la mayor innovación y eficiencia energética para una mejor calidad de vida y minimizando el impacto medioambiental”. Señala que “la ecoeficiencia se ve claramente reflejada en la política empresarial de Mitsubishi Electric mediante nuestra declaración medioambiental, ‘Eco Changes’”, centrada en la manera de “construir una sociedad sostenible, abordando problemas tales como el calentamiento global, el agotamiento de los recursos y los desafíos energéticos”. “Por tanto, como empresa, buscamos el equilibrio de una sociedad cómoda para las personas y una civilización moderna, respetuosa con el medio ambiente, basada en la contribución a la toma de conciencia ecológica y a la mejora constante”, añade.

Igualmente, Guadalupe Fernández, Marketing Manager Spain & Portugal de Tesy, explica que la ecoeficiencia “es un motor fundamental a la hora de diseñar procesos de trabajo y de producción”. “Somos conscientes de nuestra responsabilidad como fabricantes a la hora de introducir en el mercado productos que garanticen la máxima eficiencia energética. Pero aún somos más conscientes, si cabe, de la necesidad de hacerlo mediante procesos de fabricación sostenibles y respetuosos con el medio ambiente. No en vano, desde octubre de 2017, Tesy es miembro oficial de la EHPA (Asociación Europea de Bomba de Calor), que tiene como objetivo proporcionar soporte técnico y apoyo económico a las autoridades europeas, nacionales y locales en asuntos legislativos, regulatorios y de eficiencia energética. Asimismo, somos miembros de la Comisión Técnica

Europea, que trabaja directamente en el desarrollo de las normativas europeas en cuanto a eficiencia energética, para lo cual realizamos mediciones y análisis de laboratorio en termos eléctricos, con el fin de comprobar y validar la metodología descrita en la normativa europea. Todo esto es muestra del compromiso que tenemos, no sólo por fabricar productos eficientes de forma sostenible, sino también por asegurar que esto sea así y se cumpla en el resto de fabricantes, participando en procesos normativos encaminados a ello”.

Por su parte, Juan Berganza, Director General de Linea Plus Essege, apunta que para su empresa “la ecoeficiencia significa poder seguir mejorando la eficiencia de los productos, mayor valor para el mercado y el usuario, más

exigencia y calidad con productos responsables con el entorno, minimizando el impacto sobre el medio ambiente”. De este modo, puntualiza que todos los productos que desarrollan actualmente “son acordes a la normativa de Ecoeficiencia y Ecodiseño y basados en el mínimo consumo energético”.

Esta preocupación por la eficiencia también llega a otros segmentos del sector de los electrodomésticos y la electrónica de consumo. “Ecoeficiencia es un concepto que aúna un compromiso empresarial con el medioambiente con la finalidad de aumentar nuestra eficiencia, a la vez que disminuimos el consumo de materiales o energías”, explica Taurus. Asimismo, Felipe Martín, CEO de Gigaset Iberia & Latam, asegura que la conciencia ecológica es uno de los “principales valores” de la empresa. “La sostenibilidad medioambiental no es únicamente una tendencia, sino un compromiso a largo plazo por parte de todos”, precisa.

Innovación centrada en eficiencia

Buena parte del esfuerzo innovador de los fabricantes de electrodomésticos se dirige hacia la mejora de la eficiencia de sus aparatos. Repasamos algunas de las novedades que incorporan los electrodomésticos en este ámbito.

Lavadoras. Molarinho indica que la nueva gama de lavadoras PerfectCare de Electrolux con una tecnología ‘SensiCare’, “que mediante unos sensores identifica el tipo de tejido y cómo de sucias están las prendas para ajustar el ciclo de forma automática. De esta forma, cuida de tus prendas sin malgastar agua, tiempo y energía”. También incorporan la tecnología ‘UltraCare’, que premezcla el detergente y el suavizante antes de entrar en el tambor, de modo que “el detergente se activa a menor temperatura y el suavizante

FOTO: LG



Siempre
contigo,
Mitsubishi Electric

TECNOLOGÍA CON LA QUE
PUEDES CONTAR

Como las buenas relaciones,
la nuestra contigo se basa en
la confianza y durabilidad.

#SiempreContigoMitsubishiElectric



MITSUBISHI
ELECTRIC
AIRE ACONDICIONADO

“La ecoeficiencia es un motor fundamental a la hora de diseñar procesos de trabajo y de producción. Somos conscientes de nuestra responsabilidad como fabricantes a la hora de introducir en el mercado productos que garanticen la máxima eficiencia energética...”

daña menos las prendas, por lo que se consiguen resultados de lavado a 60 °C con tan sólo 30 °C”, puntualiza. La responsable de LG se detiene en la lavadora ‘TwinWash’, “que cuenta con doble tambor y permite realizar dos coladas en 49 minutos, ahorrando hasta un 21% de electricidad”. Además, dispone de motor ‘Inverter Direct Drive’, “que ayuda a reducir el consumo de agua y de electricidad, reduciendo las emisiones de CO₂ a la atmósfera y contribuyendo positivamente a cuidar el medio ambiente”. Por su parte, Whirlpool habla de sus lavadoras con tecnología ‘6th Sense’, “que permite detectar con precisión la cantidad de ropa que hay dentro del tambor y ajustar el lavado al nivel de suciedad”. Además, la empresa especifica que sus equipos ofrecen “lavado en frío, que garantiza la conservación de los tejidos y colores, con resultados extraordinarios y un rendimiento igual al lavado a 40 °C”; así como la tecnología ‘Zen’, “para disfrutar del máximo silencio, gracias a su motor inverter conectado directamente al tambor, que consigue el mejor rendimiento con menos vibraciones y decibelios”.

Lavavajillas. La Directora de Marketing de Electrolux destaca su gama de lavavajillas con tecnología ‘AirDry’, “que abre la puerta de forma automática para ofrecer un secado natural; o el programa automático, que ajusta el ciclo y lo va reajustando durante todo el tiempo que dura, en función de la suciedad, de cómo de sucio se encuentre lo que se esté lavando”. Whirlpool pone el acento en los lavavajillas con función ‘PowerDry’, “que permite lavar y secar la vajilla en solo una hora”. “Dicha tecnología consigue estos increíbles resultados sin una gota de vapor al abrir la puerta, gracias a un circuito cerrado que canaliza la humedad, la condensa y la convierte en gotas de agua, que se eliminan por el desagüe”, aclara la empresa. Además, estos aparatos incorporan la tecnología ‘EcoFriendly 6th Sense’, “que ofrece bajo consumo de agua y energía -tan sólo 6 litros de agua por ciclo en los modelos ‘premium’-, lo que permite ahorrar hasta un 40% en agua y tiempo”.

Frigoríficos. “Nuestros aparatos integran “el compresor ‘Inverter Linear’, ahorrando hasta un 32% más de energía y ofreciendo una mayor durabilidad -hasta 20 años de garantía- y un control de temperatura óptimo, que repercute positivamente en la frescura de los alimentos”, anota la responsable de LG. Whirlpool destaca las tecnologías ‘6th Sense’ y ‘Fresh Control’ de sus frigoríficos, “cuyos sensores inteligentes controlan la temperatura y la humedad del aparato, lo que

¿CUÁNTO PUEDE AHORRAR EL USUARIO?

Además de los beneficios medioambientales que comportan las políticas de eficiencia y sostenibilidad, no hay que desdeñar el ahorro en la factura energética del usuario final. “El ahorro principal es en energía. Y eso repercute en la economía doméstica, puesto que, con un mejor rendimiento de los aparatos, la electricidad consumida disminuye notablemente”, comenta Juan Berganza (Linea Plus Essege).

Así pues, Ana Molarinho (Electrolux) afirma que “al final del año, el uso de electrodomésticos eficientes se nota en el bolsillo del consumidor”. Por ejemplo, apunta que con los nuevos lavavajillas A+++ se puede llegar a ahorrar casi un 30% respecto a un aparato A. Y un frigorífico combi A+++ de última generación llega a ser casi un 50% más eficiente que otro de clase A+.

En el caso de los aparatos de aire acondicionado, Nacho Lucena (Mitsubishi Electric) señala que “si consideramos que los equipos son cada vez más eficientes energéticamente, evidentemente comporta un ahorro económico para el usuario final. Este ahorro puede llegar hasta valores de 50 euros anuales en consumo de electricidad entre un equipo de baja eficiencia energética y uno más eficiente, en función del uso que se dé al equipo”. Y Paloma Sánchez-Cano (Daikin) especifica que “elegir equipos de la más alta eficiencia energética (A+++)

En cualquier caso, Karim Bruneo (Whirlpool) anota que “el principal ahorro para los consumidores se encuentra en la factura de energía cuando nos fijamos en el uso de 10 años o más”. Igualmente, Taurus remarca que “el ahorro económico es una apuesta a largo plazo”. “Si bien es verdad que un hogar con electrodomésticos eficientes consume menos, también es cierto que cuando realmente somos conscientes del ahorro económico que supone es al analizar los datos con la suficiente perspectiva. Si analizamos los datos de los electrodomésticos que más consumen, veremos que un hogar medio que cuente con un frigorífico con clasificación energética A+++

Además, Taurus incide en que “el ahorro no se contabiliza sólo monetariamente, sino que también es medible desde un punto de vista social”, puesto que “una sociedad que consume menos energía es una sociedad que convive en armonía con el medio ambiente”. En este sentido, el responsable de Whirlpool, hace hincapié en que cuando hablamos de ecoeficiencia “podríamos referirnos a la eficiencia energética, la eficiencia del agua, la eficiencia de recursos y materias primas, así como la eficiencia en la forma de reutilizar o minimizar el desperdicio”. Así, recuerda que “cada uno de estos aspectos tiene diferentes indicadores que cuantifican su impacto sobre el medio ambiente y, de la misma manera, su impacto en las facturas de los servicios públicos de los consumidores”. Y precisa que “en la UE, los indicadores más utilizados se refieren a la eficiencia energética y del agua, que están cubiertos por la normativa de Ecodiseño, que exige una etiqueta obligatoria en el producto que indique al consumidor la clase de eficiencia”.

permite restablecer los niveles óptimos para una mejor conservación de los alimentos, que duran frescos seis veces

más tiempo”. También incide en la tecnología ‘Supreme No frost’, que “permite una distribución homogénea de la temperatura en ambas

FOTO: ELECTROLUX



Nuestras
soluciones



Información del consumo eléctrico

Se puede conocer el consumo eléctrico del último día, semana o mes en KWh



Sistema DST
(ajuste horario verano)

Cambio horario de verano e invierno automático con la fecha.



Seguridad para niños

Se disminuye la temperatura superficial del aparato para evitar quemaduras.



Función win
(ventanas abiertas)

Una caída brusca de la temperatura apaga automáticamente el aparato.



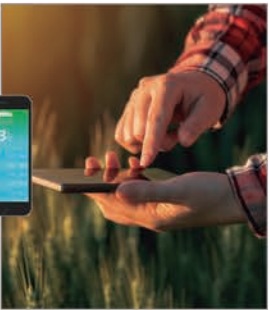
Sistemas ITCS (control de temperatura inteligente)

El emisor se pone en marcha automáticamente con la antelación necesaria para alcanzar la temperatura deseada a la hora establecida.



Indicador de consumo responsable

La pantalla cambia de color en función de la temperatura seleccionada.



Control web de aparatos

Mediante página web o app se puede controlar los aparatos y conocer los consumos.



FOTO: DAIKIN

cavidades, lo que proporciona una conservación inigualable de todos sus alimentos sin mezclar olores”.

Placas. Las encimeras de inducción incorporan controles de mayor precisión, permitiendo ajustar la temperatura del aceite o del agua con máxima exactitud, optimizando el consumo eléctrico. Este control más preciso llega también a las placas de gas. Whirlpool indica que “la marca Hotpoint dispone de una cocina de gas que permite un 20% de ahorro de tiempo y un 22% de ahorro de energía, gracias a una tecnología de llama vertical que distribuye el calor de manera uniforme, reduciendo el tiempo de cocción en comparación con otros productos sin esta tecnología”.

Campanas. “Toda nuestra gama de campanas ha pasado a tener luces leds, lo que supone un ahorro energético frente a las luces que incorporaban anteriormente”, señala la responsable de Electrolux.

Aire acondicionado. “Ofrecemos diferentes soluciones que permiten lograr el máximo ahorro. Por ejemplo, los sensores inteligentes de presencia y temperatura detectan la presencia o no de personas en la sala, activando automáticamente la función modo ahorro de energía cuando no hay nadie en la estancia”, indica la responsable de Daikin. En la misma línea, el representante de Eurofred señala que los productos en su portafolio “incluyen tecnologías como la detección de gente en las estancias para hacer una climatización más agradable, eficiente y sostenible”. Por su

GESTIÓN DE RESIDUOS

La gestión de residuos de aparatos eléctricos y electrónicos (RAEE) en nuestro país parece que va evolucionando satisfactoriamente. “La situación actual es positiva. Tres años después de la entrada en vigor del Real Decreto 110/2015, sobre RAEE, los diferentes sistemas colectivos de responsabilidad ampliada del productor (SCRAP) cumplimos los objetivos fijados por la normativa comunitaria. En 2017, los SCRAP de RAEE gestionaron casi 247.000 toneladas de estos residuos. Es decir, 5,3 kg por habitante, más de un 25% de lo gestionado en 2015. De esas casi 247.000 toneladas, la Fundación Ecolec ha gestionado más de 100.000 toneladas: el peso de 10 torres Eiffel”, explica Rafael Serrano, Director de Relaciones Institucionales, Marketing y Comunicación de la citada fundación.

José Pérez, Delegado General de la Fundación Ecolum, especifica que “la labor desarrollada en estos casi quince años de experiencia ha permitido conseguir los objetivos comunitarios de la anterior normativa -4 kg habitante/año- y alcanzar en 2017 más del 48% de reciclaje de los equipos puestos en el mercado”. Serrano recuerda que “en el presente ejercicio, los fabricantes de aparatos eléctricos y electrónicos han de gestionar al menos el 55% de los aparatos puestos en el mercado en los últimos tres años; y el año que viene, el porcentaje se eleva al 65%”. Además, reseña que “el Parlamento Europeo ha aprobado un paquete legislativo sobre economía circular (‘Waste package’) que modifica las directivas de vertederos, residuos, envases y aparatos eléctrico y electrónico, contemplándose gestionar, a nivel europeo, el 65% de reciclaje en 2035”.

Los ‘planes renove’ contribuyen notablemente a la consecución de estos objetivos. “No cabe duda de que la generación de residuos va unida a la renovación de los productos con nuevas adquisiciones de los consumidores. Además, los ‘planes renove’ tienen la ventaja de contribuir a un mayor control de la trazabilidad del residuo, lo cual es fundamental para el proceso de reciclaje”, declara Pérez. Asimismo, el responsable de la Fundación Ecolec anota que dichos planes “históricamente han jugado un papel muy importante en la correcta gestión de los electrodomésticos sustituidos”. Pero la concienciación y el compromiso de los comerciantes también son muy importantes. En este sentido, reseña que su organización “ha incrementado sus cantidades de RAEE recogidas selectivamente un 55% en los últimos tres años, logrando estos buenos datos sin la ayuda de los citados planes, gracias a la colaboración de los puntos de venta de electrodomésticos que confían en nuestra gestión”.

También hay algunos retos que superar. “Si bien el apoyo de los distribuidores de electrodomésticos en los últimos años ha sido encomiable, aún tenemos que seguir esforzándonos para aumentar las cantidades de RAEE correctamente gestionados. Desde Fundación Ecolec venimos trabajando en diferentes iniciativas -#GreenWeek, #GreenShop- para concienciar al público en general, a través del canal comercial, para incrementar los RAEE gestionados”, señala Serrano. Asimismo, Pérez afirma que “son varios los factores que influyen en la dificultad en la consecución de los objetivos”. Explica que “una normativa clara que establezca procesos no excesivamente burocratizados, unida a un mayor control del residuo para evitar el fraude, junto con campañas eficaces de divulgación, contribuirían a incrementar los ratios de recogida y tratamiento”.

Pero si la divulgación y la concienciación no funcionan, el régimen sancionador entra en acción. “Las sanciones son muy variadas y la Ley General de Residuos contiene un amplio margen de conductas y sanciones de índole administrativa. No debemos olvidar el Código Penal y toda su normativa sancionadora respecto al delito ecológico”, advierte el Delegado General de Fundación Ecolum. De hecho, Serrano insiste en que “las sanciones económicas relacionadas con las infracciones medioambientales son considerables”. En cualquier caso, cree que “hemos de abandonar el discurso sancionador y centrarnos en las oportunidades y recursos que perdemos si no realizamos una correcta gestión ambiental de los RAEE”. “No hacer lo correcto en esta materia nos impide ejercer un liderazgo necesario contra el cambio climático y nos aleja de una economía circular”, asevera.

parte, la Directora de Marketing de LG habla de su compresor ‘Dual Inverter’, “con tecnología de doble rotor, con el que se generan menos residuos y aumentamos la vida útil del producto”. Además, cita el sistema anticorrosivo ‘Gold Fin’, que “evita la corrosión del intercambiador producido por factores como la salinidad o la polución, repercutiendo positivamente en la vida útil del aire acondicionado”. Por otra parte, hace hincapié en la repercusión de la conectividad en este campo. “El ahorro para el usuario final se producirá, sobre todo, gracias a la programación sostenible, posible con nuestras

soluciones IoT. La app ‘Smart ThinQ’ permite al usuario optimizar el consumo de energía desde cualquier parte, facilitando, por ejemplo, que la casa esté climatizada al gusto de cada consumidor a su llegada tras una jornada laboral. Además, el ahorro no es solamente económico, ya que a través de su sencillo sistema de instalación se puede ahorrar hasta el 30% del tiempo de montaje”, asegura. Igualmente, Whirlpool recuerda que algunos de sus dispositivos disponen de WiFi, “para controlar el aparato dónde y cuándo sea”, así como tecnología ‘6th Sense’, “para el control de la humedad”. También utiliza gas R-32 LineaEco, por lo que ofrece una emisión menor de CO₂, además de un modo ‘Ahorro de energía’, “con el que se ahorra hasta el 41%, comparado

Patrocinador oficial de

tu día a día

2 SISTEMAS DE FRÍO INDEPENDIENTES

EAT LIKE A PRO

beko

beko.es/eatlikeapro #EatLikeAPro

beko

FC BARCELONA PREMIUM PARTNER



FOTO: LINEA PLUS ESSEGE

con el modo normal”. La responsable de Daikin también se detiene en el uso de “refrigerantes que tienen un mínimo impacto medioambiental, como el R-32, que además ofrece un mayor ahorro energético, mejorando así la eficiencia energética de los sistemas de climatización”. Asimismo, el Director de Marketing de Eurofred apunta que todos los equipos comercializados por la empresa “ya cumplen con las normativas sobre gases refrigerantes que todavía no han entrado en vigor”.

Radiadores, convectores y termos. El Director General de Linea Plus Essege señala que todos sus productos incorporan elementos para su ecoeficiencia y ecodiseño. “Incorporamos aluminio de alta calidad, termostatos de alta precisión y sistemas de regulación proporcional para una mayor precisión y aprovechamiento de la energía. También función ‘win’, sistema de ventanas

abiertas, donde el equipo detecta bajadas de temperatura bruscas y se desconecta para no aumentar el consumo. Además, ofrecemos información del consumo eléctrico, para conocer el consumo del día, semana o mes en KWh, que hace que el usuario adapte su gasto a sus necesidades reales. Disponemos de sistemas de temperatura inteligente, gracias a los cuales los equipos se activan con antelación para alcanzar la temperatura deseada a la hora prevista anteriormente. También se ajustan al cambio horario entre verano e invierno. Asimismo, incluyen indicador de consumo responsable, mediante tres indicadores en pantalla para determinar qué consumos se producirán para adelantarse. Y disponen de seguridad para niños, que permite regular la potencia de los equipos mediante intervalos, consiguiendo disminuir la temperatura superficial”, detalla. Por su parte, la Marketing Manager de Tesy indica que la compañía ha incluido, en varias de sus gamas de termos y convectores, el control a través de internet o a través de su app. “La conectividad a nuestros equipos, con las consiguientes posibilidades de monitorización, programación y control del consumo energético, hacen que el usuario adquiera la capacidad de controlar, de forma real, el consumo energético de su hogar. Modos de trabajo como el ‘ECO Smart’, permite al termo aprender los hábitos de consumo del usuario y autorregularse para optimizar su funcionamiento, de forma que garantiza el mejor servicio de agua caliente con el menor consumo energético posible. Supone un ahorro directo de entre el 15%-20% en la factura de la luz. Además, todos nuestros termos

incorporan una serie de tecnologías o soluciones estructurales están encaminadas a garantizar la máxima eficiencia. Hablamos de soluciones como el ‘Efecto Pistón’, con el que aseguramos una producción extra de agua caliente del 15%, gracias al control que conseguimos en el proceso de mezcla y estratificación del agua dentro del termo. También cabe destacar el aislamiento de alta eficiencia ‘Insutech Plus’, con el que se asegura una distribución uniforme del aislamiento en el interior del termo y la rotura del puente térmico, reduciendo con ello en más de un 16% las pérdidas energéticas. Cabe mencionar también el ‘Turbulator’, incorporado en aquellos termos con intercambiador de calor. El diseño exclusivo del interior del serpentín permite romper el flujo laminar del agua, consiguiendo con ello incrementar la transmisión de calor al agua en más de un 26%. Las gamas que incorporan todas estas innovaciones pueden llegar a proporcionar un ahorro en electricidad superior al 30% con respecto a otros modelos del mercado”, expone.

PAE Hogar. “Tanto en Taurus como en Solac, una de nuestras grandes bazas ha sido la mejora en los sistemas de estanqueidad de los motores y los circuitos de nuestros aspiradores, que nos han permitido disminuir mucho su potencia, a la vez que se mejora el resultado que se ofrecen al usuario, reduciendo de manera sustancial el consumo eléctrico”, indica la compañía. “La tendencia parece indicar que los fabricantes vamos a tener que ir reduciendo los vatios de los productos, optimizando así su potencia. Deberemos ir olvidándonos, poco a poco, de vatios estratosféricos, centrando nuestro trabajo en motores más eficientes, que realicen las mismas funciones pero con curvas de consumo energético mucho menores”, añade. Por otro lado, el grupo especifica que sus centros de planchado compactos “incorporan una posición de planchado ‘ECO’, que permite planchar con el máximo de vapor pero con la suela a baja temperatura, lo que garantiza un resultado perfecto en todos los tejidos ahorrando energía”.

Telefonía inalámbrica. El CEO de Gigaset pone el acento en la tecnología ‘Eco DECT’, que ha optimizado sustancialmente el rendimiento y ha disminuido el nivel de radiaciones frente a los antiguos teléfonos inalámbricos. Según explica, “la tecnología ‘Eco DECT’ reduce el consumo de potencia hasta un 60%, en comparación con teléfonos convencionales. Dándoles un uso normal, de aproximadamente dos horas al día, el alimentador con ahorro de energía puede reducir el consumo de potencia en 2 vatios -de 3,5 a 1,3 vatios-”. Además, señala que “la tecnología ‘Eco DECT’ y el ‘Modo ECO plus’ se encargan de reducir la potencia de transmisión de todos los teléfonos registrados en la estación base, de modo que ésta no emita radiaciones mientras el teléfono se esté utilizando de forma inalámbrica. El objetivo de este tipo de tecnologías es que la evolución permita una coexistencia tanto de electrodomésticos

FOTO: TESY



Frescura para conservar. Frescura para llevar.



❁ Frigoríficos VitaFresh

Con la tecnología VitaFresh podrás conservar tus alimentos hasta el triple de tiempo. Además, ¡tu frigorífico VitaFresh tiene premio! Prepara los smoothies más refrescantes con la batidora de vaso Mixx2Go y lléalos donde quieras. Descubre más en www.bosch-home.es



De regalo con tu frigorífico Serie 8

De regalo con tu frigorífico Serie 6

Promoción válida por la compra de un combi Serie 8 (regalo batidora MMBM7G3M) y Serie 6 (regalo batidora MMBM7G2M) entre el 01/05/2018 y el 31/08/2018. Bases legales depositadas ante notario. Más información en www.bosch-home.es

ATENTOS A LA EVOLUCIÓN NORMATIVA

Los cambios normativos que van llegando están sirviendo para dinamizar el sector. Karim Bruneo (Whirlpool) reseña que en 2020-2021 se esperan nuevas revisiones de la normativa de EcoDiseño de la UE. Y recuerda que las actuales etiquetas se cambiarán por una nueva escala de la A a la G. Además, indica que “el paquete Circular Economy también impulsa otros cambios regulatorios, así como el posible procedimiento PEF (impacto ambiental del producto)”. Y entre los últimos cambios, Ana Molarinho (Electrolux) señala que uno de los que más afectó fue “que toda la gama de campanas debían incorporar luces led”.

En el segmento del aire acondicionado, ha tenido gran impacto el Reglamento 517/2014 –conocido como F-Gas-, sobre gases fluorados de efecto invernadero, que grava la compra de HFC. “Nos pide cambiar los gases refrigerantes. Tiene diferentes fases hasta 2024”, apunta Abel Pedrós (Eurofred). También se detiene en las “limitaciones en cuanto a la etiqueta energética ErP, que desde el año pasado nos pide cada vez ser más eficientes”. Según explica, estas exigencias “han supuesto un cambio importante sobre los componentes de los equipos y el tipo de gases que se utilizan”. Además, Nacho Lucena (Mitsubishi Electric) cree que “es de esperar que se produzcan más cambios normativos a futuro, y considera que “la normativa F-Gas ya permite intuir los pasos que se darán en este campo, al menos hasta 2030”.

La normativa europea de EcoDiseño también afecta a los emisores térmicos eléctricos. “Ha supuesto un cambio radical en las prestaciones. En el futuro, consideramos que todo elemento eléctrico irá añadiéndose a esta normativa o similar, que actualmente ya afecta a determinadas tecnologías”, apunta Juan Berganza (Linea Plus Essege). Asimismo, Guadalupe Fernández (Tesy) reseña que “en septiembre de 2017 entraron en vigor nuevos requisitos ErP en cuanto a termos eléctricos. Y en enero de 2018, también para calefacción eléctrica”.

La nueva regulación también ha afectado a los aspiradores de trineo. “La normativa cambió a partir de septiembre de 2017, obligando a los fabricantes a revisar los consumos de los aspiradores y sus resultados”, comenta Taurus. De este modo, desde esa fecha ya no es posible introducir en el mercado equipos con una potencia superior a 900 W. Además, los aspiradores deben incluir etiqueta de eficiencia energética. “Esperamos que, poco a poco, todos los electrodomésticos pasen a regirse por esta clasificación energética, a la que el consumidor cada vez está más acostumbrado”, se indica desde la firma.

-teléfonos inteligentes y todo tipo de aparatos-, de forma que no vivamos rodeados de radiaciones, sino de elementos eficientes y eficaces”.

¿Cómo responde el cliente?

Los esfuerzos que están realizando los fabricantes en este campo son evidentes. ¿Pero responde el cliente? ¿Tienen en cuenta los criterios de ecoeficiencia y sostenibilidad a la hora de elegir un aparato? “El consumidor actual tiene muy claro los criterios de ecoeficiencia. La idea de la necesidad de proteger el medio ambiente, aprovechar los

recursos naturales etc., va en aumento. Además, el argumento del ahorro económico funciona. Sólo hay que ver los datos en las ventas de automóviles ecológicos o híbridos, que suponen un gasto mayor en el momento de la compra pero un ahorro sustancial en el día a día de sus consumos. En el sector electro hay que tener en cuenta que la manera en la que se le comunica al consumidor los niveles de eficiencia es a través de una etiqueta homogeneizada en todas las familias de productos. De hecho, esta

FOTO: WHIRLPOOL



FOTO: GIGASET

etiqueta hace años que está presente incluso en la compra de inmuebles. Todo ello ha hecho que, aun no siendo consciente exactamente del ahorro económico que le comportará, el usuario se decante por opciones que le ofrezcan altos niveles de eficiencia energética. Un estudio realizado por la Federación Española de Comerciantes de Electrodomésticos (FECE) en 2016 concluía que más del 70% de los consumidores consulta la etiqueta energética de los productos antes de adquirirlos. Estamos seguros que este dato ha ido en aumento y así seguirá siendo en el futuro”, declara Taurus.

Esto es una gran noticia, pero tampoco conviene echar las campanas al vuelo. Karim Bruneo, Communication & Government Relations Manager de Whirlpool, recalca que “según las encuestas realizadas por la Comisión de la UE, la clasificación en la etiqueta es un factor de decisión secundario, puesto que son más importantes el precio, el rendimiento y la funcionalidad”. Igualmente, Molarinho apunta que, aunque la eficiencia energética “es un aspecto que poco a poco va ganando relevancia a la hora de adquirir un nuevo electrodoméstico, todavía hay factores que tienen mayor peso en la decisión de compra, como el precio”.

En cualquier caso, la Directora de Marketing de LG opina que “la conciencia de la sociedad está cambiando radicalmente en los últimos tiempos”. “El consumidor ya no solamente se fija en el precio o las prestaciones de un aire acondicionado, una lavadora o un frigorífico, sino que también tienen en cuenta aspectos como las emisiones de CO₂, la sostenibilidad o la ecoeficiencia, contribuyendo también al bienestar del planeta”, añade.

Igualmente, Lucena afirma que “el consumidor cada día está más informado y es capaz de formarse una decisión de compra bastante completa. En este aspecto, valora la variable del etiquetado energético dentro de su proceso de decisión”. Y el responsable de Eurofred apunta que “la gente cada vez está más concienciada con una eficiencia energética alta en la climatización doméstica, porque repercute en una factura de

la luz que cada vez es más elevada. Por tanto, los consumidores se informan, se conciencian y compran”.

La Marketing Manager de Tesy también cree que “el consumidor valora estos criterios en tanto en cuanto entiende los beneficios que le reportan, principalmente en lo relativo a eficiencia energética”. Puntualiza que “el tema del ahorro es de los argumentos más sólidos que los consumidores tienen para invertir en equipos altamente eficientes. También es cierto que los usuarios cada vez están más informados y concienciados con el cuidado al medio ambiente, pero es importante que trabajemos y mejoremos la labor de prescripción, de forma que los usuarios puedan entender también que ese cuidado se consigue, en parte, mediante el uso de equipos diseñados para dar el mejor servicio pero garantizando el menor consumo energético posible”.

Así pues, la información del consumidor se convierte en un asunto prioritario. Berganza señala que “lo principal para que los consumidores tengan más en cuenta estas características de ecoeficiencia es que conozcan los productos y sus beneficios, ya que existe desconocimiento”. Por eso, Moreno hace hincapié en que “la información es fundamental”, incidiendo en la necesidad

de “crear consciencia del ahorro que supone un producto ecoeficiente frente a otro que no lo es”, así como “concienciar sobre el impacto que puede tener en el medio ambiente cada proceso de compra”. “Para hacer llegar el mensaje hacemos comparaciones. Por ejemplo, el de una lavadora de 12 kg frente a una de 7 kg, con una reducción de hasta 92 coladas al año, con el consecuente ahorro de agua de hasta 2.840 litros al año”, expone.

Bruneo anota que “los consumidores se basan principalmente en la clase de eficiencia energética, el color y la posición dentro de la escala. Para ellos, la clasificación representa una evaluación general de la calidad y la tecnología, en lugar de simplemente la eficiencia energética”. De este modo, considera que estos datos se podrían presentar mejor. “La información sobre el consumo de energía en kWh no es fácil de evaluar para los consumidores, ya que carece de conexión clara con la experiencia diaria directa.

El ahorro de energía se entendería mejor si se expresara en ahorros monetarios.



FOTO: LG

Aunque esto es difícil de poner en la etiqueta, las nuevas aplicaciones o la información en línea deberían facilitar a los consumidores relacionar los

En 2017, hemos evitado la emisión de casi

140.000 toneladas de CO₂

Gracias a tu colaboración contribuimos a frenar el Cambio Climático y a proteger la Naturaleza.

#SúmateAlReciclajeResponsable

Ecolec es el primer sistema colectivo de responsabilidad ampliada en gestionar en un año en España más de 100.000 toneladas de residuos de aparatos eléctricos y electrónicos (RAEE)

facebook.com/ecolec

@FundacionEcolec

linkedin.com/company/fundacion-ecolec

www.ecolec.es

ECOLEC FUNDACIÓN



FOTO: TESI

criterios de eficiencia con su experiencia directa”, precisa. Así, señala que “las aplicaciones y los sitios web tendrán el papel más importante a la hora de explicar a los consumidores cómo la calificación de la etiqueta se traduce en un impacto ambiental y en un ahorro de energía”. También apunta que “la industria está evaluando el Impacto Ambiental del Producto como el próximo desafío”. En este sentido, remarca que “si bien esto es más difícil de medir objetivamente que el consumo de energía, es importante comunicar a los consumidores cualquier mejora en este campo”.

Además, los fabricantes inciden en la necesidad de realizar campañas para promover la concienciación medioambiental, aprovechando el alcance de los medios, redes sociales y blogs. Pero también destacan la importancia de la información en el punto de venta -catálogos, packaging, fichas técnicas, etiquetas energéticas-

FOTO: ELECTROLUX



donde el vendedor desempeña una labor fundamental. Por eso, la formación por parte de las firmas es esencial para que los prescriptores después sean capaces de transmitir dicha información a sus clientes.

El impulso de los ‘planes renove’

Los ‘planes renove’ también han tenido gran repercusión a la hora de difundir entre los usuarios la importancia de la eficiencia. “Constituyen un factor importante en la toma de decisión de compra de los consumidores. Y pueden ser un importante incentivo para los usuarios que, sin estar en proceso de compra, piensan en la posibilidad de cambiar sus electrodomésticos. Así, aprovechan la oportunidad de adquirir un nuevo electrodoméstico, con mejor tecnología y mayor eficiencia energética a un mejor precio”, afirma la responsable de Electrolux. Igualmente, Taurus anota que estos planes “siempre son una buena oportunidad para dar salida a nuevos productos que sustituyan a sus versiones antiguas”.

Moreno estima que “el papel de los ‘planes renove’ ha sido esencial, ya que, además del evidente ahorro económico que supone para los usuarios, también permite controlar las emisiones de CO₂, así como nuestro impacto sobre el calentamiento global. De este modo, se han convertido en una de las claves para que los usuarios apuesten por electrodomésticos más comprometidos con el planeta y el medioambiente”.

Berganza admite la relevancia de estos planes, “ya que sitúan en la mente del consumidor la importancia de la eficiencia y menor consumo”. Además, incide en que “muchas empresas eléctricas están fomentando la reducción de consumo para trasladar que se puede obtener beneficio con la utilización de equipos más eficientes”.

Por otro lado, el Director de Marketing de Eurofred lamenta que no haya un plan

nacional, ya que se trata de iniciativas nacidas en el ámbito regional. “Cada comunidad aplica el suyo y no tenemos uno global, como en Francia, por ejemplo, lo que ayudaría a concienciar a los consumidores en todo el país”, anota. Además, Lucena advierte que “el consumidor aún percibe los ‘planes renove’ como un programa de ‘recompensa’, que le otorga la oportunidad de ahorrarse un dinero en la instalación”.

Sánchez-Cano también destaca el papel de los planes impulsados por los fabricantes. “Desde Daikin apostamos por lanzar diferentes campañas para promover la conciencia medioambiental. Todos los años, ponemos en marcha nuestro particular ‘plan renove’, con el que devolvemos a los usuarios finales hasta 100 euros al adquirir un equipo de nuestra marca”, especifica.

Sostenibilidad en la producción

Los fabricantes de electrodomésticos tienen muy presentes los criterios de sostenibilidad en todo el ciclo de vida de sus productos, no sólo en la eficiencia en su funcionamiento. “Este enfoque no sólo se refleja en nuestros productos, sino también en nuestras instalaciones, como por ejemplo nuestro objetivo de cero desperdicios para 2022, nuestro creciente uso de aerogeneradores para compensar el consumo eléctrico de combustibles fósiles en nuestras plantas de Estados Unidos y nuestras inversiones en paneles solares en nuestras plantas de India. En 2014, Whirlpool Corporation estableció y reafirmó cuatro Objetivos Globales de Sostenibilidad: eficiencia energética, eficiencia del agua, cero residuos y transparencia material. Y hemos cumplido algunos de estos objetivos antes de lo previsto. A través de proyectos acelerados y sinergias de adquisición, la compañía superó los objetivos del 15% de eficiencia energética y del agua tres años antes. Y 2017 fue un año de aprendizaje y transición para el equipo global de Administración de Materiales Críticos de Whirlpool Corporation (CMM), siguiendo en el camino hacia una transparencia material total en el 90% de las acciones para 2020”, explica la compañía.

Una de las herramientas de Electrolux en este ámbito es el programa ‘For the better’. “Seguimos trabajando en mejores soluciones y operaciones, fabricando electrodomésticos con mayor eficiencia energética y haciendo un mejor uso de los recursos. Por ejemplo, empleando cada vez más materiales reciclados y energías renovables

FOTO: LINEA PLUS ESSEGE



FOTO: DAIKIN

en nuestras fábricas”, puntualiza Molarinho. En este sentido, especifica que “el uso de metales reciclados desde 2013 hasta 2017 ha crecido de un 7% hasta un 30%, lo que es un aumento más que considerable”. Además, añade que el grupo “a lo largo de 2017, ha conseguido reducir la huella de carbono un 59% -tomando como base 2005- en todas las actividades relacionadas con



FOTO: WHIRLPOOL

nuestras fábricas, almacenes u oficinas”. Por otro lado, destaca que la creación de la fundación Electrolux Food en 2016, “con el objetivo de centrar nuestras inversiones sociales en los grandes retos relacionados con el hambre, la nutrición, el desperdicio de alimentos y el consumo responsable”.

Moreno afirma que “la sostenibilidad en todos los procesos es una de las razones de ser de LG”. Especifica que “todas las unidades que conforman LG son conscientes de la importancia de ofrecer durabilidad y fiabilidad en todos los productos que conforman nuestras diferentes gamas. Así, mientras que en telefonía móvil estamos desarrollando las tecnologías más punteras con el fin de desarrollar

TESY

It's impressive

TERMOS ELÉCTRICOS con gestión por internet para el máximo ahorro y eficiencia energética

modEco Cloud

Termos eléctricos de última tecnología.

✓ Programación y control del equipo via Internet: **máximo ahorro energético**

✓ **Modo ECO SMART:** funcionamiento inteligente del termo mediante el aprendizaje de los hábitos de consumo del usuario

✓ **Resistencia cerámica en seco** para maximizar la transmisión de calor y garantizar una protección eficaz contra los depósitos de cal

✓ Mayor producción de agua caliente gracias al **Efecto PISTÓN: hasta un 15% extra de agua caliente** suministrada

TESY

Aplicación para dispositivos móviles con sistema operativo Android o iOS

tesyCloud

Download on the App Store

GET IT ON Google Play

TESY

ErP

B

Energy Related Product

7 AÑOS

TOTAL GARANTÍA

Soluciones INTELIGENTES y control a través de Internet

En línea con las tendencias más innovadoras y con el objetivo de garantizar al usuario el máximo ahorro y equipos fáciles de manejar, en TESI hemos creado una nueva familia de productos con control a través de Internet - TESI Cloud - con la que acercar a cada hogar las últimas innovaciones en control y gestión de equipos, así como la máxima eficiencia energética.

tesy.es



FOTO: TAURUS

dispositivos con mayor durabilidad, productos como nuestros frigoríficos, lavadoras o aires acondicionados se han posicionado entre los líderes del mercado gracias a un excelente servicio técnico y una garantía de 20 años”.

Pedros señala que “Eurofred tiene un plan de emisiones de CO₂ cero a través de un plan de compensación. Además, se está haciendo un cambio en la flota de vehículos tradicionales a híbridos para reducir la emisión de CO₂. En cuanto a edificios, se promociona la domótica y los edificios verdes. En el día a día utilizamos cada vez menos papel y el que se utiliza es reciclado. También hacemos actividades con el equipo humano de la compañía para reducir el impacto: fuimos a reforestar todo un bosque que se había quemado en la zona de Barcelona y otro en Alicante, fuimos a limpiar playas sucias... Con estas actividades intentamos reducir el CO₂ que emitimos”.

Berganza señala que Linea Plus Essege “dispone de todos los certificados de reciclado y gestión

FOTO: ELECTROLUX



de residuos exigida por normativa. Además, trabajamos por mejorar y superar los rendimientos de nuestros equipos. Y potenciamos que nuestro packaging sea sostenible y basado en materiales reciclables”.

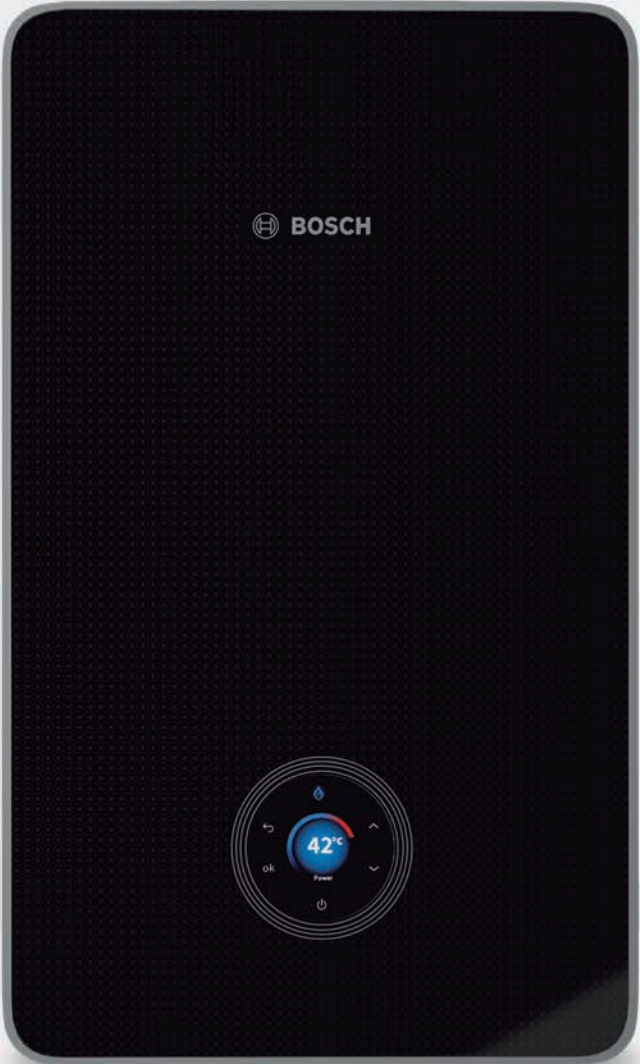
La política medioambiental de Mitsubishi se articula en torno a su declaración ‘Eco Changes’. “Representa nuestra posición en materia de gestión medioambiental y nuestro compromiso de luchar continuamente por un futuro más ecológico a través de tecnologías medioambientales globales de vanguardia y fortalezas únicas en la fabricación. La experiencia de Mitsubishi Electric en el uso eficiente de la energía en fábricas y edificios, así como en líneas de producción, nos permite ofrecer productos que ayuden a alcanzar la eficiencia energética óptima. Entre algunos de los procesos que llevamos a cabo para minimizar el impacto medioambiental se encuentra el uso de avanzadas tecnologías de reciclado de plástico de alta pureza, que nos permite mejorar de un 6% hasta un 70% las cantidades recicladas”, comenta Lucena.

Taurus explica que su compromiso con el medio ambiente y la sostenibilidad “no está presente sólo en nuestros productos, sino también en el día a día de nuestras oficinas, en las que realizamos acciones durante todo el año destinadas al reciclaje, al ahorro energético e incluso a la alimentación sana de nuestro equipo humano”. Y especifica que tanto Taurus como Solac cuentan con la ISO 14001. “El

cumplimiento de este plan está sometido a un estricto control interno, liderado por nuestro departamento de Calidad, pero también es controlado por un servicio de certificación externo, que renueva las licencias anualmente. De estos controles se suelen desprender mejoras en los procesos que son implementadas durante el siguiente periodo. Y como fabricantes de PAE, cumplimos con el Real Decreto 208/2005, relativo a la gestión de residuos de los aparatos eléctricos y electrónicos, garantizando su correcta gestión ambiental cuando terminen su vida útil”, aclara la empresa.

Sánchez-Cano señala que el compromiso de Daikin con el medio ambiente va más allá del diseño de productos eficientes, extendiéndose durante toda su vida útil. “Ponemos a disposición de nuestros clientes el mejor servicio posventa, ofreciéndoles las mejores soluciones para minimizar el impacto de su actividad y proteger la capa de ozono, mediante la prevención de potenciales emisiones de gases refrigerantes a la atmósfera. Y ofrecemos la posibilidad de reciclar nuestros productos al final de su vida útil, asegurando la correcta gestión de los mismos y eliminando el riesgo potencial que podrían suponer para el medio ambiente. Para Daikin, las cuestiones relacionadas con el medio ambiente no son simples obligaciones legales, sino que forman parte del compromiso medioambiental”, anota.

El CEO de Gigaset para Iberia y Latinoamérica indica que la compañía “vela por mantener los estrictos estándares especificados en la norma ISO14001 para la gestión del medio ambiente”. Además, asegura que “tiene la conciencia ecológica como uno de sus valores principales, por lo que se encarga de que todos los procesos que engloban la fabricación de un teléfono sean sostenibles, libres de plomo y utilizando menor cantidad de materia prima que en un teléfono convencional”. Así, señala que “para la composición de un teléfono ‘Eco DECT’ se utilizan materiales ecológicos y respetuosos con el medio ambiente. Asimismo, las modernas máquinas de los pasos de producción y distribución de productos permiten ahorrar energía, residuos y packaging, que son sistemáticamente separados y reciclados. Y el diseño, tamaño y materiales reciclables del packaging juegan un papel también muy importante para no malgastar materia prima”. Y remarca que “la logística es una parte fundamental”. “Nos enfocamos en el uso de medios de transporte respetuosos con el medio ambiente, como barcos o trenes, y en el uso eficiente del espacio de carga en vehículos. Al final de la cadena, también se encuentra el servicio. En este punto, intentamos evitar reemplazar partes y dispositivos innecesariamente gracias a un proceso de reparación individualizado. Finalmente, todas las partes electrónicas sobrantes son desechadas de forma correspondiente”, precisa.



Sencillamente, agua caliente

Calentador de agua a gas termostático estanco Therm 6700i S.

Gama de calentadores Therm

Nueva gama de calentadores estancos Bosch de bajo NOx. Alta eficiencia y confort en agua caliente. **Conectividad Wifi integrada**, frontal de vidrio y display a color con control táctil.



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



Disponible en:



www.bosch-climate.es