



FOTO: BSH - BALAY

Eficiencia energética

Ahorro y respeto por el medio ambiente

La eficiencia es una auténtica prioridad para los fabricantes de electrodomésticos. Desde hace tiempo, las empresas del sector trabajan en el desarrollo de aparatos capaces de hacer mejor su cometido y que lo hagan con el menor consumo energético. Además, las firmas prestan atención a la repercusión de sus procesos de producción, tratando de minimizar su impacto medioambiental.

La eficiencia energética es uno de los aspectos más relevantes para los fabricantes. Gran parte de su I+D se orienta en este sentido. Las principales firmas saben que el consumidor demanda equipos cada vez más eficientes, tanto por motivos económicos -ahorro de energía- como por una creciente preocupación por el deterioro del planeta -disminución del consumo de recursos, destrucción de la capa de ozono, emisión de gases de 'efecto invernadero', etc.-. Todo ello sin obviar el creciente interés acerca del impacto del proceso productivo y de todo el ciclo vida de los materiales del electrodoméstico. “Uno de los puntos de nuestra política medioambiental es la evaluación de los aspectos ambientales desde el inicio de la planificación de productos y servicios. La eficiencia energética es un elemento clave en nuestra estrategia. Aproximadamente el 90% del impacto medioambiental de nuestros productos, a lo largo de todo su ciclo de vida, se produce en la fase de uso y es por eso por lo que nuestros diseños le dan tanta importancia a la eficiencia energética de los aparatos”, afirma Ramón Villacampa, Responsable de Medio Ambiente, Seguridad y Salud Laboral de BSH Electrodomésticos.

En el mismo sentido, Fernando Jiménez, Director de Marketing de Electrolux, explica que la eficiencia energética “es una parte fundamental de nuestro compromiso por la innovación y una de las prioridades de nuestra estrategia. El cambio climático es un reto que define nuestra era. Y, para solucionarlo, nuestra única opción y nuestra responsabilidad es diseñar productos que respeten el medio ambiente. Nos esforzamos día a día por garantizar que nuestros servicios y procesos contribuyan al desarrollo sostenible en todo el ciclo de vida del producto, preocupándonos por cada detalle, desde el impacto en la fabricación, su uso, el reciclaje y, por supuesto, la utilización del material. Nos concentramos especialmente en la fase de uso, porque el 80% del impacto medioambiental de un electrodoméstico se produce durante este periodo. Nuestros frigoríficos hoy consumen un 70% menos de energía que hace 15 años”.

Igualmente, Urtzi Zubiate, Director de I+D+i de Grupo Fagor, indica que “la búsqueda de soluciones que mejoren la eficiencia energética de los electrodomésticos es una prioridad”. “Nuestros esfuerzos en I+D+i están orientados al desarrollo de tecnologías que mejoren la calidad de vida de nuestros clientes, a la vez que minimicen el impacto ambiental, con consumos de agua y energía más responsables. Para ello, contamos con un equipo especializado que trabaja desde nuestros centros de innovación para acercar las últimas tecnologías en lavado, frío o cocción a un público amplio, para que el precio no suponga un freno en su decisión de compra”, añade. Y Ezequiel San Emeterio, Director de Calidad, Innovación y Medio Ambiente de Teka Industrial, reseña que la empresa “está muy concienciada por la mejora constante de la eficiencia energética”. De este modo, anota que la



FOTO: MITSUBISHI

compañía cuenta “con un laboratorio de innovación que busca constantemente soluciones en este sentido en todas las gamas de producto. Somos conscientes de la necesidad que tiene la sociedad en el desarrollo de productos eficientes, que tengan un amplio respeto al medio ambiente desde su consumo y desde su desarrollo”.

Por su parte, Jose F. Rodríguez, Product & Communication Marketing Manager de Indesit, señala que la empresa “ha optimizado en los últimos años la producción de electrodomésticos altamente eficientes, utilizando cada vez más materiales respetuosos con el medio ambiente, tecnologías limpias y un desarrollo de gamas completas de bajo consumo energético”. A su vez, Whirlpool remarca el esfuerzo “para entender y manejar los efectos medioambientales de nuestro negocio, no sólo creando nuevos e innovadores productos que consuman menos energía y agua, sino también mejorando nuestros procesos y usando materiales que minimicen el impacto en el planeta”.

Las compañías más ligadas a la gama marrón y a la electrónica de consumo tampoco descuidan estos aspectos. Mirko Scaletti, Director de Marketing de Panasonic España, realiza su compromiso en innovación ecológica, puntualizando que la empresa “hace del medio ambiente el centro de todas las líneas de negocio, tanto para la vida cotidiana como para las empresas. Y este proyecto no tendría sentido sin la aplicación de las mismas en los productos de la electrónica de consumo fabricados por la compañía. Por consiguiente, todos los productos tienen en cuenta las diferentes posibilidades de eficiencia energética

que se puedan utilizar, tanto en su fabricación como en su utilización. Y centramos gran parte de la investigación en productos ecológicos. Por ejemplo, en el año fiscal 2011-2012 destinamos el 6,6% de la facturación a I+D”. Asimismo, Javier Morago, Responsable de Producto Audiovisual de Toshiba, destaca que la corporación “tiene como eje central de su estrategia de negocio una política medioambiental (‘Visión Medioambiental 2050’) con unos ambiciosos objetivos en cuanto a producción ecológica y productos verdes”. Y reseña que estos objetivos “redundan en la aplicación de medidas para disponer de procesos fabriles, de distribución y logísticos y productos con un menor impacto medioambiental: reducción del uso de energía, uso de energías renovables, sustitución de materiales por componentes biodegradables, reducción de los residuos peligrosos, etc.”.

Iván García, Director de Marketing de Nevir, señala que “actualmente tiene vital importancia mejorar

FOTO: FAGOR





FOTO: PANASONIC

la eficiencia de cada producto energéticamente, disminuyendo el consumo al mínimo y añadiendo nuevas funciones que se adapten a las nuevas necesidades del mercado. Ya no es sólo un compromiso con el usuario y el medio ambiente. Es una responsabilidad que tienen las empresas dedicadas a la electrónica de consumo. Y más en los tiempos en que vivimos". Mientras que Pedro Concepción, Director de Fábrica y Producción de NPG Technology, anota que "la eficiencia energética, tanto en el proceso de diseño como de producción, así como el uso de la energía, es un factor clave. No sólo en la lucha a favor del medio ambiente, sino también para aumentar la seguridad energética y el mejor sistema para alcanzar en las mejores condiciones un futuro a corto plazo de descenso de la utilización de fuentes de origen fósil".

Los productos de climatización tampoco son una excepción a esta tendencia hacia el aumento del rendimiento y el incremento de las consideraciones medioambientales. "Mejorar la eficiencia energética de nuestros productos es una de nuestras máximas como fabricantes y desarrolladores de tecnología de climatización. Apostamos por todos aquellos cambios que ayudan a mejorar la vida de las personas. Por un lado, en el producto; y por otro lado, en todo aquello que pueda contribuir a la sostenibilidad y eficiencia. Se trata de fabricar productos que respondan a las necesidades más exigentes,

que sean eficientes, que usen gases que no contaminen y que tengan un consumo energético reducido", puntualiza Miquel Castro, Director de Marketing de la División de Aire Acondicionado de Mitsubishi Electric. Y Albert Blasco, Product Manager de la división de Calefacción y Climatización de Panasonic, hace hincapié en que "buena parte del gasto energético de los hogares particulares y de las empresas vienen determinados por los sistemas de calefacción y climatización que utilizamos", por lo que insiste en la importancia de trabajar en la eficiencia en este sector.

El consumidor también se preocupa

Los fabricantes prestan atención a la eficiencia energética y a los aspectos medioambientales de sus productos por las exigencias normativas que fija la ley, pero también como respuesta a la demanda de los usuarios. Y es que el consumidor actual también valora estos aspectos a la hora de adquirir sus electrodomésticos. "En el contexto que vivimos, el precio continúa siendo de suma importancia. Sin embargo, cada vez hay más pedagogía y conciencia sobre los beneficios de la eficiencia energética, ya que no sólo es positivo para el medio ambiente, sino también para la economía familiar. Reducir el gasto energético de los aparatos es también reducir la factura de la luz", señala Blasco. De hecho, el Representante de Indesit señala que "antes hablábamos de los 'planes renove' como medio para incentivar la venta de electrodomésticos eficientes, pero ahora es el propio

"La preocupación por el cuidado del medio ambiente está aumentando de manera progresiva en los últimos años y la eficiencia energética cada vez tiene más peso en la decisión de compra..."

usuario el que los demanda ya que, dada la difícil situación de la economía, la gente quiere equipos que ahorren energía y dinero".

En este sentido, Jiménez cree que "la preocupación por el cuidado del medio ambiente está aumentando de manera progresiva en los últimos años y la eficiencia energética cada vez tiene más peso en la decisión de compra. Hacemos grandes esfuerzos por informar y concienciar. El objetivo es que el consumidor sea consciente de los cambios que supone la elección de un electrodoméstico de máxima eficiencia energética, tanto para el cuidado del medio ambiente como para su bolsillo. Sin embargo, aún queda camino por recorrer en esa concienciación y tanto la industria como las administraciones tenemos que seguir trabajando en ello". San Emeterio coincide en que "desde hace unos años, poco a poco hemos visto cómo los usuarios tienen un mayor interés por la eficiencia energética, tanto desde el punto de la sostenibilidad y respecto al medio ambiente como del ahorro de energía en el hogar, pues el gasto doméstico se ha convertido en un argumento de compra importante".

El Director de I+D+i de Fagor también reconoce el aumento del interés de los consumidores por los productos respetuosos con el medio ambiente, que ya incluyen el criterio de eficiencia energética en sus decisiones de compra. "Los productos más eficientes contribuyen a conseguir ahorros de agua y energía que repercuten en un menor impacto ambiental y un ahorro considerable en nuestras facturas domésticas", señala. Mientras que Morago afirma que "Europa se encuentra a la cabeza en cuanto a conciencia medioambiental y,

FOTO: TEKA



Tu vajilla perfecta el triple de rápido.

Ahora puedes conseguir un lavavajillas Bosch con función VarioSpeed desde sólo 475€ y, además, llevarte 6 meses de Finish gratis.



Desde
475€
+ 6 meses de
Finish Quantum



Acerca tu SmartPhone y redescubre el concepto de rapidez.

BOSCH
Innovación para tu vida

www.bosch-home.es

Promoción válida del 1 de febrero al 30 de junio de 2013.

por lo tanto, aquí el aspecto de la eficiencia cobra una mayor importancia. Y en España este hecho está cobrando cada vez más relevancia”.

Por su parte, Jesús Bayona, Director de Marketing de BSH, aunque reconoce el creciente peso de la eficiencia energética en la decisión de compra, considera que “no podemos decir que sea determinante”. “El porcentaje de aparatos de alta eficiencia que se venden en España es todavía inferior al de otros países y su desarrollo ha dependido más de la oferta de los fabricantes que de un ‘efecto tirón’ de los consumidores. Además, la crisis ha hecho que el ‘factor precio’ adquiera un protagonismo cada vez mayor estos años, en detrimento, a veces, de la eficiencia. Por eso, es muy importante seguir informando sobre la eficiencia como un factor clave de ahorro para el consumidor”, puntualiza.

Asimismo, el Director de Marketing de Nevir cree que la eficiencia ya tiene una gran influencia en la decisión de compra de los productos de línea blanca, aunque “en la marrón se miran mucho las prestaciones y el precio”. Además, afirma que en gama marrón “no hay suficiente información detallada en productos que no sean televisores. Poco a poco esto cambiará y sí será determinante para el usuario”. En esa línea, Gerard Borrut, Director Comercial de Electrónica de Consumo de Sharp, considera que “los usuarios están cada vez más concienciados en ahorro de energía en cuanto a los aparatos de gama blanca”, aunque reconoce que “no es un factor decisivo a la hora de la compra de los productos de electrónica de consumo”. Y, el Director de Fábrica y Producción de NPG opina que “los consumidores no tienen todavía la concienciación necesaria sobre la mejora de la eficiencia energética”. Así pues, considera que “es labor de las organizaciones de consumidores, fabricantes e instituciones continuar con el proceso de información y concienciación, de forma que las compras que realicen los consumidores atiendan

FOTO: INDESIT



FOTO: ELECTROLUX

al consumo energético como factor de gran importancia y se realicen las consiguientes comparaciones entre los distintos productos atendiendo a estos criterios”. Y por lo que respecta a la gama de clima, Castro indica que “el mercado está cambiando y el usuario, cada vez más informado, demanda productos de climatización con un consumo reducido”.

Eficiencia en gama blanca

La línea blanca es el ámbito donde se concentra la mayor parte de los esfuerzos y los avances en cuanto a eficiencia energética. Éstos son algunos de los últimos logros.

Frigoríficos. Villacampa destaca las mejoras en el aislamiento para minimizar las pérdidas, el desarrollo de componentes más eficientes del circuito de frío -evaporador y turbina (ventilador)-, el avance en electrónicas y sensores que mejoran la eficiencia y la estabilidad de temperatura o la incorporación de compresores con tecnología inverter que optimizan el funcionamiento y minimizan la necesidad de frío para consumir sólo cuando es necesario. Todo ello ha permitido la aparición de frigoríficos con etiqueta A+++ de eficiencia energética. “Cabe recordar que cada ‘+’ supone reducir el consumo en un 20%, lo que significa que, teniendo en cuenta que hace tan sólo cinco años la mayor parte de los frigoríficos que se vendían en el mercado era de clase B, se ha reducido el consumo en más de un 70%”, especifica. El Director de I+D+i de Fagor insiste en la importancia de la tecnología inverter, que permite que “sólo se consuma la energía que

realmente se necesita en el momento preciso”. Asimismo, San Emeterio incide en los “sistemas de control electrónico que permiten al usuario estar permanentemente informado de la temperatura de cada zona del frigorífico, informan sobre problemas de temperatura y la corrigen y, además, cuenta con la función ‘Eco-vacaciones’, que reduce el consumo de energía cuando no se utiliza el aparato en un periodo de tiempo”. Y el Director de Marketing de Panasonic apunta el desarrollo de equipos con “un panel de aislamiento ‘U-Vacua’, que permite 20 veces más aislamiento que los tradicionales”. Por otra parte, el Responsable de Electrolux aborda otra forma distinta de entender la eficiencia. “Mientras algunos frigoríficos se han diseñado solamente para contener gran cantidad de comida, nuestra gama ‘Fresh Frost Free’ proporciona a los consumidores la posibilidad de conservar los alimentos más tiempo en lugar de desperdiciarlos. Con un 20% estimado de los gases de efecto invernadero relacionados con la cadena alimentaria, esto representa una oportunidad importante para cambiar”, comenta.

Lavadoras. La mayoría de los fabricantes ya ofrecen modelos con eficiencia energética A+++ , pero las innovaciones no se quedan ahí. “En los últimos cinco años se han reducido notablemente los consumos, tanto de agua como de energía de las lavadoras. Hoy en día, disponemos de lavadoras de 8 kg de capacidad que tan sólo consumen 40 litros por ciclo, es decir, 5 litros por kilo de ropa. La incorporación de motores con regulación electrónica ha permitido mejorar, más si cabe, el nivel de eficiencia energética, lanzando al mercado lavadoras que consumen incluso un 30% menos de energía que la clase A+++”, puntualiza el Responsable de BSH. Zubiarte se detiene “en innovaciones tecnológicas como el ‘Water Saver’, que reutiliza el agua del último aclarado en el prelavado del siguiente ciclo; o ‘Consumo Variable’, un control más preciso de la carga que permite ajustar al máximo el consumo de electricidad y agua”. El Responsable de

Dyson lanza el ventilador y calefactor AM05 Hot + Cool™

Una misma máquina para las cuatro estaciones del año



AM05 Hot + Cool™ es el nuevo calefactor y ventilador sin aspas de la compañía británica Dyson. Se trata de un aparato capaz de calentar y refrescar de forma eficaz, ideal para las cuatro estaciones del año.

En **modo ventilación**, gracias a la tecnología Air Multiplier™, expulsa hasta 28 litros de aire por segundo a través de una fina apertura de 2,5 mm situada en el aro. Mediante un proceso conocido como inducción y arrastre, el aire circundante es arrastrado hacia el flujo de aire. El resultado es un chorro de aire suave, constante y uniforme, sin las incómodas ráfagas que crean las aspas de los ventiladores convencionales.

En **modo calefacción**, gracias a su termostato inteligente, permite seleccionar, entre 1 y 37 grados, la temperatura exacta a la que se desea la habitación. AM05 Hot + Cool™ mide los grados de la estancia y expulsa aire hasta alcanzar la temperatura seleccionada; una vez alcanzada, dejará de funcionar automáticamente. En caso de que detecte una bajada de temperatura, volverá a funcionar hasta alcanzar de nuevo la temperatura deseada.

El AM05 Hot + Cool™ está equipado con el motor digital patentado por Dyson, un potente motor sin escobillas de carbono que, a pesar de su reducido tamaño, permite crear electrodomésticos más potentes. Según palabras de James Dyson, fundador de

la compañía: “hemos aumentado la potencia de nuestro motor digital en un 33% para crear una máquina capaz de calentar y refrescar de forma efectiva”.



Al carecer de aspas y rejilla, el AM05 Hot + Cool™ es más seguro y fácil de limpiar que los calefactores y ventiladores convencionales. Además, no tiene elementos térmicos visibles y, en caso de vuelco, el aparato ha sido diseñado para apagarse automáticamente.



Incorpora un mando a distancia desde el cual se puede encender y apagar el aparato, ajustar la temperatura y el flujo de aire y controlar la oscilación. Gracias a su imán, el mando a distancia se puede guardar cómodamente encima del aparato.



FOTO: CANDY

Teka remarca prestaciones como la “regulación automática de consumo de agua, programación diferida para aprovechar la ‘tarifa ahorro’ de los hogares, sistemas de reconocimiento de espuma, etc.”. Y el Representante de Indesit se refiere a la tecnología ‘Direct Injection’, “que puede lavar con un 60% más de eficacia que una máquina tradicional, con un consumo bajo de agua y sin necesidad de apenas calentar el agua”. A su vez, Whirlpool se detiene en características como el sensor 3D, “que ajusta la velocidad de rotación para optimizar el efecto caída de la ropa en el tambor y maximizar el rendimiento del agua y la energía”; o el menor consumo de agua “gracias a la inclinación de 10º del tambor, que permite ahorrar alrededor de 10.000 litros al año”, ya que los modelos de 8 kg de carga consumen sólo 50 litros de agua durante el ciclo de lavado estándar. Además, señala que “la tecnología inverter cambia la rotación del motor y el consumo basándose en los sensores de la máquina, consiguiendo que las lavadoras consuman un 20% menos que una lavadora A. La función ‘Eco’ optimiza la configuración de la lavadora para obtener una mayor eficiencia, empleando hasta un 50% menos de energía y un 30% menos de agua que en un ciclo estándar. Y cuanto menor es la temperatura de lavado, más energía se puede ahorrar, por eso nuestras lavadoras pueden funcionar con 15 °C de temperatura”.

Secadoras. Villacampa señala que “la incorporación de la tecnología de bomba de calor en secado ha hecho que hayamos lanzado al mercado una secadora A+++, alcanzando valores de consumo por ciclo del mismo orden de magnitud que una lavadora. Hay que destacar que una secadora clase B consume entre 4 y 4,5 kWh/ciclo. La tecnología bomba de calor ha supuesto reducir este consumo a la mitad, y en los mejores modelos, se llega a consumos de poco más de 1 kWh por ciclo de secado. Además, la limpieza automática del condensador, varias veces durante cada ciclo de secado, asegura y mantiene el nivel de

eficiencia del producto”. A su vez, Scaletti destaca “la combinación inteligente de bomba de calor y tecnología inverter” para aumentar la eficiencia energética. “Basada en el mismo principio que el calentamiento con un acondicionador de aire, una secadora de bomba de calor genera más calor y usa menos energía. Como resultado, es más eficiente y más respetuosa con el medio ambiente que las secadoras convencionales. Además, mediante el modo ‘Eco’, la bomba de calor origina el aire caliente y lo reutiliza a lo largo del ciclo de secado”.

Lavavajillas. “La tecnología de secado con zeolitas aplicada a los lavavajillas ha permitido dar un salto cuantitativo en la reducción del consumo energético, reduciendo en un 10% el consumo de la mejor clase de eficiencia energética A+++. Con solo 0,67 kWh y 7 litros de agua por ciclo, son capaces de lavar hasta 13 servicios. Por otra parte, la incorporación de un depósito lateral ‘AquaEfficient’, un componente del sistema hidráulico que administra la gestión de agua entre los lavados, ha optimizado todavía más el consumo al reducirlo hasta 6 litros de agua por ciclo de lavado”, precisa el Responsable de BSH. Y el Representante de Fagor, señala las mismas innovaciones apuntadas para las lavadoras (‘Water Saver’ y ‘Consumo Variable’).

Hornos. Zubieta destaca los hornos ‘Master Chef’, con sensores de humedad y temperatura “que permiten definir de forma automática los parámetros de cocinado y ajustar la temperatura y tiempo a las necesidades de cocinado en cada momento. De esta manera, el horno se encarga de todo, incluso de optimizar su consumo energético, al no necesitar

“Siempre es positiva toda acción que facilite la información al consumidor... Y la etiqueta energética es una de ellas”

precalentamiento y determinar automáticamente la reducción de temperatura para hacer uso del calor residual”. Por su parte, el Director de Calidad, Innovación y Medioambiente de Teka resalta el sistema de limpieza ‘Hydroclean’, “que en sólo 24 minutos, con un vaso de agua, es capaz de limpiar el horno sin la necesidad de utilizar ningún producto de limpieza y con una gran eficiencia energética, que llega a ser cinco veces menor que la energía que gastan otros sistemas de autolimpieza como la pirólisis”. También hace hincapié en los hornos ‘Combo’, “que permiten cocinar en el mismo horno dos platos distintos a la vez. Además, sus cavidades son más rápidas de calentar por sus dimensiones, lo que permite ahorrar el doble de energía frente al horno tradicional”. Y Rodríguez anota que los hornos de la gama ‘Luce’ cuentan con un consumo “con una equivalencia de A-20%”.

Encimeras. “La tecnología ‘Horizonetech’ permite una total flexibilidad en el cocinado con el uso de múltiples recipientes de cualquier forma y tamaño de manera simultánea. Su máxima expresión es la inducción ‘Totalium’, que permite distribuir hasta cinco recipientes al mismo tiempo y moverlos libremente gracias a su sistema de detección automática, que mantiene los parámetros de cocinado programados para cada uno de ellos en cualquier punto de la superficie”, explica el Director de I+D+i de Fagor. Asimismo, San Emeterio incide en el desarrollo del sistema ‘iQuick Boling’, “que permite que la encimera de inducción detecte el material del recipiente y lleve el agua a ebullición en el menor tiempo posible, aplicando la potencia necesaria. Y reduce la potencia automáticamente, sin necesidad de que el usuario lo haga manualmente, de forma que mantiene el nivel de ebullición constante, controlando y limitando en todo momento el consumo de energía. Además, hemos desarrollado la gama ‘TekaFlex’ de

FOTO: TEKA



inducción, donde utilizando la misma cantidad de energía, se pueden usar varios recipientes a la vez o recipientes de mayor tamaño que hasta ahora no podían utilizarse en encimeras de cristal”.

Eficiencia en televisores

Aunque cuando hablamos de eficiencia lo más habitual sea pensar en la línea blanca, los televisores también están avanzando en esta senda. De hecho, desde diciembre de 2011 es obligatoria la incorporación de la etiqueta de eficiencia energética también en los televisores. ¿Y qué aporta esta etiqueta? “El usuario recibe una información clara de lo que representa el uso del televisor en cuanto a consumo se refiere. Esto es relevante, ya que el televisor está considerado como uno de los electrodomésticos de mayor uso en el hogar. Gracias a la etiqueta, el cliente que visita una tienda compara fácilmente los diferentes productos y fabricantes”, indica el Responsable de Toshiba. Como precisa el Director de Marketing de Nevir, “es una información orientativa para que el usuario final pueda ver lo que le supondrá a largo plazo el coste del producto. No es lo mismo comprarse un LED de clase A, que cuesta ‘x+y’ euros, que uno de clase D, que cuesta ‘x’ euros pero con el que pagamos una factura eléctrica anual del triple. Al final, el usuario tiene que ver si a medio plazo le compensa esa mayor inversión inicial”. En el mismo sentido, el Representante de NPG hace hincapié en que “la etiqueta energética ayuda a los posibles compradores a evaluar los costes de funcionamiento al comprar una televisión nueva, permitiendo conocer de forma rápida la eficiencia energética del equipo: a mayor eficiencia, más respeto al medio ambiente y mayor ahorro en la factura eléctrica”. Así, los fabricantes se muestran claramente a favor de la llegada de la etiqueta. “Siempre es positiva toda acción que facilite la información al consumidor. Y la etiqueta energética es una de ellas”, declara Scaletti. Y Concepción anota que “es una buena herramienta en el proceso de concienciación de

FOTO: MIELE



los consumidores”.

¿Y qué se está haciendo en pos de la eficiencia de estos aparatos? “Todos los televisores que fabricamos en Europa cuentan, al menos, con calificación energética A+ y sus modelos están entre los televisores de menor consumo en cada categoría de producto. Además, en todos ellos integramos tecnología de uso eficiente, con sensores ambientales que adaptan sus condiciones de luminancia a la luz ambiente que se dé en cada momento, asegurando un óptimo binomio de consumo y confort visual”, explica Morago.

El Director de Marketing de Panasonic indica que la compañía “ha conseguido reducir aún más el consumo de energía de sus televisores para 2013, lo que da como resultado unos televisores LED con una eficiencia energética excepcional”. Por ejemplo, la compañía cuenta con televisores de 50” o más pulgadas con eficiencia energética A+++. “Por otro lado, hemos introducido el modo ‘Eco’ como un estándar en la mayoría de los modelos de televisión. Este modo permite medir las condiciones de luz de la habitación y ajustar automáticamente la imagen. Como resultado, la televisión usa menos energía en condiciones de más oscuridad. Además, hemos desarrollado importantes avances en los paneles de plasma. Hemos fabricado el panel ‘NeoPDP’, que reduce el consumo de energía de los televisores de plasma, que ahora necesitan la mitad de energía que los modelos del 2007 para generar la misma cantidad de iluminación. Las pantallas tienen más de 30 años vida útil y una duración de más de 100.000 horas, gracias al nuevo panel posterior de fósforo. También el rediseño de la estructura del cuerpo del panel de plasma ha permitido mejorar la eficiencia luminosa. Esto proporciona imágenes increíblemente bellas mientras se reduce el consumo de energía. Disfrutas de un televisor ecológico y ahorras energía con un rendimiento de visión excelente. Es importante destacar que, desde 2007, nuestros televisores han eliminado el plomo y el mercurio de sus componentes, haciendo de ellos productos más respetuosos con el medio ambiente”, añade Scaletti. Por su parte, el Director Comercial



FOTO: TOSHIBA

de Electrónica de Consumo de Sharp resalta la eficiencia energética de sus aparatos, “especialmente en grandes pulgadas”. Así, destaca el desarrollo de equipos de 80 pulgadas con etiqueta A+++. “Es fruto de nuestra tecnología punta como fabricante de paneles LCD y la incorporación de la función OPC, que ajusta la luminosidad de la pantalla según la luz ambiental”, especifica.

Asimismo, el Representante de Nevir señala que “en televisores ha sido especialmente grande el avance en eficiencia energética”. “Recuerdo aún cuando se consumía de 1 a 3 W simplemente por tener la tele en ‘stand by’. En 2013 por fin se han resuelto todos los problemas para poder limitarlo a un consumo casi nulo. Pero el problema es el ‘casi’, pues siempre hay décimas de vatios que esperamos que los usuarios puedan ahorrarse en un futuro no muy lejano. Ahora, 0,5 W es un máximo que esperamos bajar en un futuro”. En este sentido, Morago señala que “los nuevos desarrollos de suministros de energía, microcontroladores, sistemas embebidos y una gestión inteligente en los procesos de latencia han reducido a menos de la tercera parte los niveles de consumo en ‘stand by’, manteniéndolos en umbrales extremadamente reducidos”. Mientras que Concepción remarca que “el cumplimiento de la normativa relativa a la limitación del consumo en ‘stand by’ ha supuesto en algunos casos el rediseño de las placas, así como de las fuentes de alimentación”. De este modo, el Director de Marketing de Panasonic señala que “los nuevos modelos superan el modo requerido de consumo de energía en ‘stand by’, que es de 1 W, consumiendo a partir de 0,3 W”. Además, el Director Comercial de Electrónica de Consumo de Sharp destaca la incorporación del “interruptor general para corte de energía para conseguir el consumo 0 W, sobre todo en los grandes formatos”.

Además, García afirma que los ‘Edge LED’ “han hecho estragos” en el campo de la eficiencia. “Desde que se perfeccionó la tecnología con diseños ‘slim’, las ventas han subido exponencialmente. Pero los ‘Direct LED’ realmente ofrecen un consumo mejor si cabe, aunque el usuario no perdona un incremento de grosor en los

PROYECTOS DE FUTURO

Además de los avances que ya vemos con frecuencia en el mercado, los fabricantes trabajan en nuevos desarrollos. El proyecto ‘Green Kitchen 2.0’ de Whirlpool es un ejemplo interesante. “Es el primer paso en aparatos eficientes como parte del sistema. Es un sistema de cocina avanzado donde el agua utilizada y el calor se reutilizan en un aparato y en otro. Cada usuario gasta una gran cantidad de agua diariamente. Litros de agua corriente se pierden cada día en las actividades rutinarias como beber, limpiar, cocinar y lavar. ‘Green Kitchen 2,0’ permite que esto no ocurra. El agua corriente se captura a través de un tratamiento antibacterias y es depositada en un depósito externo debajo de la pica de agua. Esta agua se utiliza para el lavavajillas, ahorrando unos 7 litros por ciclo. El agua purificada y reciclada del mismo depósito se puede utilizar para regar plantas, fregar el suelo, etc. Y este depósito está conectado al compresor del frigorífico, que calienta el agua para usar en el lavavajillas. Por lo tanto, el lavavajillas ahorra agua y electricidad. Los ahorros representan 7 litros de agua por ciclo y hasta un 20% de electricidad con el mismo rendimiento en lavado”, se especifica desde Whirlpool.

Además, una parte crucial en la eficiencia y la sostenibilidad es el proceso de fabricación. “Los proveedores son fundamentales. El pasado año organizamos una cumbre en Tailandia para hacer partícipes a los proveedores asiáticos de la estrategia de sostenibilidad de la empresa, ya que el 60% de nuestra producción se encuentra ahora en mercados emergentes. En términos de facturación, el objetivo para todo el grupo a medio plazo es de reducir el uso de energía un 15% entre 2011 y 2015. Actualmente, emitimos 200.000 toneladas menos de CO2 al año respecto a 2005”, puntualiza Fernando Jiménez (Electrolux). Y otra pata es el distribuidor. “Estamos trabajando con nuestros clientes de retail para aumentar las ventas de aparatos más eficientes. La gama verde representa el 10% de los productos vendidos y el 18% del beneficio bruto”, especifica.

Respecto a los televisores, Iván García (Nevir) señala que “se está intentando mejorar, aún más, la tecnología de los paneles”. Según explica, “los próximos OLED no están todavía en el mercado del usuario final y hay que gastar el último cartucho intentando mantener los consumos de los paneles LED, incluso con resoluciones 4K”. Mientras que Pedro Concepción (NPG) hace hincapié en que el futuro se enfoca “en las soluciones de microprocesadores ARM, que permiten una gestión más eficiente del consumo que las actuales”.

Asimismo, Javier Morago (Toshiba) incide en la “innovación en procesos de producción que limiten las emisiones de CO2 y la eliminación en los productos del 100% de componentes como plomo, mercurio, PVC o BFR”. En el mismo sentido, José F. Rodríguez (Indesit) anota que se sigue “potenciando el desarrollo de materiales ‘limpios’ en la fabricación de los aparatos”. Además, reseña que la investigación y desarrollo se orienta hacia “el establecimiento de redes destinadas al control inteligente del consumo en función de la factura mensual del usuario”, con el fin de “implicar a muchos actores, no sólo centramos en nosotros mismos”.

Y en dispositivos portátiles, García considera que “necesitan mejorar mucho las baterías de litio actuales, que son muy poco eficientes tanto en carga como descarga. Si aceleras la carga de ellas pero luego dura escasas horas, el avance no ha merecido la pena del todo”.

paneles, por lo que se tiene como gama intermedia entre el casi desaparecido LCD y el LED”.

Por otro lado, el Responsable de NPG recuerda que “en el caso del televisor, la potencia consumida va en algo más que la iluminación LED. También hay que considerar la eficiencia en el diseño de las placas de control y fuentes de alimentación”.

Eficiencia en aire acondicionado

Antes de nada, hay que recordar que en enero de este año entró en vigor la nueva normativa de etiquetado de eficiencia energética para equipos de aire acondicionado. Según el Director de Marketing de Aire Acondicionado de Mitsubishi Electric, esta modificación “supone un reconocimiento a firmas como la nuestra, que desde hace años ofrecemos al mercado equipos que cumplen con la normativa más estricta de eficiencia energética. Este nuevo marco regulador informa al consumidor de una forma mucho más clara acerca de la eficiencia del producto”. Así, el Product Manager de

nuevos SEER y SCOP, basados en eficiencias estacionales. Estos cambios en la directiva de productos energéticos o ErP se han diseñado para ofrecer a los consumidores una comprensión mejor de la eficiencia de sus climatizadores o sistemas de bomba de calor con potencias inferiores a 12 kW”.

En cualquier caso, lo cierto es que los equipos de aire acondicionado han mejorado notablemente su rendimiento en los últimos años, en los que la tecnología inverter se ha convertido en el estándar del mercado. Pero no es la única innovación. “Tenemos equipos que ofrecen la clasificación energética más óptima del mercado, una A+++ . Además, disponemos de soluciones como el sistema ‘Replace’, que permite reemplazar unidades viejas con refrigerantes obsoletos sin tener que cambiar la instalación, o bien el sistema HVRF de ‘City Multi’, un sistema aire-agua que funciona a dos tuberías”, puntualiza el Director de Marketing de Aire Acondicionado de Mitsubishi Electric.

El Product Manager de Calefacción y Climatización de Panasonic habla de la tecnología ‘Aquarea’, “un novedoso sistema de bajo consumo, diseñado para mantener la temperatura ideal en casa y calentar el agua, incluso en condiciones de temperatura exterior extrema. La bomba de calor aire-agua atrapa la energía del aire para enfriar o calentar el hogar asegurando el máximo confort. Es una tecnología limpia, segura, económica y respetuosa con el medio ambiente comparado con las alternativas que usan gas, gasoil u otros sistemas basados en resistencias eléctricas. Y ofrece un ahorro de hasta un 78% en gastos de calefacción en comparación con calentadores eléctricos”.

Y otra posibilidad para racionalizar el consumo energético es la integración en sistemas domóticos. “Tanto ‘Etherea’ como ‘Aquarea’ están inmersos en el mundo de la domótica. Hemos desarrollado junto a Intesis Home una aplicación que permite controlar el sistema de calefacción con cualquier dispositivo smartphone, tableta u ordenador y tener acceso al control del equipo desde cualquier

FOTO: PANASONIC



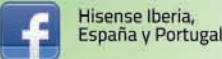
Hisense
life reimagined

Mas de 10 millones de personas confían en nosotros cada año¿ Y tú, te apuntas ?



Hisense Electronic Iberia S.L.

Ronda Auguste y Louis Lumiere, 23 Nave 12 Edificio Lumiere – Parque Tecnológico 46980 Paterna (Valencia) – Spain
 Tel. No.: +34-961767472 Fax No.: +34-961767473 administracion@hisenseiberia.com www.hisense.es



www.hisense.es

lugar. Con ello, se alcanza un mayor confort y un funcionamiento más eficiente del sistema con un consumo aún más bajo”, apunta Blasco.

Los ‘planes renove’

Es indiscutible el importante papel que han tenido los sucesivos ‘planes renove’ a la hora de sustituir los viejos electrodomésticos por otros más eficientes y así modernizar el parque de nuestro país. La línea blanca hace años que se beneficia de este apoyo, que poco a poco se fue extendiendo a los equipos de aire acondicionado. ¿Pero qué efectividad tienen estos programas? “Los ‘planes renove’ son una buena medida para actualizar el parque de electrodomésticos y conseguir unos importantes ahorros energéticos y de recursos, a nivel general, y en los hogares españoles, en particular. Son también un gran vehículo de concienciación. Gracias a las diferentes acciones y comunicaciones, tanto de las autoridades como de la industria, el consumidor está siendo cada vez más consciente de la importancia y el impacto que en su economía doméstica tiene la elección de electrodomésticos más eficientes. En este sentido, una de las mayores transformaciones se está produciendo en el campo de las encimeras. El paso de la vitrocerámica a la inducción empieza a ser comparable con lo que supuso dejar los televisores analógicos de tubo para introducir las equipos planos”, explica San Emeterio.

El Director de I+D+i de Fagor también considera que “los ‘planes renove’ han impulsado la presencia de electrodomésticos eficientes en nuestros hogares. Las comodidades que ofrecen y la reducción de precio que suponen han animado a muchos españoles a dar el paso definitivo a un tipo de consumo más respetuoso con el medio ambiente”. Igualmente, Jiménez opina que estos programas “están ayudando a que se mejore la eficiencia, aunque nos queda camino por recorrer. Es cierto que los consumidores se ven beneficiados de un descuento a la hora de adquirir un electrodoméstico mejor. Indudablemente, eso les anima al cambio. Y más en los tiempos que atravesamos”. Y desde Whirlpool se advierte que

FOTO: ELECTROLUX



FOTO: PANASONIC

“los ‘planes ‘renove’ están ayudando a tener hogares con electrodomésticos más eficientes. Sin embargo, también es cierto que la motivación principal es económica, por encima de la eficiencia energética”.

Asimismo, el Responsable de Indesit afirma que dichas ayudas “han servido para que el usuario se conciencie de la importancia de usar electrodomésticos eficientes. Y digo ‘han servido’, porque lamentablemente ya no contamos con las ayudas deseadas en este sentido. Aunque el consumidor valora cada vez más la clasificación energética de un aparato y, en ocasiones, hasta es clave a la hora de tomar la decisión de compra”. Además, el Director de Marketing de BSH opina que “los ‘planes renove’ se están volviendo a mover muy tímidamente en algunas comunidades autónomas pero financiados por éstas. Los ‘planes renove’ anteriores no se limitaban a los aparatos más eficientes sino que, por regla general, entraba todo lo que la Directiva de Ecodiseño permitía en cada momento, con más subvención para los aparatos más eficientes y menos para los peores. En este escenario, se han podido entender más como una herramienta de reactivación del mercado que como un impulso a la eficiencia energética. Evidentemente, han ayudado. Pero podrían haberlo hecho más si estos planes se hubieran centrado exclusivamente en los aparatos más eficientes”.

Por su parte, Borrut ofrece un punto de vista discrepante. El Responsable de Sharp considera que “el ‘plan renove’ es contraproducente” y añade que “la mejor política es la de incentivar la venta

de estos aparatos reduciendo, por ejemplo, el IVA asociado a ellos”.

Los ‘planes renove’ para la sustitución de equipos de climatización son menos conocidos pero también están incidiendo en el sector. “Un ‘plan renove’ siempre ayuda. Es bueno que existan iniciativas para dinamizar el mercado y para promover el cambio de equipos que pueden haber quedado obsoletos. Todos nos beneficiamos cuando un equipo que consume más energía de la necesaria o que usa un gas contaminante es retirado del mercado y pasa a ser sustituido por un aparato de climatización de última generación”, señala Castro.

¿Y por qué no realizar un programa de incentivos para la gama marrón y, en concreto, para los televisores?. “Pensamos que sería muy positiva la puesta en marcha de un ‘plan renove’ en este segmento, dada la experiencia que se ha tenido en otros sectores, como en la gama blanca. Con ello se conseguiría, además de un proceso de concienciación, una modernización de los equipos, mucho más eficientes energéticamente”, valora el Director de Fábrica y Producción de NPG. Según el Responsable de Toshiba, “este tipo de iniciativas son, en general, bastante beneficiosas para el usuario. Y también para distribución y fabricantes, ya que dinamizan la actividad en pos de un beneficio de ahorro energético y económico. La actual oferta de producto es drásticamente más eficiente que la mayoría del parque de receptores de televisión, llegando a darse el caso de que el ahorro en la factura eléctrica compense a medio plazo el 100% de la inversión en el nuevo televisor”. Por su parte, García considera que “el ‘plan renove’ es muy efectivo según para qué gama. En el caso de los televisores, por ejemplo, podría ser como se hizo con las teles de tubo, pero ahora con los LCD antiguos, que consumen mucho más que los nuevos LED. Si se cambia un LED de clase B por uno de clase A, realmente no tiene sentido un ‘plan renove’”.

Las alfombras que conducen al éxito no tienen por qué ser rojas.

Los nuevos aspiradores Taurus están aquí, compactos, potentes y más preparados que nunca. Es el momento de los aspiradores Taurus.

Déjate impresionar.

www.taurus-home.com



50 years
taurus

