

bolero

cecotec

Lavadoras Autodosis Secadoras Inverter

bolero

Tecnologías para ti y para el mundo.

B
DressCode Autodosis 2000

A+++
DressCode Dry 9500

partners@cecotec.es

Nº 89 / 2022

SANTIAGO PERERA
Business Unit
Director de Eurofred

**EFICIENCIA Y
SOSTENIBILIDAD EN
EL SECTOR ELECTRO**
Un sector cada vez más
verde y responsable

ANDREU VILÀ
Director General de
ECOTIC

PAE DE BELLEZA
La tienda se pone
guapa para el verano

TOSHIBA



Aire acondicionando robusto, eficiente

	HAORI	SHORAI	SΞIYA+
Modo silencioso 19db(A) U. Int.	●	●	●
Control sonoro unidad exterior	●	●	●
Magic-Coil® y autolimpieza	●	●	●
Acceso e instalación simplificada	●	●	●
Sistema HADA Toshiba	●	●	
Control remoto de diseño	●	●	●
WiFi	●	●	●
Control por voz	●	●	●
Filtros	●	●	●
	Ultra-Pure + Ionizador	Ultra-Pure	Ultra-Fresh



De serie



Opcional

SUMARIO



10

EFICIENCIA Y SOSTENIBILIDAD EN EL SECTOR ELECTRO

La apuesta del sector de los electrodomésticos por la eficiencia y la sostenibilidad es indiscutible. Los fabricantes llevan años destinando tiempo, trabajo y recursos tanto al aumento de la eficiencia de sus aparatos como a la mejora de sus procesos de fabricación y a la reducción...



06

SANTIAGO PERERA

BUSINESS UNIT

DIRECTOR DE EUROFRED

"Eurofred ofrece soluciones integrales a los profesionales, con un enfoque en la promoción de soluciones respetables con el medioambiente. En este sentido, las líneas de climatización..."

04

PRODUCTO QUE DAN NEGOCIO

46

PRODUCTO QUE DAN NEGOCIO



36

PAE DE BELLEZA

Con el verano a las puertas, el interés de los consumidores por el PAE de belleza se dispara. A todos nos gusta estar preparados para la llegada de los meses más calurosos y son muchos los clientes que aprovechan para comprar nuevos productos o reemplazar los que ya tienen. La tienda de electrodomésticos responde...



30

ANDREU VILÀ

DIRECTOR GENERAL DE ECOTIC

"El nivel de concienciación sobre la importancia del reciclaje electrónico ha ido aumentando a lo largo de los años, favorecido por un creciente interés general por temas como la sostenibilidad ambiental, la lucha contra el cambio climático, etc. Pero debemos seguir trabajando..."

44

COMUNICADOS

45

NUEVOS PRODUCTOS

STAFF

Editora / Directora:

Pilar Romero

Redactora:

Laura García

Redactor / Colaborador:

David Ramos

Administración:

Alicia Écija

Departamento Digital:

Andrea Sánchez y José F. García Cervera

Maquetación:

Marisol Navalón

Departamento Comercial:

Carmen Sánchez y Paloma Elices

Soporte Informático:

Dimanet Informática

Impresión y Fotomecánica:

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

Distribución:

A&D Publicidad Directa, S.A.
Depósito Legal: M-38672-2005
ISSN: 1888-8429
ISSN Digital: 2792-9744

Editorial Protiendas, S.L.U.

Avda. Juan Carlos I, nº 13 - 6º A
Edificio "Torre Garena"
28806 Alcalá de Henares (Madrid)
Tel. 91 802 41 20
www.editorialprotiendas.es
www.revistaprotiendas.com
contacto@editorialprotiendas.es



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



pro
tien
das
editorial





Hornos Galileo de Smeg, la revolución que llega

Galileo planteó una teoría disruptiva, nada más y nada menos que la tierra giraba alrededor del sol, aquello cambió el mundo y la percepción que tenemos de él.

En honor a un genio de la talla de Galileo, Smeg bautiza con su nombre a sus nuevos hornos. Los hornos Galileo están llamados a transformar profundamente el mundo de la cocina doméstica. Cualquier usuario podrá ampliar sus horizontes culinarios como nunca se había hecho.

Con más de 70 años de experiencia en productos de cocina, Smeg mira hacia el futuro y desarrolla un nuevo proyecto revolucionario para hornos, completamente Made in Italy.

Un horno multicocción que incorpora tres tecnologías en una única estructura: horno convencional, microondas y vapor.

La mejor tecnología se convierte en el ingrediente secreto de un producto elegante, con un bello diseño y extraordinariamente eficiente en términos de consumo.

Galileo, el padre de la ciencia moderna, está presente desde la génesis del proyecto de los hornos MULTICOOKING de Smeg. El logo de los nuevos Hornos Galileo se basa en tres círculos que representan órbitas planetarias. Estas órbitas las encontramos también en el nuevo diseño del baffle del horno.

La gama Galileo, aporta cinco tipologías de horno, en función de la combinación de tecnologías que presentan:

1. OMNICHIEF – Combinación perfecta entre la cocción tradicional, vapor y microondas
2. SPEEDWAVEXL – Combina horno tradicional y microondas de los más grandes hasta la fecha

3. STEAM100PRO – Horno vapor semi profesional

4. STEAM100 – Horno tradicional y vapor total

5. STEAMONE – Horno tradicional y vapor al 40%

En la gama Galileo, Smeg, apuesta por una nueva cavidad en sus hornos con un fondo liso y más redondeado, facilitando la sujeción de las bandejas y la inserción o extracción de las mismas. Una nueva junta de silicona frente a la cavidad, mejor limpieza y estabilidad, mejor estanqueidad y un enfoque en general de la cuba mucho más profesional.



Además, estos hornos vienen equipados con una tira de luz LED multinivel, puerta con bisagras de apertura suave, sistema de cargas en los hornos a vapor con tecnología oculta, sonda interior, sistemas de cocción profesional.

Con la tecnología Galileo MULTICOOKING se combinan hasta tres tecnologías diferentes pudiendo sacar lo mejor de cada una, y pudiendo reducir hasta un 70% el tiempo de cocción, manteniendo la jugosidad y la perfecta cocción de los alimentos. Siempre con la mejor clasificación energética A++.



Balay

75

Aniversario

Por 75 años más
de amistad

75 años trabajando rodeados de amigos

Desde nuestros inicios, en Balay siempre hemos trabajado para llevar innovación, practicidad y diseño a todas las cocinas. Y vosotros habéis estado ahí durante todo el camino.

Gracias por la confianza que nos habéis brindado estos 75 años.

Celebramos nuestro aniversario con esta edición especial, la **Serie 75 aniversario**. Con un elegante acabado en color grafito, apuesta por un diseño moderno y recupera el logotipo Balay de los años cincuenta. La serie incorpora la nueva placa de inducción Balay con extractor integrado.



Descubre todo
lo que hemos preparado
por nuestro 75 aniversario

Tengo un amigo en  **Balay**



Santiago Perera

BUSINESS UNIT DIRECTOR DE EUROFRED

EUROFRED
being efficient

“Eurofred ofrece soluciones integrales a los profesionales, con un enfoque en la promoción de soluciones respetables con el medioambiente. En este sentido, las líneas de climatización representan el mayor peso dentro de la estructura del grupo, ofreciendo una propuesta diferenciadora en el segmento de calefacción e industrial, priorizando el servicio y la orientación al cliente...”

Desde 1966, Eurofred es una de las compañías líderes en la distribución de equipos de refrigeración, aire acondicionado, calefacción, frío comercial, hostelería, componentes y accesorios. Desde la compañía se han ido adaptando al paso de los años, buscando la máxima eficiencia y sostenibilidad de sus productos. En esta entrevista, Santiago Perera, Business Unit Director de Eurofred, nos hace un breve recorrido por la empresa y cómo están afrontando los retos que estamos viviendo hoy en día.

En la actualidad, ¿qué retos tiene por delante el sector de la climatización?

Además de seguir avanzando en la eficiencia y la sostenibilidad de los equipos para minimizar su impacto en el medioambiente y contribuir a reducir la factura eléctrica de los usuarios, el sector tiene por delante el reto de acelerar la transformación digital de su negocio. En lo que respecta al producto, ya estamos viendo como la introducción del Internet de las Cosas y la conectividad permiten a los usuarios tener un mayor control sobre sus equipos, incluso

de forma remota, pero a nivel de negocio, todavía queda mucho camino por recorrer.

Por poner solo un ejemplo, las empresas necesitan trabajar en el desarrollo de un modelo de datos global, integrado y escalable que les asegure una visión única de la información. Solo con un buen nivel de digitalización podrán incrementar su autonomía, fiabilidad de reporting y eficiencia, reducir los costes, el tiempo y el Time to Market y mejorar su toma de decisiones. En Eurofred lo

sabemos bien y, por eso, ahora mismo estamos concentrados en avanzar en esta dirección.

Centrándonos en Eurofred, ¿en qué momento está actualmente? ¿Hacia dónde les lleva su plan estratégico?

Como avanzaba en la anterior pregunta, ahora mismo estamos enfocados en acelerar la digitalización de nuestro negocio. En este sentido, en colaboración con líderes como Salesforce, Microsoft, SAP y Actio Global, hemos puesto en marcha una estrategia basada en cuatro pilares: clientes, soluciones, personas y procesos y ya contamos con el modelo de datos global, integrado y escalable que mencionaba. Hemos avanzado mucho, pero todavía estamos empezando. En estos próximos meses iremos realizando otros proyectos, como la incorporación del Internet de las Cosas, soluciones de analítica avanzada, análisis predictivo o inteligencia artificial.

Y, a nivel de producto, por supuesto, seguiremos en nuestra tónica de esforzarnos cada día por innovar, buscar las tecnologías más avanzadas y desarrollar soluciones cada vez más ecoeficientes para contribuir a proteger el planeta y ayudar a nuestros clientes a reducir su consumo eléctrico y amortizar su inversión.

La compañía está estructurada en varias áreas de negocio dentro de equipos para la refrigeración (industrial, horeca, calefacción...), así como electrodomésticos, maquinaria para hostelería y energía, ¿podría comentarnos el peso específico que supone cada una de ellas para su compañía?

Eurofred ofrece soluciones integrales a los profesionales, con un enfoque en la promoción de soluciones respetables con el medioambiente. En este sentido, las líneas de climatización repre-



sentan el mayor peso dentro de la estructura del grupo, ofreciendo una propuesta diferenciadora en el segmento de calefacción e industrial, priorizando el servicio y la orientación al cliente.

Por otro lado, la línea de Horeca representa una apuesta estratégica de la organización, en donde apostamos por una propuesta global, con orientación al profesional.

¿Qué convierte la marca Eurofred en una propuesta de referencia en el sector?, ¿qué les hace fuertes?

Sobre todo, nuestro gran conocimiento del mercado y de las necesidades de los clientes y, por supuesto, nuestra amplia oferta de productos. Y, como decía, la búsqueda constante de tecnologías avanzadas que nos permitan desarrollar soluciones eficientes y ecológicas que contribuyan a alcanzar nuestros objetivos de eficiencia y sostenibilidad.

Aterrizando un poco más el concepto de eficiencia, Eurofred, con nuestros productos, ayudamos a los usuarios a reducir el consumo de luz en sus casas y a amortizar la inversión en un plazo de tiempo relativamente corto, algo que, en este momento, los consumidores valoran mucho a la hora de comprar un equipo.

¿Cómo han evolucionado los productos y la marca Eurofred en los últimos años?

La marca Eurofred es sinónimo de innovación y eficiencia. A lo largo de los años, nuestros productos han ido ganando en ambos extremos de forma constante. De un lado, hemos ido incorporando avances como nuevos gases refrigerantes ecológicos, tecnologías cada vez más eficientes o las energías renovables para que nuestros equipos tengan cada vez menos impacto en el planeta y en el bolsillo de los usuarios. Además, hemos trabajado para impulsar la inteligencia de los dispositivos, de manera que los clientes ganaran en confort,





usabilidad y control. En este sentido, la integración de la conectividad es clave.

La disponibilidad de stocks y entregas inmediatas es un factor muy importante a la hora de vender un producto. ¿Cómo lo tiene organizado en su caso?

En esta nueva era de distribución, la disponibilidad y tiempos de entrega representan un valor diferenciador a nivel de mercado. En este sentido, Eurofred ofrece soluciones adaptadas a las necesidades de los profesionales, garantizando la disponibilidad y optimizando los tiempos de entrega. Esto lo hemos podido lograr gracias a procesos internos de análisis de tendencias y mercado, los

cuales nos han permitido determinar las necesidades de los profesionales. De igual manera, con la intención de optimizar y mejorar los tiempos de entrega, mantenemos acuerdos con diversos operadores logísticos, garantizando los tiempos de entrega.

También el factor de reposición y el servicio SAT de los equipos son altamente valorados por el comprador. ¿Qué me puede decir al respecto?

Gracias a las innovaciones de los equipos de climatización, y teniendo en cuenta las nuevas tendencias a nivel de refrigeración, la reposición de equipos se encuentra en crecimiento exponencial, en donde la sustitución de equipos con una

mayor eficiencia y respetables con el medio ambiente representan uno de los principales motivos de cambio. Por otro lado, el soporte a nivel técnico es altamente valorado por los profesionales y usuario final, ya que le ofrece seguridad a la hora de incidencias y problemas de los equipos. Eurofred mantiene como pilar fundamental el acompañamiento en todo el proceso de venta a los profesionales.

Dentro de sus productos, sus nuevos sistemas de climatización de bomba de calor están diseñados para producir agua sanitaria. ¿Qué penetración tiene este sistema de bomba de calor en nuestro país?

Efectivamente, nuestros sistemas aerotérmicos son capaces de generar calor en invierno, frío en verano y agua caliente sanitaria (ACS) durante todo el año. Actualmente, estas tecnologías tienen poca presencia en España, ya que los usuarios siguen inclinándose por los tradicionales por su bajo coste de instalación y, seguramente, por desconocimiento. Esta situación se repite en toda la zona mediterránea, pero en los países centroeuropeos, nórdicos y en el este de Europa, en los que las temperaturas son más bajas y el consumo energético mayor, la aerotermia está muy presente. Nos llevan de cinco a diez años de ventaja.

Dicho esto, en Eurofred tenemos una gran confianza en esta tecnología, por su versatilidad y porque es una energía limpia y renovable que genera una cuarta parte de las emisiones de CO₂ que los sistemas eléctricos, la mitad que los basados en gasóleo y un 10% que los que utilizan gas. Además, es muy eficiente y rentable. En los próximos años su peso crecerá exponencialmente. Especialmente porque está completamente alineada con los requerimientos en materia de eficiencia energética establecidos en el marco normativo. Nosotros no solo contamos con una amplia variedad de sistemas aerotérmicos en nuestro catálogo, sino que, además, hemos creado la división de Energías Renovables, que ofrece a los clientes un servicio integral de asesoramiento y acompañamiento.

Estos dos últimos años parece que ha cambiado las necesidades de los usuarios para evitar la propagación de virus y bacterias, dándole mayor importancia a la calidad del aire. ¿Cómo está trabajando Eurofred en este sentido? ¿Qué prestaciones cuentan sus aparatos para conseguir un aire más puro y libre de micro organismos?

Sin duda alguna este ha sido uno de los impactos más importantes de la COVID sobre nuestro sector. No es una necesidad nueva, antes de la pandemia la OMS ya advertía que los espacios interiores, en los que pasamos cerca del 90% de nuestro tiempo, estaban de 5 a 10 veces más contaminados que los exteriores. Ahora que ya nadie pone en duda la importancia de apostar por una calidad del aire interior óptima es el momento de enfocarnos en generar entornos cerrados que estén purificados



para cuidar la salud y el bienestar de las personas. Por nuestra parte, hace años que trabajamos en este sentido. Nuestro catálogo incluye Unidades de Tratamiento del Aire y recuperadores de calor de alta eficiencia que ventilan los espacios garantizando la eliminación del exceso de CO₂. También soluciones de generación de aire puro interior, como la gama Zonair3DTM, que garantiza un aire interior un 99,995% puro, sin gases contaminantes, virus, bacterias, moho, hongos o biopartículas. Y, por supuesto, también destaca el filtro de iones de plata de Fujitsu que es apto para todas sus gamas de climatización y puede neutralizar el 99% de los virus, bacterias y hongos retenidos en él junto a otras partículas y polvo.

Por otro lado, la tecnología está avanzando a pasos agigantados, ¿cuáles son las más destacadas en este sector?

Una de las grandes tendencias es la conectividad y el Internet de las Cosas, que aportan grandes ventajas a los usuarios en términos de confort, uso y eficiencia energética. Por ejemplo, pueden controlar libremente sus equipos, incluso estando fuera; las aplicaciones mejoran el manejo de las unidades y permiten visualizar mucha más información. Además, analizando los patrones de consumo de energía de la instalación o de sus distintas unidades a través de los dispositivos móviles, pueden identificar ineficiencias y resolverlas, lo que se traduce en un ahorro de costes y en una mayor eficiencia energética.

En nuestro catálogo ya pueden encontrarse un gran número de productos compatibles con Wifi. Como la gama Daitsu. Descargando la aplicación EWPE Smart de Daitsu, que está disponible para iOS y Android, los usuarios pueden controlar sus unidades interiores directamente a través de sus Smartphones, Tablets o asistentes de voz, Google Home y Alexa, y, de esta manera, encender y apagar los equipos, programar el temporizador semanal o ajustar de forma remota la temperatura, la dirección del aire o el modo de funcionamiento, entre otras funcionalidades avanzadas.

En relación a la sostenibilidad medioambiental, ¿qué pasos se están dando desde su empresa? ¿Cómo se traduce en sus equipos?

En Eurofred hemos hecho dos apuestas claras, a nivel de producto, sustituir los gases refrigerantes tradicionales por otros ecológicos e introducir las energías renovables y, a nivel de servicio, ofrecer a nuestros clientes un acompañamiento integral a lo largo de todo su proyecto a través de nuestra nueva División de Energías Renovables para que puedan maximizar el rendimiento y la eficiencia de sus instalaciones.

En lo que respecta a nuestros productos, ya contamos con una amplia oferta que funciona con gas natural R32, una alternativa más económica, ecológica y eficiente que el anterior R410. Además, el



deshumidificador Elvegast y el portátil Premium de la marca Daitsu, utilizan el R290, un gas todavía más respetuoso con el medioambiente. Por otro lado, como he mencionado antes, confiamos mucho en la aerotermia, una tecnología renovable y respetuosa con el medioambiente que aprovecha la energía almacenada en el aire en forma de calor para generar calefacción, refrigeración y ACS.

De cara a este 2022, ¿tienen prevista alguna que otra novedad a lo largo del año?

De cara al 2022 el enfoque lo tendríamos en soluciones eficientes con el medio ambiente, princi-

palmente en las líneas de calefacción e Industrial. Incorporamos gamas más eficientes en bomba de calor, con alta eficiencia y máximo rendimiento. Por otro lado, incorporamos nuevas soluciones en materia de tratamiento de Aire Industrial.

En el segmento de Aire Domestico ampliamos las soluciones de climatización, presentando los nuevos modelos de Split pared con marca Daitsu Artic.

El 2022 representa un año de inflexión, en donde la apuesta por soluciones eficientes y con un ahorro energético marquen la tendencia del año tanto a nivel profesional como usuario final.





FOTO: FAGOR

Eficiencia y sostenibilidad en el sector electro

UN SECTOR CADA VEZ MÁS VERDE Y RESPONSABLE

La apuesta del sector de los electrodomésticos por la eficiencia y la sostenibilidad es indiscutible. Los fabricantes llevan años destinando tiempo, trabajo y recursos tanto al aumento de la eficiencia de sus aparatos como a la mejora de sus procesos de fabricación y a la reducción de su impacto medioambiental.

La eficiencia y la sostenibilidad son algunas de las mayores preocupaciones de los consumidores y se han convertido en dos de importantes palancas de innovación en el sector de los electrodomésticos. Los fabricantes, siempre atentos a las demandas de sus usuarios, no escatiman esfuerzos en la evolución constante de sus aparatos y cada vez prestan más atención a aspectos como el ahorro energético, el uso de materiales reciclados o la reducción de su huella de carbono, por ejemplo.

“La primera edición del ‘Informe sobre los electrodomésticos conectados en España’ de Haier muestra que el ahorro energético ya es el factor que más valoran los españoles de los electrodomésticos inteligentes. Este incremento de la preocupación por la eficiencia energética es consecuencia directa del entorno al que nos enfrentamos: crisis energética, continuas subidas en el precio de la luz e incertidumbre provocada por esta situación. Asimismo, cerca del 70% de los españoles ya consideran que el ahorro energético de los electrodomésticos inteligentes es el factor prioritario, antes que tener una mejor calidad de vida (47%) o el control a distancia (42%)”, especifica Esther Alonso, directora de marketing de Haier Iberia.

Además, precisa que “4 de cada 10 españoles ya disponen de electrodomésticos inteligentes en sus hogares, por lo que es especialmente importante la introducción de funciones avanzadas que permitan hacer un uso más eficiente”. En este sentido, indica que “aunque no hay una relación directa entre conectividad y ahorro energético, los electrodomésticos inteligentes juegan un papel clave en la búsqueda de un mayor ahorro energético, gracias a sus opciones para programar a horas específicas el funcionamiento y el uso de funciones avanzadas de inteligencia artificial que permiten seleccionar el programa que mejor se adapte a la colada, por ejemplo”.

Repasamos algunas de las innovaciones que están llegando al sector en esta dirección.

Línea blanca

Lavado y secado

La apuesta en esta gama por la ecoeficiencia es muy notable. Los fabricantes no solo están mejorando el consumo energético, sino también el gasto de agua y de detergente. “Este año hemos presentado una nueva gama de lavadoras con la máxima eficiencia energética, en relación con el nuevo etiquetado energético que entró en vigor en marzo del año pasado. El 100% de la gama de 9 kg tiene eficiencia energética clase A. Además, nuestra tecnología ‘ActiveWater Plus’, permite importantes reducciones en el consumo de agua, ya que nuestras lavadoras reconocen perfectamente la carga y adaptan los parámetros de lavado y los consumos a la carga real de ropa en cada ciclo de lavado. Asimismo, con los nuevos lanzamientos de la gama de lavado incorporamos modelos bitérmicos, con do-



FOTO: BEKO

ble entrada de agua, fría y caliente, para que los consumidores que tengan en su domicilio placas solares puedan reducir el consumo de energía hasta un 40%. También contamos con dosificación automática de detergente y suavizante, ‘i-DOS’, que dosifica la cantidad precisa de detergente en cada ciclo de lavado. En función de la cantidad de ropa, del grado de suciedad de la misma, e incluso del tipo de tejido, permite una reducción en el consumo de detergente de hasta un 38% y 10 litros de agua en cada ciclo de lavado”, detalla Jose Manuel Sanz, Launch Manager de Bosch, marca del Grupo BSH.

Cecotec también incorpora este tipo de tecnologías. Por ejemplo, en sus lavadoras Bolero Dress Code. “Dosifican de forma automática tanto el detergente como el suavizante, con hasta 20 lavados por carga”, detalla la firma. Además, sus equipos cuentan con motor ‘Inverter Plus’, “un motor digital sin escobillas, que reduce la fricción y, por tanto, la vibración y el ruido, y que llega a ahorrar hasta un 33% de energía en cada lavado, generando una mayor eficiencia”, especifica.

Igualmente, Marta Lucas, directora de marketing de Fagor Electrodomésticos, indica que sus lavadoras y secadoras con clasificación energética B cuentan con la tecnología de autodosificación ‘OptiDose’,

FOTO: CECOTEC





FOTO: BOSCH (GRUPO BSH)

"pudiendo durar el depósito 20 ciclos, sin desperdiciar nada". Además, reseña que sus secadoras disponen de programas de 'refrescar' prendas con vapor, que "permiten limpiar prendas usadas que no necesariamente necesitan ser lavadas y así ahorrar agua".

Samsung también cita sus avances en torno al ahorro, "como 'QuickDrive', para lavar en menos tiempo; 'EcoBubble', para lavar en agua fría; o 'Auto Dosificador', para racionar el uso de detergente y suavizante, entre otras".

Asimismo, Teka señala algunas de las innovaciones de sus lavadoras para conseguir un lavado eficiente. "Cuentan con el sistema inteligente 'Smartwash', que ajusta los parámetros de lavado a la carga con un consumo mínimo. El 'Spraywash System' también mejora el rendimiento del lavado, con salida extra de agua con detergente desde la parte superior de

la lavadora para un perfecto sistema de recirculación. Además, la función booster 'Speed Wash' reduce el tiempo de lavado de los programas. Y el sistema 'Eco3plus' permite un extra de ahorro y sostenibilidad, gracias a sus motores de última generación y las soluciones inteligentes que reducen drásticamente el consumo. Finalmente, con 'Live Eco System' es posible controlar y visualizar el consumo de agua y energía de cada programa con las barras de control situadas en el display", puntualiza.

La responsable de Haier, por su parte, destaca la incorporación de inteligencia artificial en sus lavadoras. "No solo permite identificar el programa adecuado en función del tipo de prendas; también facilita ahorrar con la colada. Además,

se puede ajustar automáticamente el consumo de agua y la duración del ciclo gracias a las básculas digitales que están integradas en estos electrodomésticos. Y todas las lavadoras de carga frontal de Haier son de clase A, que es la mayor clasificación energética disponible".

Yanella Amendola, Marketing Director de Hisense Iberia, también hace hincapié en su amplio surtido de lavado con clasificación energética A, como sus gamas Advance y Elegant, "todas ellas con tecnología inverter", detalla. Además, algunos de sus modelos disponen del programa de autodosificación.

María Díez, Product Manager de Smeg, subraya la inclusión de motores inverter en sus lavadoras. "Estos motores son mucho más duraderos y eficientes, emiten menos ruido y ayudan a que se puedan configurar programas que consuman menos agua", explica.

Igualmente, Víctor Monfort, director de marketing de Svan, resalta el lanzamiento de sus nuevas lavadoras con eficiencia energética A y motor inverter, "que utilizan una menor cantidad de energía para su funcionamiento".

La sostenibilidad también llega a los materiales empleados en la fabricación de los electrodomésticos. Manuel Royo, director de marketing de Beko Iberia, indica que sus lavadoras y lavasecadoras Recycled-Tub "han sido fabricadas con residuos plásticos que han sido transformados en una materia prima alternativa que permite reducir significativamente las emisiones de dióxido de carbono". Asimismo, reseña que su secadora 'RecycledDry' "ha sido diseñada con un 15% de plástico reciclado de media, incluyendo la carcasa del depósito de agua y la tapa trasera, con el que se han reciclado 2.420 toneladas de plástico durante los dos últimos años".

Lavavajillas

Cecotec pone el acento en la incorporación de motores 'Inverter Plus' en sus lavavajillas Bolero Agua-zero, "lo que hace que tengan un rendimiento de alta calidad con una gran eficiencia energética y un ahorro significativo en el consumo tanto de luz como de agua". Además, la compañía reseña que "mantienen a niveles muy bajos la vibración y el ruido y ofrecen máxima durabilidad".

El responsable de Bosch destaca particularmente los avances en el secado, a través de la tecnología por zeolitas. "Permite mejorar la eficiencia energética y la calidad de secado, aprovechando las propiedades que tienen las zeolitas, mineral 100% natural".

Lucas indica que la gama de lavavajillas Fagor cuenta con programas que optimizan el consumo de agua y energía. "Con el programa de lavado de zonas de 'ZoneWash', el usuario puede elegir qué cesta limpiar y así ahorrar agua y poder limpiar grandes recipientes en un ciclo. Y gracias a la función 'AutoDoor', la puerta se abre automáticamente



FOTO: PANASONIC

**BOSCH**

Innovación para tu vida



El aire acondicionado
perfecto para todos.
Así de simple.

Gama Climate



En la **Nueva Gama de Aire Acondicionado Climate**, ahora marca Bosch, destacamos los modelos **6000i**, **5000i** y **3000i**, permiten crear un ambiente más cálido o más fresco al instante. Con conectividad WiFi y tecnología i-Clean.

www.bosch-climate.es



FOTO: PANDO (INOXPAN)

al finalizar el proceso de lavado. Con esta tecnología se consigue reducir el consumo del lavavajillas, optando por un secado natural al aire libre, una función que no solo mejora el proceso de secado, sino que lo hace más eficiente, ya que utiliza las corrientes naturales del aire para un mayor ahorro energético", especifica.

Amendola destaca la incorporación del programa 'Eco' en los lavavajillas Hisense. "Son el aliado perfecto para conseguir un lavado efectivo, reduciendo el consumo de agua y energía", apunta.

Asimismo, la responsable de Smeg indica que la incorporación de motores inverter en sus lavavajillas permite utilizar programas con un menor consumo de agua. Teka también apunta que sus lavavajillas disponen de motor inverter "de última generación".

FOTO: HAIER



"Su avanzada tecnología y resistencia suponen un mínimo gasto energético". Además, la compañía explica que sus equipos "están eficientemente diseñados para garantizar un mínimo consumo, con programas inteligentes y motores de última generación, como el sistema 'Eco Plus'". Por otro lado, anota que su función 'Express' "reduce en hasta un 50% la duración de cualquier programa que se elija, ahorrando energía y tiempo y consiguiendo que la vajilla quede impecable en tiempo récord".

El ahorro también se extiende al uso de detergente. Royo destaca el lavavajillas AutoDose de Beko, con un sistema de dosificación automática "que es garantía

de máxima comodidad y eficiencia, reduciendo el consumo de detergente".

Hornos

La responsable de Fagor señala que su gama de hornos tiene una gran cavidad de 77 litros, "lo que permite un amplio espacio para cocinar en grandes recipientes o varios platos a la vez", optimizando así el uso del aparato.

La directora de marketing de Haier se detiene en la mejora de la eficiencia que ofrecen sus hornos conectados. "Incorporan funciones de inteligencia artificial para un mayor control del electrodoméstico", afirma.

La Product Manager de Smeg indica que la innovación más importante de la compañía respecto a la eficiencia en su 'Proyecto Galileo'. "Consiste en el desarrollo de un horno inteligente de nueva generación, que combina 5 tecnologías diferentes y algoritmos profesionales. Se reduce el impacto medioambiental, ya que se producen tres aparatos en uno y se unen tres tecnologías que trabajan a la vez: cocción tradicional, vapor y microondas. Al unirlas, conseguimos reducir significativamente el tiempo de cocción y la energía consumida, pudiendo escalarlos a una clase energética más alta: A++", detalla. Asimismo, sus microondas también cuentan con motores inverter.

Por su parte, el director de marketing de Svan cita la inclusión de la tecnología 'Hot Air Shield' en sus hornos de gama alta. "Además de proteger de posibles quemaduras por aire caliente, actúa como escudo, evitando la pérdida de calor en el interior".

Los materiales también son relevantes en el caso de los hornos. Royo señala que el horno Recycled-Net de Beko "ha sido fabricado a partir de residuos extraídos de las redes de pesca e hilo industrial".

Campanas extractoras

Moisés Castillo, director comercial de Inoxpan, fabricante de la marca Pando, subraya la incorporación de motores ecoeficientes. "Son motores de gran poder de aspiración, con un mínimo consumo y muy bajo nivel sonoro", indica la compañía. Además, se refiere a la incorporación del sistema de iluminación 'Pando Led', "tecnología que permite la regulación de la iluminación led de la campana en intensidad y tonalidad, reduciendo considerablemente el consumo energético".

Por su parte, Franke destaca la eficiencia que aporta la combinación de placa y extracción en un solo producto, como en el caso de Mythos 2gether. "La placa de cocción tiene un motor sin escobillas y permite una considerable reducción del consumo en comparación con sus competidores, ofreciendo un rendimiento energético A++", indica la compañía. También habla de su campana AQ Sense. "Integra tecnología inteligente, que permite un control cons-



Una nueva generación que combina
cocción **tradicional, vapor y microondas**



MULTICOOKING
TECHNOLOGY

smeg.es



FOTO: SAMSUNG

tante de la calidad del aire en el hogar a través de una app de teléfono. Además, ajusta automáticamente la velocidad del extractor en función de la calidad del aire, apagándose cuando se recupera la situación ideal".

Frío

Sanz se detiene en las novedades de la nueva gama de frío de Bosch. "Se ha presentado un nuevo proyecto de frigoríficos combinados con un renovado circuito de refrigeración, logrando una notable mejora en eficiencia energética, lanzando al mercado una gama con eficiencia energética clase B", anota.

Alonso cita "los nuevos frigoríficos inteligentes de Haier, capaces de detectar si el usuario está en un supermercado para configurar la temperatura perfecta a través de la app 'hOn'. "Calculan automáticamente el tiempo necesario para llegar a casa y preparan el frigorífico para que, una vez se hayan introducido todos los alimentos, se restablezca la temperatura adecuada un 73% más rápido", explica. Además, recuerda que sus equipos también cuen-

tan con los cajones 'Direct Access', "que permiten obtener una vista mejorada del interior del congelador, en comparación con otros modelos convencionales". Asimismo, reseña que "su diseño ergonómico evita que el aire frío se escape cuando las puertas están abiertas, reduciendo en consumo energético hasta en un 30%".

Por su parte, la responsable de Hisense se refiere a los nuevos combi con etiqueta energética C y motor inverter, "que miden las condiciones que hay dentro del frigorífico y gestionan el funcionamiento en consecuencia, prolongando la vida útil del aparato".

Otro aspecto que impacta en la sostenibilidad es el mejor aprovechamiento de los espacios y la reducción del desperdicio de alimentos. En este sentido, Lucas reseña que los frigoríficos Fagor "cuentan con una tecnología reguladora de humedad y temperatura con el cajón verdulero

'VitControl', para ayudar a mantener los alimentos frescos por más tiempo, como la fruta, carne o verdura".

Samsung destaca sus nuevos frigoríficos Family Hub, que "tienen 3 litros más de capacidad que los de nuestros competidores y un ahorro mayor al cabo de la vida útil".

Por su parte, el responsable de Beko habla del frigorífico BioCycle, "fabricado con biocompuestos para proteger el planeta". "Sus componentes son compuestos duraderos de origen biológico", comenta.

Climatización y ACS

Paloma Sánchez-Cano, directora de marketing y Formación de Daikin España, pone de relieve la calificación A+++ de su modelo Daikin Stylish 25. "Gracias a la incorporación de tecnologías de última generación, así como del refrigerante R-32, presenta la máxima eficiencia energética sin sacrificar la experiencia del cliente o el diseño. También es importante destacar el refrigerante R-32, cuyo potencial de calentamiento atmosférico (PCA) es mucho menor que el del R-410A (675 frente a 2088, respectivamente), lo que conlleva un ahorro energético importante y un mayor cuidado del medio ambiente", precisa.

Igualmente, Eurofred, distribuidora de Daitsu y Fujitsu, se detiene en el uso del R-32. "Los gases refrigerantes ecológicos son un pilar fundamental y llevamos un tiempo implementando el R-32 en nuestra gama de productos". Asimismo, resalta la presentación del deshumidificador Elvegast y el aire acondicionado portátil Premium de Daitsu, "que utilizan un gas todavía más respetuoso con el entorno, el R290".

Por otro lado, incide en la aplicación de la conectividad y el internet de las cosas en pos de la eficiencia, gracias a la app 'EWPE Smart' y el control mediante los asistentes de voz Google Home y Alexa. "Esta conectividad no solo permite mejorar el confort y la funcionalidad, sino que ayuda a nuestros clientes a ahorrar en la factura eléctrica, permitiéndoles analizar los patrones de consumo de su instalación, o de una unidad en concreto, a través de su smartphone o tablet, para valorar posibles ineficiencias y solucionarlas", explica la compañía. Además, hace hincapié en su apuesta por la aerotermia. "Hemos creado la División de Energías Renovables, que ofrece a nuestros clientes un acompañamiento integral a lo largo de su proyecto".

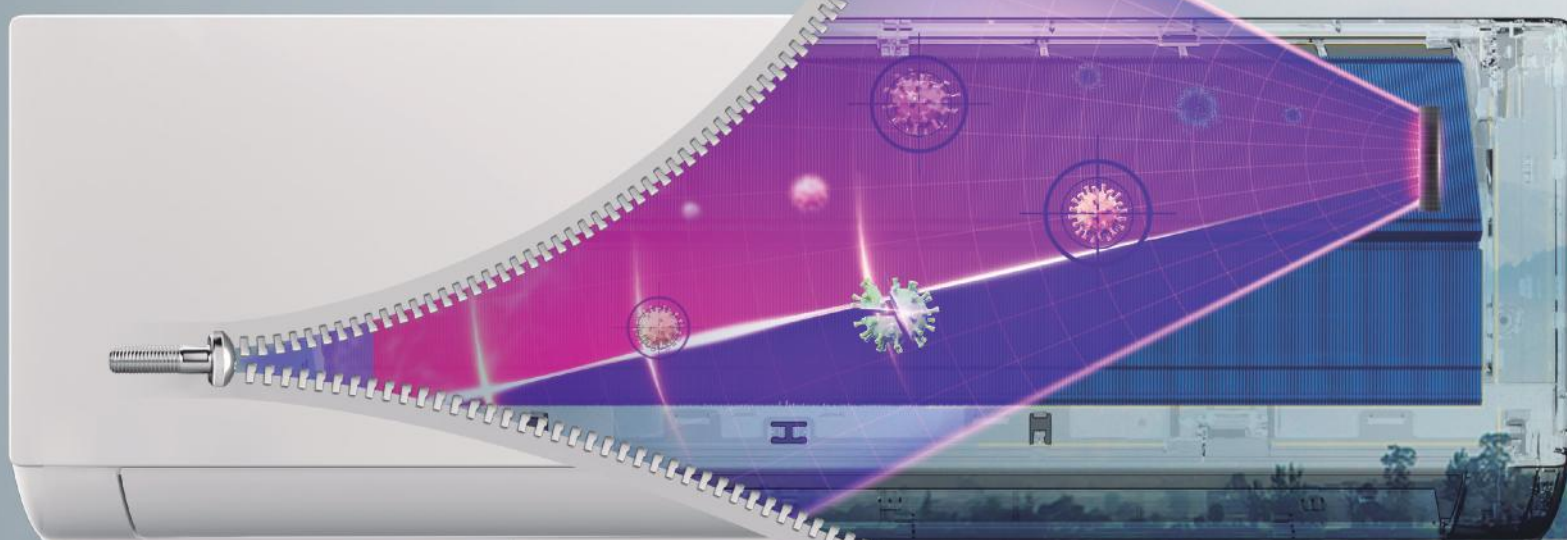
GIA Group, fabricante de HTW Giatsu, también destaca el importante papel de la aerotermia, representada en su gama Eco-Thermal. "Este sistema de climatización permite, mediante el intercambio de calor, obtener energía del aire para convertirla en calefacción, refrigeración o agua caliente sanitaria (ACS) mediante un solo equipo conectable a diferentes unidades interiores. Este producto es muy eficiente, puesto que permite extraer hasta el 75% de la energía del ambiente. Además, nuestra serie



FOTO: DAIKIN

Todo lo que necesitas de un Experto.

La nueva gama de sistemas de aire acondicionado **Expert...**



Nueva funcionalidad **UVC Pro**.
Aire saludable líder en el sector.

La nueva y elegante gama de sistemas de aire acondicionado **Expert** de **Haier** está disponible en tamaños de 2,5 kW a 5,0 kW con un moderno acabado en mate y eficiencias energéticas A+++/A++. La nueva función de esterilización **UVC Pro** está disponible exclusivamente en la gama **Expert**.

UVC Pro genera plasma para contribuir a la esterilización con vistas a conseguir ambientes más sanos y limpios. La lámpara UVC inhibe la reproducción de bacterias y esteriliza los virus generando clústeres de iones en la atmósfera, como consecuencia de la rotura de las moléculas de hidrógeno y oxígeno que destruyen su estructura después del contacto.

La nueva función **UVC Pro** ha sido probada de forma independiente por Texcell para acreditar que inhibe el SARS-CoV-2 en la unidad con una efectividad de hasta el 99,991 %. También actúa con rapidez y se ha demostrado que presenta una efectividad del 85,208 % en un espacio de 6,7 m³ en tan solo cuatro horas.



Eco Sensor



Wi-Fi as Standard

haier-aire.es



FOTO: FUJITSU (EUROFRED)

Eco-Thermal Plus está equipada con 'Smart Grid', una red inteligente que puede integrar el comportamiento y las acciones de todos los usuarios conectados a ella. De esta forma se consigue un sistema energético sostenible y de alta eficiencia", puntualiza Francisco Sanz, CEO de la empresa.

Además, precisa que la mayoría de sus productos cuentan con WiFi, "para poder conectarse remotamente y beneficiarse así de un mayor ahorro en el coste energético y disfrutar del confort 24 horas al día, ya que se pueden controlar y programar desde cualquier dispositivo". Y otra de las prestaciones que incluyen sus equipos para mejorar la eficiencia es la función 'Smart'. "Nuestro termo Smart Plus aprende las rutinas de necesidades de agua caliente y adapta los horarios de funcionamiento, ahorrando hasta un 52% en energía, en comparación con un termo convencional".

FOTO: SAUNIER DUVAL



Junkers Bosch también pone el acento en la conectividad. "Apostamos por la conectividad en la vida de las personas, para facilitar su día a día de forma eficiente y sencilla, y por una fuerte inversión en I+D, que nos permite el desarrollo de sistemas y productos a través del internet de las cosas. Por ello, nuestros últimos lanzamientos de producto llevan la conectividad incorporada como estándar. Gracias a ello, los consumidores pueden controlar más fácilmente el tiempo de uso, lo que repercute directamente en la reducción del gasto económico y energético. Un ejemplo de ello es la gama de aire acondicionado Climate, ahora con marca Bosch, que ha incorporado conectividad WiFi a tres de sus modelos, permitiendo ser controlados mediante la aplicación

'HomeCom Easy'. Además, cuenta con tres funciones que hacen de él un producto más eficiente: la función 'Gear', con la que es posible ajustar su potencia, lo que se traduce en un menor consumo; la función 'Follow me', con la que puede controlarse la temperatura a través de un sensor en el mando para conseguir un mayor confort; y el modo 'sleep', con el que es posible un elevado confort y ahorro energético cuando el equipo se mantiene encendido durante la noche", detalla la empresa. Además, incide en el elevado nivel de eficiencia de sus equipos, "gracias a la constante inversión en innovación". "Estamos convencidos de que en el futuro más cercano se seguirá apostando por la conectividad, la inteligencia artificial, la reducción de emisiones y el desarrollo de nuevos sistemas cada vez más sostenibles", agrega.

Alberto Esteban, director técnico de Lumelco, distribuidor de Mitsubishi Heavy Industries, se refiere al desarrollo del compresor con tecnología 'Scrotary' para sistemas por CO₂. "Se trata de un novedoso compresor de dos etapas que cuenta con un mecanismo de compresión scroll y rotativo y una inyección de gas intermedia. Permite la producción de ACS instantánea entre 60 °C y 90 °C de producción, con un excelente rendimiento: COP de 4,3 para una temperatura exterior de 16 °C DB / 12 °C WB, entrada de agua de red 17 °C y salida de agua directa a consumo de 65 °C", detalla.

Por su parte, Grupo Vaillant Saunier Duval habla de sus bombas de calor. En concreto, los equipos con tecnología de refrigerante natural Genia Air Max de Saunier Duval y aroTHERM plus de Vaillant. "Con un SCOP hasta 6,48 (Clima Cálido s/EN14825), ofrecen la máxima eficiencia, A+++ en calefacción y A+ en ACS, lo que supone hasta el 60% de ahorro en la factura energética". Asimismo, Amendola destaca el split Fresh Master de Hisense, con eficiencia energética A+++ y que combina las capacidades de un aire acondicionado y un purificador de aire.

Jordi Clotet, responsable de Marketing Heating & Cooling España de Panasonic, también alude a sus bombas de calor. En concreto, a Aquarea EcoFleX, "una solución de climatización doméstica mixta que combina bomba de calor aire-agua con aire-aire, utilizando además en la climatización por aire la tecnología 'nanoe X', con efecto inhibidor certificado sobre el coronavirus SARS-CoV-2". "Se trata del primer equipo del mercado que trabaja con fluido refrigerante R-32 y realiza recuperación de calor climatizando en frío y produciendo de ACS al mismo tiempo, con SCOP superior a 5 durante la recuperación de calor", añade.

La apuesta de LG para la eficiencia también pasa por la aerotermia. La compañía recuerda que esta tecnología "es capaz de proporcionar ACS, siendo cuatro veces más eficiente que una caldera tradicional, ya que el 75% de su energía es obtenida de una fuente renovable, el aire exterior, y solo un 25% proviene de electricidad". Por otro lado, LG está desarrollando su catálogo de almacenamiento solar, con

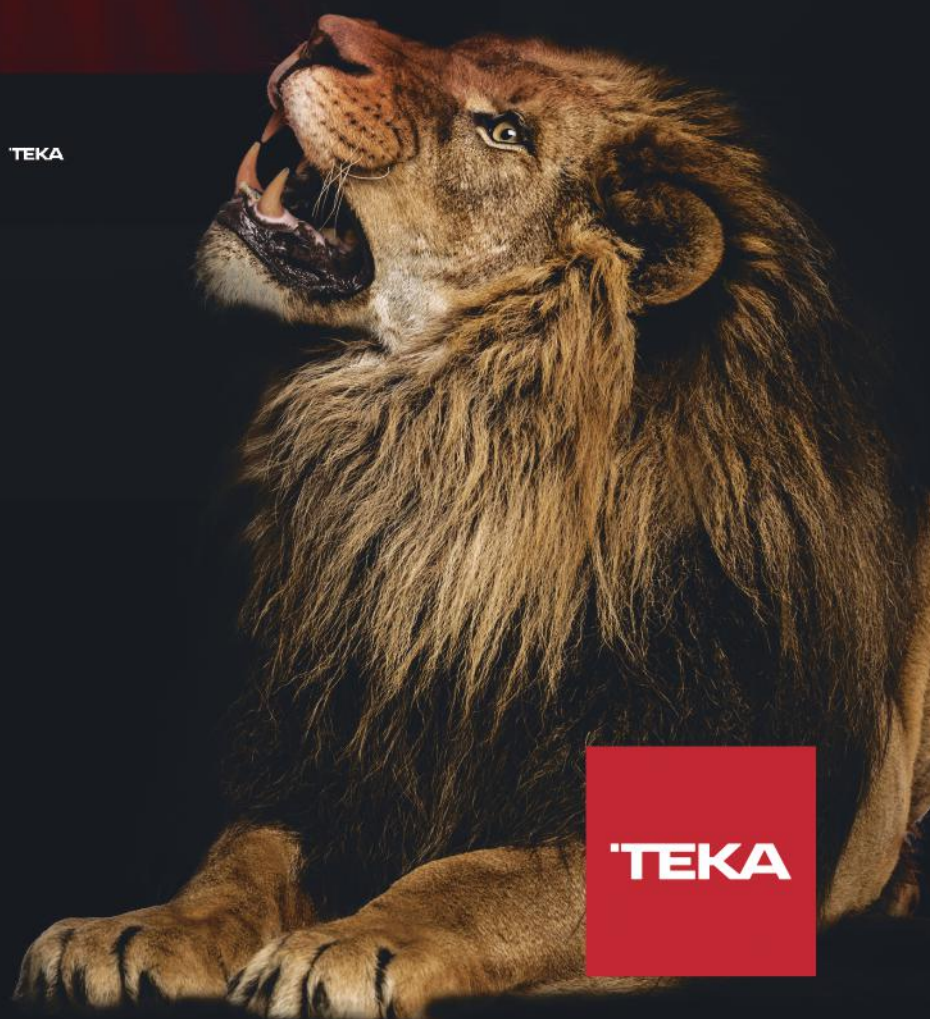
NOVEDAD MUNDIAL | ANUNCIADO EN TV

BIENVENIDOS, AMANTES DE LA CARNE



TEKA

El horno de última generación con el que además podrás preparar un chuletón **a la brasa como no lo has probado en tu vida.**



TEKA



FOTO: GIGASET

el lanzamiento de baterías e inversores, permitiendo integrar energía solar y aerotermia.

Guadalupe Fernández, Regional & Product Marketing Manager Spain, Portugal & South America de TESI, se detiene en el desarrollo de su gama de bombas de calor de aerotermia para producción de ACS, con lanzamientos previstos para este año, entre los que se incluyen modelos con refrigerante ecológico o bombas de calor de producción mixta. En cuanto a los termos, destaca las mejoras estructurales para asegurar un mayor suministro ACS en sus equipos horizontales. “Hemos conseguido aumentar en más de un 40% la cantidad de agua caliente suministrada, equiparando dicha cantidad a la suministrada por los termos verticales”, especifica. También reseña “el desarrollo de nuevos modelos de acumuladores e interacumuladores de alta capacidad, para ser integrados en instalaciones de alta eficiencia energética, con energías renovables, aerotermia, etc.”.

Por otro lado, habla de la incorporación de “mayores y mejores opciones de programación” y el desarrollo

FOTO: VAILLANT



de software específico de funcionamiento inteligente en sus productos. “Aprenden los hábitos de los usuarios para ajustar su funcionamiento de forma automática, asegurando el máximo ahorro de energía”, anota. Asimismo, reseña la inclusión de control a través de internet y de una app específica de todos los productos de la familia TESI Cloud. “A través de la app, se puede consultar el histórico del consumo energético del equipo, dando la posibilidad al usuario de ajustar sus tarifas energéticas o de optimizar el uso del equipo”.

De hecho, este tipo de funciones ‘inteligentes’ son muy relevantes para la eficiencia. Por ejemplo, Liberto Sánchez, Marketing Manager de Climatización y Confort de Haier, destaca la incorporación del sensor ‘ECO’ en sus gamas Flexis, Expert y Jade. “Es capaz de detectar el nivel de ocupación de la habitación que se está climatizando y adaptar la potencia entregada de la máquina a la necesidad



FOTO: TESI

real de los usuarios. Esto aumenta enormemente la eficiencia de cualquier equipo, eliminando el desaprovechamiento de la energía”, explica.

Por su parte, Cecotec se centra en su aire acondicionado frío/calor portátil Force Clima 9250 SmartHeating. “El sistema ‘EnergySave Pro’ aporta eficiencia energética de clase A (EER), por lo que consume la mitad que un aire acondicionado convencional y consigue el mayor rendimiento con el mínimo gasto de energía. La tecnología ‘SaveWater System’ reutiliza y autoevapora el agua para mejorar la eficiencia, reducir las incómodas descargas continuas y también para ahorrar energía. Y es un aparato ‘ecofriendly’, pues el gas refrigerante R290 es respetuoso con el medio ambiente y proporciona la máxima comodidad con el estándar de calidad más alto”, precisa.

En cuanto a las calderas, Grupo Vaillant Saunier Duval destaca innovaciones como el sistema de combustión autoadaptativo de gas y las nuevas tecnologías en producción de ACS de las gamas MiConnect de Saunier Duval y SMART de Vaillant, “que permiten disfrutar de un ahorro de hasta el 35% en calefacción y un 10% extra en agua caliente”.

Telefonía, informática y electrónica

Telefonía

Las innovaciones en torno a la eficiencia y la sostenibilidad también tienen un peso en el ámbito de la telefonía. Por ejemplo, Marianna Cherubini, Head of Trade Marketing de Huawei CBG España, destaca sus esfuerzos en el desarrollo de baterías de alta capacidad, “con mayor duración en el tiempo, no solamente por componentes, sino con una demostrada eficiencia a nivel de software con nuestra interfaz ‘EMUI12’, que permite, en igualdad de condiciones, un 15% más que la competencia”.

Su innovación en este ámbito no acaba ahí. “La carga rápida ‘Huawei SuperCharge’ está certificada desde 2017 por TÜV Rheinland, de modo que



Unidad QHG



- Detección de fugas
- Modo deshumidificación
- Temporizador programable
- Modo reposo
- Función sígueme
- Ultra silenciosa
- SEER hasta 7,4 y SCOP en clima cálido hasta 5.5
- Flujo de aire inteligente para una distribución óptima del aire
- Autodiagnóstico inteligente



www.carrier.es



Turn to the experts



FOTO: LENOVO

no solamente es rápida, sino también máximamente segura. Además, Huawei incluye desde hace varios años la opción de 'modo lectura', que filtra la luz azul y reduce el centelleo de la pantalla para minimizar la fatiga ocular, especialmente en pantallas OLED, y permite al usuario incluir programar a qué horas del día quiere activar esta opción. Estas innovaciones están incluidas, por ejemplo, en los últimos lanzamientos, como Huawei P50 Pro y Huawei P50 Pocket, y también en todos los smartphones actualizados a 'EMUI12', especifica.

Samsung también destaca el uso de componentes con un 20% de plástico reciclado en la fabricación de sus smartphones y tablets Galaxy, aprovechando redes de pesca desechadas y recuperadas de los mares.

En el caso de la telefonía fija inalámbrica, Felipe Martín, CEO de Gigaset Communications Iberia, pone el acento en su apuesta por la tecnología Eco DECT. "Es una tecnología que consigue reducir hasta en un 60% la energía que consumo. Además, nuestros terminales cuentan con el modo 'Eco', que permite una reducción de la potencia de transmisión en un 80%", comenta.

FOTO: SOGO



Y la sostenibilidad también se refiere la inclusión. En este sentido, Martín se refiere al desarrollo de smartphones "accesibles a todos los perfiles de usuario, dirigiéndonos al público de edad avanzada".

Informática

Juan Carlos Fuster, Marketing and Communications Manager para Iberia de Lenovo, destaca el rediseño de sus portátiles en pos de la sostenibilidad. "Presentamos en enero una nueva serie de portátiles, los ThinkPad Z13 y Z16, con un diseño nuevo que refleja el cambio de actitud hacia la tecnología, su impacto en el medioambiente y el origen de los componentes básicos. Presenta materiales más sostenibles, como el aluminio reciclado o el cuero de origen vegetal negro reciclado. Además, la sostenibilidad se extiende al embalaje, que está fabricado con bambú y caña de azúcar 100% reciclables y compostables. Y el adaptador de corriente alterna utiliza un 90% de contenido posconsumo (PCC). Asimismo, ya en 2017, Lenovo anunció un nuevo proceso de soldadura de baja temperatura que reduce las emisiones de carbono en un 35% y cuenta con una estimación de ahorro anual de 5.956 toneladas de CO₂, equivalente al consumo de más de tres millones de litros de gasolina por año. La compañía cuenta, además, con recursos para garantizar esta sostenibilidad con certificaciones de calidad, códigos de conducta o documentos técnicos", especifica.

Hogar inteligente y conectado

El CEO de Gigaset destaca sus soluciones para "convertir el hogar en un espacio eficiente y con mayor seguridad", tales como sistemas de alarma, de control de calefacción y de iluminación o sistemas

de aviso en tiempo real de la llegada de personas a la entrada del domicilio, "soluciones inteligentes que aumentan la comodidad y la sensación de seguridad", expone.

Sube la apuesta por la sostenibilidad

Además de las innovaciones de sus productos orientadas a la ecoeficiencia y la sostenibilidad, todos los fabricantes promueven políticas de sostenibilidad y se esfuerzan en reducir su impacto medioambiental. "Trabajamos diariamente siendo muy conscientes de la importancia del reciclaje de todos nuestros productos y del consumo diario. Por ejemplo, nuestra sede ha dejado de utilizar papel por completo. Además, continuamos desarrollando inversiones con socios locales e internacionales, aprovechando los recursos tecnológicos de vanguardia de la empresa", explica Vestel.

María José Barboza, Marketing & Communication Manager de Spectrum Brands, propietaria de Remington o Russell Hobbs, entre otras marcas, indica que sus políticas de sostenibilidad y respeto medioambiental "se basan en la reducción del consumo de plástico y la mejora de los productos para que sean más eficientes y, por tanto, reduzcan el consumo energético". También se centra en la reducción del consumo de plástico. "Hemos empezado a eliminar el plástico de nuestros packagings y a sustituirlo por cartón. Y seguimos trabajando para reducir al máximo el consumo de plástico".

Sogo también explica algunas de sus medidas. "Nos tomamos muy en serio el cuidado del medioambiente y una de nuestras acciones ha sido instalar paneles fotovoltaicos exteriores que producen electricidad, con la idea de ganar en sostenibilidad y otorgar a nuestras oficinas y almacenes energía limpia y renovable. Además, desde 2018 disponemos de certificación ISO para la mejora de eficiencia de procesos", apunta la empresa.

Asimismo, Cristina Esandi, directora de marketing de Jata, asegura que la compañía "trabaja de manera directa en reducir el impacto de residuos y consumos con la mejora constante de procesos y la implantación de tecnologías como placas solares, para hacernos más eficientes energéticamente".

Samsung reseña que uno de sus pilares es la inversión en I+D+i para el desarrollo de soluciones eficientes. Una de sus acciones es la eliminación de las pilas de los mandos de sus televisores, que se cargan con energía solar o por USB. Además, están hechos con material reciclado. Asimismo, está rediseñando sus embalajes. "Todas las cajas de nuestros productos están fabricadas a base de material reciclado, con cartón ondulado o corrugado ecológico y sin grapas, lo que facilita su reciclaje".

Isabel Rubio, experta en medioambiente de Grupo BSH, considera que "es prioritario prevenir la contaminación ambiental y el cambio climático de la mejor manera posible". La empresa se esfuerza en



Reciclemos juntos para darle

la vuelta al mundo

ERP es el único SCRAP que opera a nivel internacional. Por eso más de 3.500 empresas, tiendas y gran distribución confían en nosotros para gestionar sus obligaciones, tanto de **Aparatos Eléctricos y Electrónicos** como de **Pilas y Acumuladores**.

Si eres un **fabricante, importador o distribuidor** de estos productos, estamos aquí para facilitarte el cumplimiento de las **normativas de residuos**. Construimos soluciones de economía circular para lograr entre todos un mundo más sostenible.

Únete a ERP. Démosle juntos la vuelta al mundo.



**European
Recycling
Platform**

A Landbell Group Company

Síguenos en:



Contáctanos:

empresas@erp-recycling.org

91 806 30 42

erp-recycling.org/es-es/



FOTO: TEKA

minimizar su huella de carbono y utilizar los recursos de manera más eficiente, apostando por la economía circular. Por ejemplo, todas sus instalaciones funcionan con neutralidad de carbono desde 2020. Además, trabaja para reducir las emisiones de CO₂ a lo largo de todo el ciclo de vida del producto, "incluyendo la compra de materiales y transporte y el uso de nuestros productos". Su objetivo es "una reducción del 15% para 2030, tomando como base 2030", detalla. En cuanto a la estrategia de economía circular, se refiere a la minimización del uso de recursos, emisiones y consumo de energía a lo largo de toda la cadena de valor. Y hace particular hincapié en la fase de diseño de producto. "Nos aseguramos de evitar sustancias críticas, utilizar materiales predominantemente respetuosos con el medioambiente y facilitar el reciclado final". Por otra parte, señala que su servicio de atención al cliente "trabaja para prolongar la vida útil de los aparatos" y remarca que el grupo "proporciona todas las piezas de repuesto 10 años después de la fabricación de la última unidad", puesto que "la reparación es, en general, más sostenible que la sustitución".

Hisense ha anunciado este año su compromiso de reducir en 230.000 toneladas las emisiones de gases de efecto invernadero (GEI), "lo que supone un 202,6% menos respecto a los niveles de 2021", puntualiza Amendola. Su política de sostenibilidad se desarrolla bajo el lema 'Hisense, hacia un futuro más verde' y ya ha conseguido resultados en 2021, como la reducción de más de 76.000 toneladas de emisiones de CO₂. Además, apuesta por la utilización de materiales respetuosos con el medioambiente y el uso de energías renovables en la fabricación de sus productos, como el empleo de la tecnología de inyección de plásticos de ciclo térmico o el uso de embalaje 'verde', 90% reciclable, con menos papel y tinta ecológica. También ha trasladado sus logros en materia ESG al área B2B, "con soluciones específicamente diseñadas para 'smart cities' o equipos médicos de visualización dotados de inteligencia artificial para mejorar el diagnóstico de pacientes", subraya. Por ejemplo, colabora en el desarrollo de ciudades inteligentes para ayudar a reducir las emisiones de CO₂ gracias a la descongestión del tráfico.

Asimismo, Cherubini remarca que "Huawei ha alienado sus esfuerzos y objetivos de sostenibilidad con los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) de la ONU", basándose en cuatro pilares: inclusión digital, seguridad y confiabilidad, protección ambiental y ecosistema saludable y armonioso. Además, reseña que "la neutralidad de carbono, la economía circular, la eficiencia energética o la gestión de residuos están en el centro de la transición sostenible tan necesaria". Esto se traduce en compromisos tangibles, como la reducción de las emisiones de carbono. "Nuestra solución de TIC verde permitirá a las industrias reducir el consumo de energía y las emisiones. Continuaremos haciendo que las operaciones de Huawei y nuestras cadenas de suministro sean más ecológicas y tomaremos medidas para reducir las emisiones de carbono", manifiesta. También se concreta en la promoción de las energías reno-

vables. "Seguiremos invirtiendo más en energías renovables y brindando energía verde para el mundo inteligente. También impulsaremos la transición a la energía renovable y la aprovecharemos al máximo". Finalmente, la compañía apuesta por la economía circular, con medidas como el ecodiseño de los embalajes para reducir el papel y plástico usado o la recuperación de 47 toneladas de material eléctrico y tecnológico en 2020, por ejemplo.

El lema 'Green products, green enterprise, green culture' es el que guía a la política de sostenibilidad de Haier. "La implicación de Haier en materia de sostenibilidad y eficiencia no solo es evidente en la gama de productos, sino que también se produce en todos los ámbitos de actuación, como el transporte, la fabricación o el reciclaje. Algunas de las mejoras de la compañía se han materializado en el 'Environmental Responsibility Report' de 2020, que muestra, por ejemplo, una reducción de 17,12% de las emisiones de GEI por cada unidad producida año tras año", apunta su directora de marketing.

El reciclaje y la reutilización es muy importante también para Teka. La compañía emplea materiales reciclados y plásticos reutilizados en la producción de sus aparatos, "reduciendo las emisiones de dióxido de carbono a la atmósfera durante el proceso de fabricación". También se usa vidrio reciclado en hornos, placas de gas, campanas extractoras y frigoríficos. Además, la compañía explica que actúa siguiendo la norma ISO 14000, "que controla la gestión del medio ambiente y que garantiza que la empresa presta su conformidad con las políticas medioambientales establecidas internacionalmente", y que también "permite una reducción de costes energético y un aumento de la confianza por parte de los clientes".

Díez habla del 'Proyecto Verde' de Smeg, que se concreta en tres acciones: "la creación de un comité de sostenibilidad, la definición de un conjunto

FOTO: SAMSUNG



de indicadores de sostenibilidad para monitorear el desempeño ESG de acuerdo con los estándares de reporte sostenibles (estándares GRI) e inventario de GEI". Además, señala que en los últimos años "se han llevado a cabo importantes proyectos de ampliación de las plantas fotovoltaicas existentes en los emplazamientos de Guastalla y Bonferraro, que producirán el 31% y el 20%, respectivamente, de las necesidades energéticas totales". Especifica que se evitarán emisiones anuales de aproximadamente 1.710 toneladas de CO₂eq, lo que "equivale a más del 42% de las emisiones totales actualmente relacionadas con el suministro de electricidad". Asimismo, indica que, desde 2021, "todos los sitios de producción utilizan exclusivamente gas metano certificado con cero impacto en las emisiones de gases de efecto invernadero, lo que supone una compensación de carbono anual de 4.787 toneladas de CO₂eq, equivalente a aproximadamente el 90% de las emisiones directas del grupo". Afirma que "se prevé una tendencia en la reducción y compensación de carbono que permitirá una reducción total de 4,51 kg a solo 0,26 kg de CO₂eq en las emisiones generadas por hora trabajada en los sitios de producción". Todo ello se complementa con la eliminación gradual de todo el material plástico usado en el embalaje de pequeños electrodomésticos, reemplazado por materiales de base biológica o celulósica, así como la reducción de la cantidad de papel utilizado en manuales de instrucciones, sustituidos por instrucciones accesibles a través de un código QR.

Igualmente, Esteban señala que el plan de negocio de Mitsubishi Heavy Industries se centra en dos ejes: "Transición energética", cuyo objetivo es descarbonizar el lado del suministro de energía, y 'Nueva movilidad y logística', cuya meta es realizar la descarbonización y promover la eficiencia energética". De este modo, explica que "MHI Group se compromete a promover las estrategias de negocio de estas dos áreas, avanzar en la descarbonización de los negocios existentes, la electrificación y la inteligencia, con el fin de lograr cero emisiones en 2040 y ayudar a crear una sociedad neutra en carbono".

Fuster hace hincapié en el compromiso de Lenovo con la sostenibilidad, "desde la elección de las materias primas o de la energía usadas, el rendimiento ambiental en la cadena de suministro, la gestión efectiva de los residuos y el uso responsable del agua, hasta el fin de la vida útil del producto, ofreciendo al consumidor opciones de reciclaje". Esto se traduce en varias líneas de actuación. "Lenovo tiene una serie de programas implementados, como el establecimiento de objetivos de reducción de emisiones de gases de efecto invernadero para 2030. Concretamente, se compromete a lograr una mejora del 50% en la eficiencia energética para ordenadores de escritorio y servidores y del 30% para portátiles para el año fiscal 2029/30. Y para 2025/26, el 100% de los productos de PC contendrán materiales reciclados posconsumo y el 90% de los envases de plástico estarán hechos de materiales reciclados. Además, permitirá el reciclaje y la reutilización de 363 millones de kg de productos al

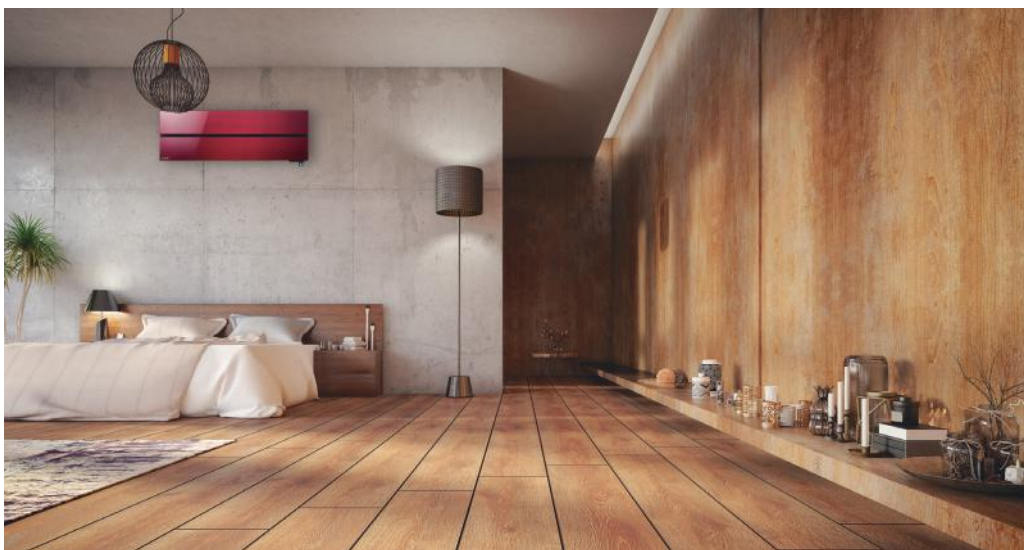


FOTO: MITSUBISHI ELECTRIC

final de su vida útil y habrá utilizado 136 millones de kg de plásticos de contenido reciclado posconsumo en sus productos. así como el objetivo de comprar el 90% de la electricidad procedente de fuentes renovables y eliminar un millón de toneladas de emisiones de GEI de su cadena de suministro", puntualiza. Además, la compañía se está enfocando en el uso de packaging sostenible, con base biológica, de bambú y bagazo.

Clotet también pone el acento en el "fuerte compromiso" de Panasonic con la descarbonización, la protección del medioambiente y la sostenibilidad. Esto se materializa en el programa 'Green Impact' presentado en enero, "con el compromiso de lograr cero emisiones netas de CO₂ en todas las empresas del grupo en el año 2030", en el marco de su 'Visión Ambiental Panasonic 2050', formulada en 2017. Además, remarca que "la compañía

ha sido uno de los grandes impulsores de las 'smart cities', con grandes proyectos de éxito, como Fujisawa, Tsunashima, Future Living Berlin y la nueva Suita, o el primer sistema de carreteras inteligente a nivel de producción en Denver (Colorado, Estados Unidos)".

Sánchez-Cano especifica que la política medioambiental de Daikin se basa en una "utilización de la energía de forma sostenible; reducción del impacto medioambiental de los refrigerantes y mejora de la eficiencia energética de nuestros productos; continuos esfuerzos a nivel europeo, con una adaptación continua al marco legislativo; aumento del reciclaje de productos y reducción de desperdicios; gestión de las sustancias y preparados químicos; desarrollo de productos con un impacto medioambiental reducido; y apuesta por un modelo de responsabilidad medioambiental".

LG lidera el movimiento 'Smart Green' en España, iniciativa que pretende combatir el cambio climático con la reforestación de árboles "El objetivo es

FOTO: JUNKERS BOSCH





FOTO: HTW (GIA GROUP)

plantar 47 millones de árboles en nuestro país, uno por habitante. Ya ha conseguido plantar más de 4 millones de árboles, con la ayuda de una veintena de empresas y administraciones de toda España, a través de reforestaciones con drones, semillas inteligentes y big data”, anota la compañía. Además, hace años que apuesta por la eficiencia energética, la sostenibilidad y la protección del medio ambiente en su estrategia corporativa y de negocio, con una importante inversión en I+D ‘verde’, el aumento de la eficiencia de su proceso productivo y el lanzamiento de productos que ahorran agua y emisiones de CO₂, logrando reducir 55.000 toneladas de CO₂ al año en España.

Junkers Bosch destaca la reducción de 80.000 toneladas de emisiones de carbono desde el principio del año, “ya que la compañía se ha comprometido con ser climáticamente neutral desde 2020”. “Esto implica que nuestras más de 4.000 localizaciones distribuidas mundialmente ya no dejan huella de carbono. Además, el grupo realiza una inversión de más del 50% de su presupuesto en I+D en tecnologías innovadoras que protegen el medioambiente y conservan los recursos naturales”, anota la compañía.

Fernández especifica que Tesy cuenta con varias iniciativas. “Lo primero que hacemos es desarrollar productos que sean respetuosos con el medioambiente y que puedan ser conectados a fuentes de energía renovable. En segundo lugar, nos aseguramos de que nuestros procesos productivos se realicen de forma sostenible. En este sentido, el 94% de los residuos generados se entregan para su recuperación o reciclaje. Gracias a todo el acero que reciclamos, conseguimos ahorrar anualmente 2.000 toneladas de acero y 3.000 toneladas de hierro, mientras reducimos el 85% de las emisiones de CO₂, el 75% de electricidad y el 40% de agua. Igualmente, con el reciclaje de papel conseguimos ahorrar 130 toneladas al año y 445 m³ de madera. Todo ello resulta en un ahorro de 104 toneladas de celulosa y 26.000 m³ de agua. Asimismo, con el reciclaje de

plástico, ahorramos 35 toneladas al año, 66 toneladas de petróleo crudo, además de un importante ahorro en el consumo de electricidad”.

El lema que mueve a Grupo Vaillant Saunier Duval es ‘Trabajamos por un clima mejor. En el hogar y en el entorno’. “Nuestro compromiso con la sostenibilidad se ha materializado en un programa ambicioso: SEEDS, que significa Sostenibilidad en Medio Ambiente, Empleados, Desarrollo y Sociedad. En estos campos de interés se establecen objetivos vinculantes y medibles, se aplican medidas específicas y se supervisan los resultados de forma continua. Hemos establecido objetivos de sostenibilidad para 2030 en estos cuatro campos de interés para conseguir que la empresa sea climáticamente neutra. Además, colaboramos en proyectos de gran envergadura con entidades solidarias que conviven con pequeños gestos en el día a día de nuestros centros de trabajo, como apagar las luces después de las reuniones, evitar la generación de residuos o imprimir únicamente lo que necesitamos”, explica el grupo.

Eurofred se está centrando en eliminar su huella de carbono al 100%, compensando sus emisiones de CO₂. De hecho, cuenta con el sello ‘Calculo+Reduzco+Compenso’ de la Oficina Española del Cambio Climático. Sus campañas de reforestación, absorción y compensación han sido claves para ello, sirviendo ya para compensar un año de su actividad en España. Francia, Marruecos y Chile, mientras que en Portugal e Italia ya se han compensado las emisiones hasta 2036 y 2039, respectivamente. Además, cuenta con acciones internas para lograr un crecimiento sostenible: sustitución de la flota de vehículos

diésel y gasolina por híbridos y eléctricos, instalación de luces led en las oficinas, política de reciclaje de materiales y uso de papel reciclado, acciones de voluntariado ambiental, etc.

Castillo detalla que Inoxpan-Pando parte del compromiso de “realizar todas las actividades de la organización según un sistema de gestión de medio ambiente eficaz y dinámico”. “La gestión se dirige a mejorar permanentemente el desempeño ambiental, estableciendo mecanismos eficaces para el conocimiento y control del mismo, y con la inclusión de criterios ambientales en cualquier decisión empresarial que implique nuevos proyectos, adquisición de productos o de servicios”, añade.

Cecotec destaca su apuesta por “un modelo basado en la economía circular”. “Realizamos diferentes acciones que minimizan el desperdicio de nuestros productos PAE, como la donación de aquellos que, por defecto de embalaje, no son aptos para la venta, pero sí para su uso. También realizamos reciclaje y gestión de residuos de PAE, baterías de litio, papel y cartón, caucho y plástico, madera, metales, escombros, etc. Además, Cecotec está adherida a Fundación Eco-Rae’s”, anota.

Royo expone algunas de las metas de Beko para 2030 en su camino hacia la sostenibilidad. “Pretenemos que el 100% de la electricidad utilizada en las plantas de producción de nuestro grupo provenga de fuentes renovables, aumentar nuestra tasa de reciclaje de residuos al 99% y el uso de contenido reciclado al 40%, y disminuir el consumo de energía y agua por producto en un 45%”. Además, recuerda que sus electrodomésticos “contribuyen de manera destacada a reducir el consumo de agua, electricidad y residuos”.

En el caso de Svan, Monfort recuerda que la empresa se acaba de trasladar a una nueva nave ecosostenible. “Contamos con más de 50 placas solares que

FOTO: SAUNIER DUVAL



suministran energía a nuestras instalaciones. En el almacén logístico, utilizamos transpaletas eléctricas que cargamos con la energía generada por las placas solares, reduciendo la huella de carbono emitida. También cabe destacar que el almacén fue diseñado con claraboyas para dejar pasar la luz solar y así reducir el consumo eléctrico durante la jornada laboral. En cuanto a la gestión y tratamiento de residuos, aspiramos en un futuro no muy lejano disponer de nuestra propia planta de reciclado, pero de momento trabajamos con empresas especializadas para el reciclaje de residuos”, desgrana.

Martín pone el acento en el rediseño de los embalajes de los productos Gigaset. “Utilizamos cartón ondulado de un material ligero y duradero, fabricado en material reciclado. Igualmente, hemos desechado el papel de fibra fresca y en su lugar utilizamos una alta proporción de papel reciclado, reduciendo las emisiones de CO₂. También hemos apostado por un embalaje neutro para el medioambiente con una compensación transparente la huella de carbono, invirtiendo en proyectos de protección medioambiental”, detalla. Además, participa en iniciativas como ‘Forest Stewardship Council’, la plantación de árboles en Alemania o acciones para proteger la selva en Brasil.

Sanz explica algunas de las iniciativas de GIA Group en pos de la sostenibilidad, como el control del consumo energético de sus oficinas mediante un sistema domótico que ajusta los equipos y las luces cuando están fuera de uso y que controla la apertura de ventanas. Además, la compañía prioriza el uso de herramientas digitales frente a la impresión y recicla todo el papel que utiliza.

Franke especifica la batería de principios que guían su trabajo diario y su misión global, como el uso de fuentes de energía respetuosas con el medioambiente, la mejora de la eficiencia energética de sus operaciones para reducir su huella de carbono, la



FOTO: ERP ESPAÑA

aplicación de los principios de reciclaje más avanzados y la reducción del uso de materiales no reciclables, la minimización de las emisiones y residuos causados por su actividad y la eliminación de todos los desechos mediante métodos seguros y responsable, etc.

Desconcierto ante la nueva ‘Ley de Garantía’

La reciente modificación de la Ley General para la Defensa de los Consumidores y Usuarios ha traído cambios que afectan sustancialmente a los fabricantes de electrodomésticos y aparatos eléctricos. “Lamentablemente, y a pesar de los claros posicionamientos perfectamente argumentados de múltiples sectores industriales, incluido el de los productores de electrodomésticos, las autoridades no han tomado en consideración -por el momento, dado que el Real Decreto-ley

está todavía pendiente de su tramitación como Proyecto de Ley, proceso que debe ocurrir a lo largo de 2022- las propuestas de enmiendas preparadas por APPLiA España y elevadas tanto al Gobierno y a sus Ministerios involucrados como a los distintos grupos políticos del Congreso de los Diputados”, indica la asociación que representa a la mayoría de fabricantes de línea blanca y PAE de nuestro país.

Destaca que el legislador español, en su transposición de la Directiva europea, está apostando por plazos ampliados de garantía (3 años) y de carga de la prueba (2 años), mientras que otros países de nuestro entorno (Alemania, Italia, Austria, Polonia o Dinamarca, entre otros) “han optado en sus transposiciones por los plazos habituales especificados en la Directiva, de 2 años de garantía y 1 año de carga de la prueba”. Y advierte que, en caso de salir adelante con la actual redacción, “supondría de hecho una falta de armonización a nivel europeo, con la consecuente pérdida de competitividad para las industrias nacionales”.

APPLiA remarca que “lo mismo se puede decir en relación con el nuevo requisito de disponibilidad general de piezas de repuesto durante 10 años, que no existe en la Directiva europea que se transpone y que ningún otro país de nuestro entorno ha introducido, por el sencillo hecho de que la propia Directiva que se transpone especifica que la cuestión de disponibilidad de piezas de repuesto está ya contemplada de forma específica en la legislación europea de ecodiseño”.

“Son los propios reglamentos europeos de ecodiseño actualmente existentes, así como los nuevos en desarrollo, los que, basados en estudios empíricos sobre las reparaciones reales que se producen en cada familia de productos, definen aquellas piezas sobre las que se deben fijar plazos mínimos de disponibilidad. Fijar un plazo de 10 años de disponibilidad para todo tipo de repuestos supone una problemática asociada de gestión muy relevante para los productores, al tener que almacenar miles y miles de piezas de repuesto que, en muchas ocasiones, nunca se van a utilizar y tendrán que destruirse, con

FOTO: CECOTEC





FOTO: FUNDACIÓN ECOLEC

el consecuente problema de carácter medioambiental", detalla.

Amalia Pelegrín, directora de Políticas Digitales, Sostenibilidad y Desarrollo de Talento de la Asociación Multisectorial de Empresas de Tecnologías de la Información, Comunicaciones y Electrónica (AMETIC), también muestra su descontento. "Esta ley amplía el plazo mínimo de garantía previsto por la Directiva sin que haya existido el oportuno debate y sin que se cumpla con el objetivo del legislador europeo de crear normas armonizadas para toda la UE, de manera que se garantice la seguridad jurídica.

La ampliación a 3 años de la garantía tiene como consecuencia la desaparición de la garantía comercial como elemento de diferenciación y la desaparición de la diferenciación por la calidad de los productos, pudiendo provocar un efecto perverso de direccionamiento de las compras de los consumidores a productos de baja calidad, diseñados para una vida media muy inferior a la habitual. Esto puede derivar en la continua aparición de una gran cantidad de residuos, provocada por sustituciones tempranas de productos. Por otro lado, la ampliación a 10 años desde la última fabricación del producto del periodo de disponibilidad de piezas de repuesto es excesiva y contraria a los nuevos reglamentos europeos de ecodiseño, que establecen de forma homogénea y armonizada para toda la UE la disponibilidad de determinadas piezas funcionales -no todo tipo de piezas de repuesto- durante plazos de 7 a 10 años, dependiendo del producto del que se trate. Imponer en España unos requisitos más rígidos y no armonizados afectará a la competitividad de las industrias nacionales".

Además, hace hincapié en que el sector al que representa "innova rápidamente y produce nuevos productos con características adicionales y una eficiencia ambiental mejorada, por lo que muchos usuarios quieren cambiar de producto antes del periodo exigido de 10 años". Sin embargo, "los fabricantes se van a ver obligados a producir, mantener y almacenar piezas de repuesto durante un periodo más largo, independientemente de si hay demanda o no". "En estas situaciones, las piezas de repuesto

producidas y almacenadas para productos más antiguos simplemente generan desechos adicionales, lo que puede generar residuos adicionales y tener un impacto medioambiental negativo", aclara.

En definitiva, considera que "a pesar de que el objetivo anunciado en la Directiva de la que esta modificación trae causa es la protección del consumidor y la promoción de la economía circular, la ampliación de los plazos más allá de lo establecido en la Directiva se ha realizado sin que se hayan valorado adecuadamente los posibles beneficios para los consumidores, el incremento de costes para los productores -que deberán optar entre reducir costes de producción o subir los precios para no dejar de ser competitivos-, la conveniencia de aplicar los mismos plazos a todos los productos y la realización de un ejercicio de equilibrio entre los diferentes intereses; y sin tener en consideración otros beneficios o perjuicios posibles, como puede ser el impacto medioambiental".



FOTO: JUNKERS BOSCH

¿Situación de la gestión de residuos

Hace años que la sociedad entendió la importancia de una adecuada gestión de los residuos de aparatos eléctricos y electrónicos (RAEE). Afortunadamente, el volumen que se recoge no para de crecer. Gracias a ello, cada vez nos aproximamos más a las metas fijadas. "Estamos cerca del cumplimiento de los objetivos mínimos que establece la normativa, un 65% de lo que se pone en el mercado", indica Rafael Serrano, director de Relaciones Institucionales, Marketing y Comunicación de Fundación ECOLEC.

Sin embargo, todavía no llegamos a alcanzarlos. "Como media, tanto a escala nacional como para el conjunto de las categorías, el pasado año no se alcanzó el 100% del objetivo marcado", reconoce Idalécio Matias, director general de ERP España. Además, remarca que "el grado de cumplimiento no es homogéneo en todas las comunidades, ya que en algunas regiones estamos por encima del cumplimiento y en otras, por debajo".

Lo mismo sucede con las diferentes categorías de RAEE. "Hay algunas, como intercambio de temperatura, grandes aparatos o lámparas, en las que el gra-

FOTO: FAGOR



do de cumplimiento roza el 90%, o incluso el 100%. Mientras que otras, como informática y telecomunicaciones, están por debajo del 70%. No obstante, aunque aún no se alcance el 100%, hemos de tener en cuenta que la progresión anual es positiva, mejorándose cada ejercicio los porcentajes", reseña Matias.

Explica que "los grandes aparatos, como frigoríficos, lavadoras, etc., suelen acercarse más al cumplimiento del 100% del objetivo, gracias, en gran medida, a que son electrodomésticos que se retiran directamente por el vendedor cuando entrega el aparato nuevo". En este sentido, recuerda que "esta obligación de retirada del aparato antiguo por parte del vendedor es válida también cuando se realiza la compra online, incluso si se realiza a través de un marketplace".

En el lado opuesto, admite que "la categoría de residuos más problemática continúa siendo IT, que engloba a dispositivos electrónicos de pequeño tamaño (menos de 50 cm), como tabletas o móviles, y, en menor medida, la de pequeños aparatos". "Hay que tener en cuenta sus peculiaridades, ya que muchos de estos aparatos, por su pequeño tamaño, son fáciles de abandonar u olvidar en cualquier armario. Además, hay dispositivos electrónicos que realmente no se desechan cuando se adquiere otro nuevo, sino que se 'reciclan' para otros usos dentro del propio ámbito doméstico, como almacenaje de datos, utilización para uso escolar o lúdico, uso en segunda residencia, etc. O incluso se revenden entre particulares. Algo, en todo caso, positivo, ya que alarga la vida útil del producto; pero que hace que queden fuera de los canales oficiales de reutilización asociados a la recogida selectiva, aunque esto no implica que acaben en vertedero", aclara.

Asimismo, Serrano se refiere al "efecto tesoro" que se da en productos relacionados con las nuevas tecnologías y las telecomunicaciones, teléfonos móviles, principalmente". Matias especifica que dicho 'efecto tesoro' "consiste en dar a aparatos anti-



FOTO: TEKA

guos un valor potencial que ya no tienen, por lo que se suele optar por posponer la decisión de entrega, guardándolos en un cajón, en lugar de llevarlos a la tienda o punto limpio más cercano". Comenta que "es fundamental aumentar la concienciación para que se conozca la importancia medioambiental y social real que conlleva su reutilización o la recuperación de los materiales escasos y valorizables que contienen".

Como vemos, hay diferentes factores que dificultan el cumplimiento de las metas, por lo que es imprescindible seguir trabajando para mejorar los resultados año tras año. "Se ha de seguir informando y concienciando a usuarios y ciudadanos de la necesidad de realizar un correcto reciclaje de los RAEE. Sobre todo, dar a conocer los derechos y obligaciones que tenemos en relación a este tipo de residuo. Por ejemplo, saber que la compra

por internet tiene las mismas condiciones que la compra en una tienda física en relación con la entrega del aparato usado. El distribuidor tiene que recogerlo en el acto de la compra del producto nuevo, sin coste para el consumidor", incide Serrano.

Esta labor de concienciación es particularmente necesaria cuando hablamos de aparatos más pequeños y nuevas tecnologías. El portavoz de ERP España considera que es "crucial" facilitar la entrega de los aparatos y dispositivos más pequeños, "acercando los puntos de recogida a los usuarios". "En ese ámbito de la recogida de cercanía, el retail del canal electro o los puntos limpios móviles juegan un papel fundamental, sobre todo para llegar a poblaciones más dispersas en la España rural", recalca.

Además, señala que "la clave es seguir incidiendo en la concienciación de los usuarios, ya que son el eslabón más importante de la cadena". "Si ellos no entregan en los puntos de recogida selectiva sus RAEE, las cifras no pueden crecer", sentencia.

FOTO: HAIER



FOTO: HAIER





Andreu Vilà

DIRECTOR GENERAL DE ECOTIC

“El nivel de concienciación sobre la importancia del reciclaje electrónico ha ido aumentando a lo largo de los años, favorecido por un creciente interés general por temas como la sostenibilidad ambiental, la lucha contra el cambio climático, etc. Pero debemos seguir trabajando y mejorando día a día, ya que existe todavía mucho margen de mejora...”

Andreu Vilà, director general de ECOTIC, es una organización privada de naturaleza fundacional, sin ánimo de lucro, que desde 2005 trabaja en favor de la defensa del medio ambiente y el desarrollo sostenible a través de la sensibilización y formación de fabricantes, distribuidores y usuarios de aparatos eléctricos y electrónicos. En esta entrevista conoceremos los pasos que ha dado la fundación para proteger el medioambiente así cómo nos analizará la situación de España con respecto al resto de países europeos.

Principalmente, en relación con el cuidado del medioambiente, ¿cuál es la misión de su empresa?

La actividad principal la desarrollamos a través de Fundación Ecotic, cuya actividad más importante es la correcta gestión de los residuos de aparatos eléctricos y electrónicos (RAEE) de las empresas y entidades adheridas a nuestro Sistema Colectivo de Responsabilidad Ampliada del Productor (SCRAP).

Nuestros principales objetivos son la defensa del medioambiente y el desarrollo sostenible, y con este fin trabajamos en numerosas líneas de actividad. Entre ellas podemos mencionar el establecimiento y gestión de sistemas de recogida y tratamiento de residuos, el desarrollo de estudios e investigaciones o actividades científicas y tecnológicas de debate y formación, o las campañas de información y sensibilización, dirigidas tanto a la sociedad en su conjunto como a colectivos profesionales específicos.

¿Qué cifras de recogida de RAEE baraja actualmente su organización?

Al cierre del ejercicio 2021 registramos un total 122.841 toneladas de RAEE financiadas y gestionadas a través de nuestro SCRAP, lo que supone un crecimiento del 7% con relación a 2020, y superar por tercer año consecutivo la simbólica cifra de las 100.000 toneladas. Desde el inicio de nuestras actividades, hemos gestionado un total acumulado de 1.069.500 toneladas, consolidándonos como la entidad de referencia en el sector del reciclaje electrónico a nivel nacional y uno de los principales sistemas a nivel de toda Europa.

¿Cuál es el sector que presenta mayores avances en materia de reciclaje?

En mi opinión, el sector del reciclaje electrónico ha experimentado una evolución espectacular, si atendemos a que es un sector todavía muy joven en comparación con otros ámbitos de la gestión de residuos. El modelo articulado a través de los SCRAP de RAEE que operamos en España ha demostrado



“Nuestros principales objetivos son la defensa del medioambiente y el desarrollo sostenible, y con este fin trabajamos en numerosas líneas de actividad. Entre ellas podemos mencionar el establecimiento y gestión de sistemas de recogida y tratamiento de residuos, el desarrollo de estudios e investigaciones...”

su solvencia, logrando superar los objetivos nacionales establecidos a nivel normativo, y avanzando de forma notable tanto a nivel organizativo como de las mejores técnicas disponibles para dar respuesta a las crecientes necesidades que plantea la vertiginosa evolución tecnológica que vivimos.

En lo que llevamos de 2022, ¿qué retos han conseguido?

En enero de este año hemos constituido ECOTIC Entidad Administradora S.L. para la gestión de servicios medioambientales, que nos permitirá mejorar los servicios que ofrecemos a productores y puntos de recogida, ofrecer nuevos servicios de recogida separada, e impulsar nuevos proyectos orientados al desarrollo de la economía circular.

Será sin duda un importante paso adelante para mejorar la eficiencia operativa y adecuar nuestro diseño organizativo a las necesidades derivadas de la gestión de la Responsabilidad Ampliada del Productor, en línea con las tendencias en toda Europa orientadas a generar sinergias en la gestión de residuos, que será fundamental para lograr un modelo de economía circular que contribuya a alcanzar la sostenibilidad del medio ambiente y del sistema productivo.

¿Puedes especificarnos algunas buenas prácticas y/o iniciativas concretas que estáis llevando a cabo en esta materia y qué objetivos persiguen?

Destacaré la campaña ‘Digitalización Sostenible’, que estamos impulsando junto a la Fundación CEOE y los SCRAP de la Oficina de Coordinación OfiRAEE, y con la colaboración de Fundación SEUR. La iniciativa consiste en una recogida solidaria de donaciones de equipos de informática por parte de empresas y autónomos de toda España, con la finalidad de que puedan destinarse a reutilización por parte de personas con dificultades de acceso a la tecnología, y contribuir de este modo a reducir la brecha digital.

Esta iniciativa es una muestra de que las alianzas para lograr objetivos, alineadas con los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS), son una poderosa herramienta de transformación económica y social, que será fundamental para avanzar hacia el futuro más sostenible, justo e inclusivo en el que creemos.



¿De qué manera sensibilizan y forman a los consumidores en la importancia de ser sostenibles?

Principalmente a través del impulso y la participación en numerosas iniciativas de sensibilización. Algunos ejemplos recientes pueden ser la campaña junto a la Entidad Metropolitana para el Tratamiento de Residuos (EMTRE) para fomentar el uso de la red de ecoparques de Valencia para el reciclaje de RAEE, nuestra colaboración en el proyecto educativo ‘Generació Reset’ impulsado por la Agència de Residus de Catalunya (ARC), o la participación en el Repair Café celebrado en Zaragoza orientado a la reparación de aparatos a fin de alargar su ciclo de vida útil.

Y estamos trabajando para retomar la campaña educativa ‘Otro Final es Posible’ sobre reciclaje electrónico y economía circular para el curso académico 2022-2023. Se trata de una iniciativa desarrollada en centros de Primaria y Secundaria, y que a lo largo de sus ediciones anteriores contó con la participación de más de 800 centros y 91.000 alumnos, que aportaron más de 90.000 kilogramos de RAEE a través de las actividades desarrolladas. Los niños y jóvenes de hoy son los consumidores del mañana, por lo que su educación es fundamental.

¿Está España concienciada? ¿Cómo es la situación en nuestro país?



El nivel de concienciación sobre la importancia del reciclaje electrónico ha ido aumentando a lo largo de los años, favorecido por un creciente interés general por temas como la sostenibilidad ambiental, la lucha contra el cambio climático, etc. Pero debemos seguir trabajando y mejorando día a día, ya que existe todavía mucho margen de mejora.

¿De qué forma se está incorporando el sector de la Distribución al RAEE?

La canalización de los RAEE a través de la distribución es un aspecto clave debido a su acceso privilegiado al residuo, y al buen estado que suelen presentar. Esto implica que reúnen condiciones más favorables para la reutilización, uno de los grandes retos de futuro a nivel europeo para la transformación del modelo económico. Desde ECOTIC colaboramos intensamente con la distribución, que es nuestro principal canal de recogida, a través del cual recogimos más de la mitad de los RAEE gestionados en los dos últimos ejercicios.

Reducir, Reutilizar, Reciclar, de la regla de las 3R, ¿sobre cuál hay que hacer más hincapié en estos momentos en España? ¿Por qué?

Creo que la jerarquía de residuos es fundamental, priorizando la prevención de la generación de residuos para lograr reducirlos, la reutilización siempre que sea posible, y el adecuado reciclaje para evitar la potencial contaminación que pueden ocasionar y recuperar las materias primas. España ha hecho una apuesta decidida en este sentido, con una amplia normativa especialmente orientada a la prevención y la reutilización, por lo que estamos en la senda adecuada.

En relación con lo anterior, ¿cómo valora el hecho de que se estén fabricando electrodomésticos cada vez más eficientes?



La reducción del consumo energético es otro aspecto necesario para la descarbonización de la economía. Los fabricantes están haciendo grandes esfuerzos en I+D para producir electrodomésticos de alta eficiencia energética, y la demanda de los consumidores es cada vez mayor. Una muy buena noticia, si atendemos al complejo panorama geoestratégico, que confirma la urgente necesidad de una transición ecológica que permita desvincular el modelo de los combustibles fósiles y priorizar de forma decidida el impulso de las energías renovables.

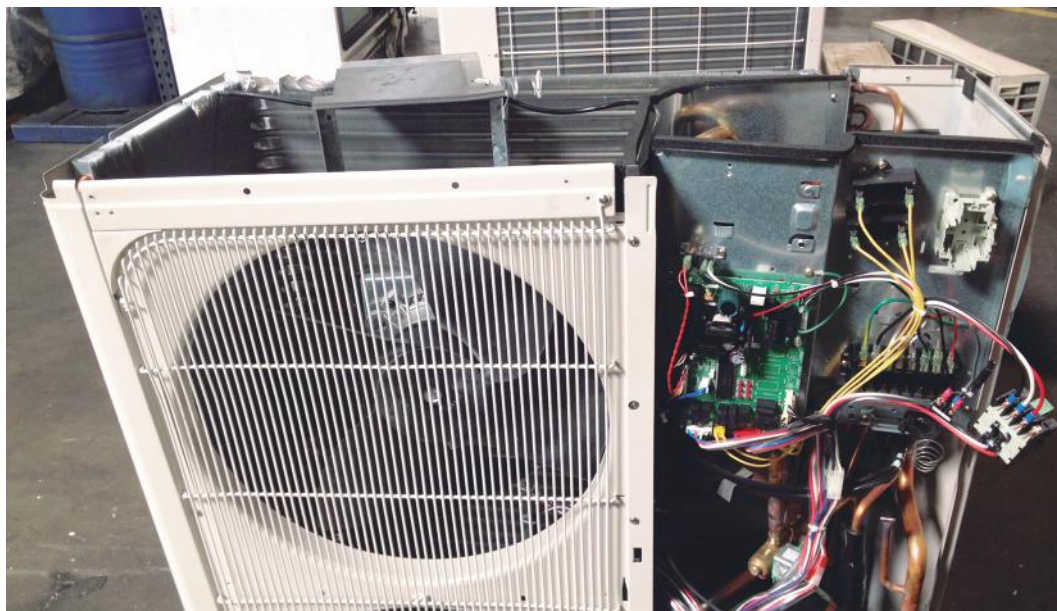
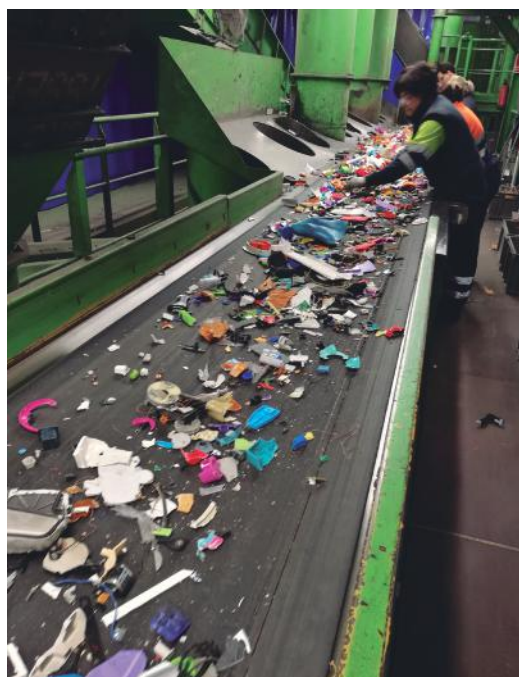
¿De qué manera podemos llegar a conseguir la trazabilidad total de los electrodomésticos?

Es necesario disponer de información sobre el residuo en todo momento, desde el momento en que se canaliza para su recogida, hasta que llega a los gestores autorizados para su gestión. En ECOTIC estamos trabajando en sistemas de seguimiento mediante etiquetas inteligentes con radiofrecuencia (RFID), y disponemos de una plataforma electrónica propia para poder llevar a cabo un seguimiento por-

menorizado de todos los movimientos de los residuos que gestionamos. Pero naturalmente, lograr la trazabilidad total depende del compromiso de todos los actores que intervienen en la cadena de valor del aparato.

¿Qué objetivos se han marcado para lo que queda de año?

Seguir desarrollando ECOTIC Entidad Administradora, e impulsando proyectos e iniciativas que contribuyan al desarrollo de la economía circular y la protección ambiental, tanto a nivel de la sociedad como hemos visto, como a través de iniciativas orientadas a la sensibilización de los colectivos profesionales. Como ejemplo de esto último, estamos dando un nuevo impulso al programa Ecoinstaladores, una iniciativa en colaboración con las principales asociaciones a nivel nacional. El objetivo es ofrecer una solución integral a instaladores y distribuidores para el reciclaje de los RAEE de equipos de climatización y refrigeración que, pese a su elevado potencial de contaminación, presentan unos niveles de recuperación que distan de los que serían deseables.



A large, stylized white '60' with the word 'YEARS' in a smaller, white, sans-serif font positioned between the '6' and the '0'.

60
YEARS

taurus

**Junto a ti.
Gracias a ti.**

#Taurus60Years

taurus-home.es

La inspiración no conoce límites: la innovadora tecnología WindFree™ se hizo realidad

Afrontar el problema

Los climatizadores están diseñados para ofrecer confort en espacios interiores, ya sea en casa, en un centro comercial, en un hotel o en el apartamento en el que pasamos las vacaciones. Sin embargo, los climatizadores también han sido señalados por generar condiciones de climatización molestas, con ráfagas de aire frío en interiores. En Samsung, queríamos ayudar a resolver este problema con nuestra tecnología única e innovadora. Nuestro objetivo era ofrecer temperaturas constantes sin corrientes de aire directas sobre los usuarios ni puntos fríos desagradables.

El equipo de Samsung comenzó a experimentar con diversos enfoques innovadores. Sin embargo, el desarrollo de un sistema de climatización que no se base en fuertes corrientes para enfriar una habitación no es una tarea sencilla. Nos vimos obligados a replantear la manera en la que el dispositivo descargaba el aire y regulaba la potencia de la brisa. Examinamos numerosos tejidos para encontrar un método de dispersión del aire. Nuestro estudio concluyó que un sistema que incluyese cientos de orificios diminutos, de menos de 1 mm, y separados para permitir un ratio de apertura del 40% ofrecería una circulación óptima del aire. No obstante, existía una desventaja. Aunque un climatizador basado en un tejido con «microorificios» resultaría rentable y sería relativamente fácil de producir, la durabilidad sería un problema inevitable.

Entonces, recurrimos a otros materiales que nos permitirían continuar explorando posibilidades. A pesar de que los resultados eran prometedores, aún había que terminar de abordar la cuestión de la condensación del rocío, que se suele producir en climatizadores hechos con metal o plástico, cuyo diseño no permite que las corrientes frías fluyan sin encontrar ningún obstáculo.

Un descubrimiento inspirador, un origen sorprendente

En Samsung, nuestra filosofía consiste en crear innovaciones centradas en el ser humano para construir un mundo mejor, desde el teléfono que llevamos en el bolsillo hasta el aire que respiramos. También, supone la búsqueda de inspiración en otras innovaciones y categorías de productos existentes. Así es como dimos por casualidad con un origen inesperado que resultó ser todo un descubrimiento: los altavoces. Observamos que el diseño de los altavoces tiene unos «orificios para el aire» que suelen facilitar un



caudal de aire continuo, algo muy parecido a lo que estábamos investigando en nuestros estudios. Nuestro equipo concluyó que el problema de la condensación se resolvería con un climatizador robusto con un diseño similar que incorpore miles de orificios y permita que el aire fluya libremente.

Samsung introdujo la tecnología única WindFree™ en 2017. La tecnología WindFree™, como su nombre indica, mejora la comodidad en interiores gracias a sus miles de microorificios, que distribuyen el aire fresco de manera silenciosa y uniforme, sin corrientes molestas de aire frío. Con el modo WindFree™, el aire se dispersa suavemente desde el climatizador, creando un ambiente de «aire en calma»* que asegura el máximo bienestar, tanto de día como de noche. Para resolver el problema de la condensación, calculamos minuciosamente el ratio de apertura ideal del panel microperforado del sistema de enfriamiento WindFree™ con el fin de reducir la acumulación de rocío y garantizar un caudal de aire constante y homogénea, en «cortinas» uniformes.

Durante los últimos cinco años, hemos continuado desarrollando la tecnología y ampliando nuestra gama. Actualmente, nuestra tecnología WindFree™ está disponible en unidades para montaje en pared, Cassettes de 1 vía y Cassettes de 4 vías.

Funcionamiento en varios pasos: gran eficiencia y mayor comodidad

Además de su diseño eficiente, nuestra tecnología de enfriamiento WindFree™ ofrece un funcionamiento optimizado en varios pasos que permite que el climatizador enfríe una habitación de manera rápida y efectiva. Al activarse, el modo de enfriamiento rápido permite que los climatizadores enfríen la habitación rápidamente, de esquina a esquina. La tecnología de enfriamiento WindFree™ distribuye el aire de manera uniforme y mantiene una climatización ideal en interiores, con una fluctuación menor de la temperatura (véase la siguiente ilustración).

Más información sobre WindFree™ en
<https://www.samsung.com/windfree/>

*La ASHRAE (Sociedad Americana de Ingenieros de Calefacción, Refrigeración y Aire Acondicionado) define el «aire en calma» como corrientes de aire a velocidades inferiores a 0,15 m/s, por lo que no aparecen corrientes de aire frío.





SAMSUNG

WindFree™

Siente tu bienestar.

WindFree™ utiliza la tecnología de microperforación para enfriar el aire sin corrientes de aire frío*. La IA cambia el ambiente interior analizando el uso que haces de él y las condiciones de cualquier habitación de tu casa, ofreciéndote el ambiente interior perfecto para ser tú mismo.

samsung.com/windfree

*La Sociedad Americana de Ingenieros de Calefacción, Refrigeración y Aire Acondicionado (American Society of Heating, Refrigerating, and Air-Conditioning Engineers, ASHRAE) define el "aire estático" como corrientes de aire a velocidades inferiores a 0,15 m/s y sin ráfagas frías.





FOTO: BEURER (RIVER INTERNATIONAL)

PAE de belleza

LA TIENDA SE PONE GUAPA PARA EL VERANO

Con el verano a las puertas, el interés de los consumidores por el PAE de belleza se dispara. A todos nos gusta estar preparados para la llegada de los meses más calurosos y son muchos los clientes que aprovechan para comprar nuevos productos o reemplazar los que ya tienen. La tienda de electrodomésticos responde a esta demanda, dando el protagonismo que se merece esta familia de productos.

El universo del PAE de cuidado personal es realmente amplio. “La categoría del cuidado personal engloba infinidad de productos capaces de mejorar la salud y cuidar de las personas, la higiene y, por supuesto, la belleza, desde los cepillos dentales hasta el secado y cuidado del cabello, pasando por la depilación y afeitado, etc.”, afirma APPLIA España.

“El sector se ha mantenido, fundamentalmente, gracias al consumo nacional. Y más tarde, gracias al turismo, toda vez que se vio especialmente afectado ante su desplome, que empezó a recuperarse en 2021 de forma ostensible, con dos dígitos altos, próximos al 20%. Ya en 2022, esta categoría de productos se está normalizando con un dígito medio, después de la excepcionalidad del pasado año. También hay que considerar que, en 2020, en el pésimo año de la pandemia, el cuidado personal se derrumbó, por las lógicas razones de las circunstancias. En un contexto de gran incertidumbre e inestabilidad geopolítica y de nuevos hábitos, que afectará a la sensibilidad económica de los consumidores, 2022 seguirá siendo un buen año para el PAE de cuidado personal, a pesar del entorno”, indica la asociación.

Igualmente, Groupe SEB, propietaria de marcas como Rowenta, entre otras, anticipa que “el universo del cuidado personal podría cerrar el año con un crecimiento frente a 2021”, puesto que “así lo estamos viendo ya al inicio de 2022”. No obstante, advierte que el año pasado año se produjo cierto ajuste en el mercado. “En 2021, el universo de cuidado personal ha caído ligeramente, un 2%. Pero continúa siendo la segunda familia de PAE. El principal motivo es que el año 2020 supuso un ‘boom’ en algunas de las familias, como el cuidado masculino y las básculas de baño. Y este año, las ventas de estas familias han vuelto a los niveles de años anteriores, como 2019. El dato que más refuerza este argumento es que ‘Feminine Hair Care’, en su conjunto, ha cerrado el año con un crecimiento del 6%”, precisa la compañía.

En este sentido, Taurus Group recalca que “durante la pandemia, vimos un incremento en la compra de cortapelos, barberos y afeitadoras, ya que los usuarios se cortaban el pelo en casa”. Y estos números no eran fáciles de sostener. María José Barboza, Marketing & Communication Manager de Spectrum Brands, propietaria de marcas como Remington, por ejemplo, reconoce que en 2021 se apreció la contracción en la subcategoría de cortapelos, “mientras que el cuidado del cabello femenino floreció”, apunta. En cualquier caso, indica que “el mercado siguió creciendo de manera notable en 2021”, aunque lejos de los grandes incrementos registrados en el ejercicio previo, “cuando las ventas de productos de cuidado personal se dispararon en un periodo de tiempo muy corto”. Y se muestra optimista para este ejercicio. “Las expectativas son de crecimiento, siguiendo la tendencia de los últimos años”.

Oriol Ballarín, Product Manager de Cuidado Personal de B&B Trends, propietaria de la marca Ufesa, entre otras, también destaca el aumento del interés de los consumidores por los productos de cuidado perso-



FOTO: MEDISANA

nal, especialmente por los secadores y moldeadores, así como los productos de cuidado masculino. “Las últimas tendencias han ido muy ligadas a la situación excepcional que hemos vivido y, por ello, una de las categorías que más creció fue la de cortapelos y sets de arreglo con multiaccesorios. En productos femeninos, también ha crecido la demanda de rizadoros, planchas de pelo y moldeadores”, precisa. Aunque advierte que se detecta una “vuelta a la normalidad” en algunos productos, como los cortapelos, por ejemplo.

De igual modo, Meritxell González, directora de marketing y comunicación de River International, distribuidora de marcas como Beurer, cree que probablemente se vea “una ligera bajada en el consumo de cortapelos y barberos, debido a los efectos pospandemia y la vuelta a la normalidad”. Sin embargo, hace hincapié en que “hay

productos que siempre tendrán mercado, como las básculas de baño o los secadores, porque son los productos más usados”.

En una línea parecida, Núria Martínez, Marketing & Sales Assistant de Medisana, afirma que “todo vuelve a la normalidad”, por lo que considera que “la tendencia va a volver a ser la de antes de la pandemia”. También destaca el importante aumento que se registró en la venta de determinados productos durante esta situación. “Debido a la gran cantidad de gente en teletrabajo, hubo mucha necesidad de estos productos. Trabajar en casa provocó que la gente acumulase muchas más tensiones. Además, no había posibilidad de ir a fisioterapeutas, con lo que muchas personas optaron por adquirir un masajeador. Y otra familia que creció, lógicamente, fue el cuidado de la salud: pulsioxímetros, tensiómetros...”, puntualiza.

Asimismo, desde Sogo se percibe “un cierto aumento en las ventas y mucho interés en los productos de higiene, lo que nos hace creer que el consumidor se

FOTO: CECOTEC





FOTO: REMINGTON (SPECTRUM BRANDS)

ha educado forzosamente en la importancia de la higiene personal, en relación con la prevención del contagio de enfermedades, a raíz de lo vivido con la pandemia". De este modo, la compañía pronostica para 2022 "un aumento del interés y las ventas de productos de cuidado personal respecto al ejercicio anterior".

Por otro lado, Andrea Herrero, Marketing & E-commerce Manager de Prixton, recuerda el auge que experimentaron los productos de fitness, debido a la necesidad de realizar ejercicio en casa, "al no poder salir a la calle o ir a los gimnasios". Y considera que esta tendencia podría afianzarse. "La demanda que hay de productos para realizar deporte en casa ha venido para quedarse", declara.

Apuesta por la innovación

Como vemos, el PAE de belleza y cuidado personal goza de muy buena salud. Y una de las claves reside en el esfuerzo innovador que realizan los fabricantes,

con el fin de atender, e incluso anticiparse, a las demandas de sus usuarios. Éstas son algunas de las innovaciones que están llegando.

Secadores. El Product Manager de B&B Trends destaca el avance que supone el desarrollo de equipos con revestimiento cerámico con queratina, "que aportan suavidad y brillo extra al cabello, dando un aspecto más sano y un acabado profesional". Cecotec pone el acento en sus nuevos secadores iónicos con motor digital brushless de 1.800 W de potencia, "para que el secador sea más eficiente, potente, silencioso y ligero". Además, sus aparatos cuentan con tecnología 'Air Repair', "para hidratar el pelo mientras lo estas usando, mejorando el aspecto, ya que evita los daños producidos al aplicar calor en el cabello". La compañía explica que disponen de un control inteligente del calor con termostato, "que

mide la temperatura de aire y envía la información a un microprocesador para controlar de forma inteligente la temperatura", con el fin de prevenir posibles daños por el calor extremo no controlado. Asimismo, incluyen accesorios profesionales con unión magnética, "para que sea más fácil de cambiar". También incorporan un difusor para que los rizos queden más naturales y sin encrespamiento, así como la función 'Extreme Protect', "que cuida el cabello gracias a la temperatura oscilante automática".

Cristina Esandi, directora de marketing de Jata, explica que la compañía está "trabajando con tecnologías menos agresivas para el cabello, que lo respeten de manera directa con mayor eficiencia". Por ejemplo, algunos de sus secadores incorporan tecnología 'Tourmaline' o generación continua de iones, para un resultado más sano y natural.

Por su parte, Sogo destaca el desarrollo de "secadores de pelo con más velocidad, motores AC profesionales, modo 360° y displays digitales".

Y Taurus apuesta "por diseños compactos y plegables, ideales para ir de viaje, sin perder un ápice de potencia y efectividad". Además, el grupo resalta la eficiencia de los secadores Solac, "que ofrecen 2.000 W de potencia de secado con un consumo real de 1.800 W".

Planchas, cepillos, moldeadores y rizadores. Ballarín se detiene en los kits moldeadores 3 en 1 de Ufesa, "que permiten secar, dar volumen y moldear el cabello de forma fácil y con un mismo producto". Especifica que estos aparatos cuentan con concentrador, "para un secado más rápido"; cepillo térmico cerámico de 60 mm, "que aporta volumen"; y un cepillo cerámico, para el alisado del cabello.

Barboza expone las ventajas de la tecnología 'Style Adapt' de Remington. "Está diseñada para aprender, adaptar y personalizar la temperatura que necesita el pelo en cada momento", gracias a un microprocesador que mide varias veces por segundo la temperatura del cabello.

Cecotec realiza "el diseño 2 en 1 de plancha y tenacilla" de sus nuevas planchas, que ofrece "un uso versátil de este producto, permitiendo planchar y rizar el pelo con solo un producto y con acabados profesionales". La firma detalla que disponen de "revestimiento de titanio avanzado con acabado ultraliso, pensado para proporcionar un máximo deslizamiento y una mínima fricción en el cabello, reduciendo tirones, roturas del cabello durante su uso y previniendo las puntas abiertas". También destaca la incorporación de revestimiento de cerámica con queratina, aceite de argán e iones en sus cepillos alisadores, "logrando un deslizamiento mucho más suave, evitando la rotura de cabello y consiguiendo un acabado ultrabrillante y sin encrespamientos".

Además, habla de sus rizadores automáticos con motor digital brushless, revestimiento de cerámica con ajuste de temperatura y tiempo y pantalla LCD.

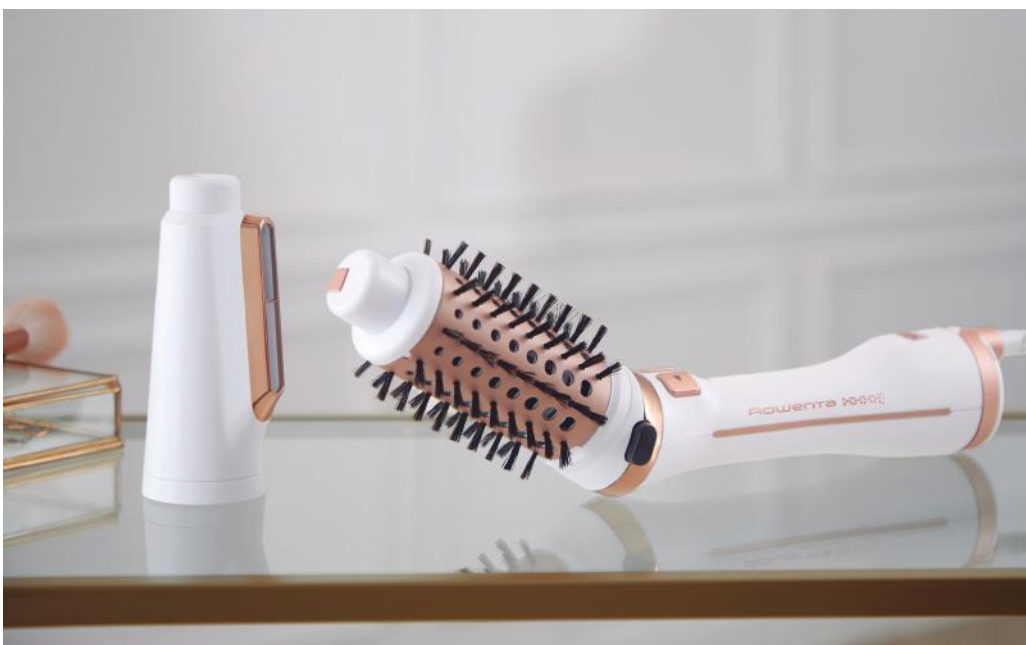


FOTO: ROWENTA (GROUPE SEB)



SOGO®

Human Technology



Freidoras de aire

Cocina una gran variedad de platos, saludables y sin aceite



SS-10465

FREIDORA DE AIRE + HORNO + DESHIDRATADOR + ROTISSERIE

1800W
MAX

POTENCIA

10L

CAPACIDAD

1-60
min.

TEMPORIZADOR

**65°C-
200°C**

RANGO
TEMPERATURA

8

FUNCIONES

360°

TECNOLOGÍA DE
CIRCULACIÓN
DE AIRE



SS-10825

FREIDORA DE AIRE CON CESTA DOBLE

1750W
MAX

POTENCIA

9L
(2x4.5L)

CAPACIDAD

1-60
min.

TEMPORIZADOR

**50°C-
200°C**

RANGO
TEMPERATURA

12

FUNCIONES

360°

TECNOLOGÍA DE
CIRCULACIÓN
DE AIRE



**PANEL DE
CONTROL TÁCTIL**



**SMART FINISH
& MATCH COOK**
FUNCIONES INTELIGENTES





FOTO: JATA

"Su motor los hace mucho más potentes, ligeros y silenciosos, lo que mejora tanto el uso como los acabados obtenidos. Además, incorporan un cilindro de cerámica avanzada que alcanza la temperatura de forma rápida y estable, evitando el sobrecalentamiento, ideal para crear rizos suaves respetando el cabello. Y su pantalla LCD de colores invertidos con indicadores muestra la temperatura deseada y el tiempo de rizado. También muestra la progresión de subida y bajada de temperatura. Además, dispone de aviso sonoro cuando el rizo está listo, cuando la temperatura deseada se ha alcanzado y cuando se enciende y se apaga", explica la firma.

Groupe SEB pone el foco sobre los cepillos de aire giratorios Rowenta, que secan, moldean, proporcionan cuerpo y volumen y dan brillo. Cuentan con tecnología de secado 'Careful Heat', cabezal concentrador, cabezal de moldeo y revestimiento cerámico de cuarzo con efecto antienredamiento. Además, su rotación permite moldear y secar el cabello a la vez.

Depilación. Las depiladoras de IPL son las que acaparan mayor atención e innovación. El Product Manager de B&B Trends destaca que sus nuevas fotodepiladoras se pueden usar en todo el cuerpo, incluso para el vello de zonas delicadas y la cara, gracias a la incorporación de accesorio de precisión de 3 cm² y un sensor de tono de piel. "Y todo ello, en tiempo récord ya que en solo 20 minutos el usuario puede realizar un tratamiento integral con el que podrá presumir de resultados visibles en unas 8-12 semanas tras la primera sesión", afirma. Cuentan con un nivel de energía de 2-4J/cm², longitud de onda de 540-1.100 nm, 5 niveles de intensidad y 300.000 pulsaciones de vida útil.

Cecotec también pone el foco en los avances de sus depiladoras IPL con lámpara de cuarzo de 120.000

disparos y sensor de detección de tono de piel. "Gracias al sistema de 5 posiciones de energía, se adapta a una amplia variedad de tipos de vellos y pieles. También cuenta con modo de disparo único y múltiple, para que usarla sea mucho más cómodo y rápido. Además, el sensor 'Intelligent skin' permite detectar el tono de piel y adecuar la posición de energía más adecuada para el tipo de piel donde se va a usar. Y el sensor de contacto de piel permite ver cuando está en la posición óptima para lanzar el pulso de luz, mientras que el sistema de seguridad integrado permite que no se lancen impulsos de forma accidental. Además, son aptas para usar tanto en el cuerpo, axilas, línea del bikini y rostro -excepto cejas-, sin necesidad de cambiar de cabezal o realizar cualquier otro esfuerzo. Y cuentan con cabezal extraíble para realizar un recambio de pulsos cuando éstos lleguen a su fin".

También hay innovación en la gama de depilación a la cera. Por ejemplo, Taurus Group destaca la capacidad de reutilización de la cera que ofrece Solac, gracias a la incorporación de un filtro.

Afeitado, arreglo de barba y cortapelos.

La directora de marketing de Jata indica que los avances en esta subcategoría se centran en "la precisión, mostrar el tiempo de uso con displays digitales, la eficacia en el corte y los diseños con materiales de larga duración". Mientras que Sogo hace hincapié en el desarrollo de equipos "con alta autonomía y resistentes al agua".

Taurus Group centra la atención en su gama de afeitadoras de 3 cabezales, "diseñadas con sistema de cabezales flotantes que se adaptan al contorno del rostro para obtener los mejores resultados en menos tiempo y con menos pasadas".

El responsable de B&B Trends destaca las innovaciones de sus sets de arreglo de la barba, que incorporan batería de litio de alta duración. "Ofrecen hasta 120 minutos de autonomía", asegura. Estos equipos cuentan con varios cabezales extraíbles y lavables: cabezal rotativo, cabezal mini afeitado y cabezal de precisión para retoque de patillas y contornos.

Igualmente, Groupe SEB recalca las bondades de sus equipos multiaccesorios '10 en 1', capaces de dar forma a la barba, rasurar el vello facial, cortar el cabello, mantener el cuerpo afeitado o eliminar pelos de nariz y orejas. Además, destaca el uso de cuchillas de acero inoxidable con revestimiento de titanio negro, su motor de alta velocidad (6.500 rpm) y su capacidad de carga mediante USB.

Cecotec se detiene en sus recortadores de barba multifunción, con batería de litio y 3 peines intercambiables. "Disponen de una batería recargable de litio de 500 mAh que ofrece 60 minutos de rendimiento constante después de una carga de 90 minutos", indica la compañía. Además, cuentan con cuchillas de acero inoxidable y sistema 'Click&Go', "el cual consigue que el proceso de sustituir la cuchilla sea rápido y sencillo". También habla de sus cortapelos con cable profesional de 3 metros de longitud, cuchillas con recubrimiento de titanio y motor de cobre, poniendo el acento en la versatilidad que ofrecen, gracias a sus 12 peines y su palanca de ajuste regulable.

Asimismo, la responsable de Spectrum Brands destaca la incorporación de "múltiples peines en forma de escalera" en sus kits de cuidado personal masculino. "Permite que cualquier usuario se pueda cortar el pelo y hacerse degradados, consiguiendo un acabado de peluquería sin salir de casa", comenta. Además, se detiene en la tecnología de sus máquinas rasuradoras con 5 cabezales de corte, "que acompañan el formato de la cabeza, permitiendo un corte apurado de 0,2 mm", puntualiza.

La apuesta de Dyson son sus nuevos moldeadores multifunción, que aprovechan el flujo del aire con efecto Coanda para crear peinados sin aplicar calor

FOTO: TAURUS



UNA VENTANA AL MUNDO DE LA SOSTENIBILIDAD



PROSOSTENIBLE

WWW.PROSOSTENIBLE.ES



Revista
Prosostenible



Prosostenible



Revista
Prosostenible



Prosostenible

¿CUÁLES SERÁN LOS PRODUCTOS TRIUNFADORES DEL VERANO?

Con la vista puesta en la inminente llegada del verano, nos detenemos en algunos de los productos que tendrán mayor protagonismo en estas fechas. Oriol Ballarín (B&B Trends-Ufesa) cree que las fotodepiladoras IPL estarán entre los aparatos más buscados, ya que "permiten conseguir cómodamente desde casa resultados de salón de belleza". También destaca los sets de arreglo de la barba y los moldeadores y rizadores.

María José Barboza (Spectrum Brands) considera que "los productos estrella de la campaña primavera-verano seguirán siendo las planchas y secadores de pelo, y más teniendo en cuenta que, con el fin de la pandemia, las personas empiezan a salir más de casa y a ir más a eventos".

Groupe SEB apuesta para este verano por "el cuidado facial y corporal, los cepillos de aire, las gamas de cuidado del cabello que ofrezcan cuidado y protección y las básculas conectadas". Igualmente, Cristina Esandi (Jata) confía en la gama de secado y cuidado del cabello y en las afeitadoras semiprofesionales.

En una línea similar, Cecotec destaca los productos de cuidado del cabello, como secadores, planchas, cepillos alisadores y rizadores, así como las afeitadoras y cortapelos, ya que "son productos con buena venta durante todo el año". También resalta el repunte que suelen ofrecer las depiladoras en primavera-verano.

Taurus Group señala que "los cortapelos y las afeitadoras son las grandes estrellas en esta época del año, así como los productos de depilación". Además, indica que es un momento propicio para los secadores de viaje. Sigo también pone el acento en la estacionalidad de las básculas y los secadores de viaje, "que cada año repiten protagonismo". Núria Martínez (Medisana) también hace hincapié en el habitual incremento de la venta en verano de productos como los masajeadores anticelulíticos y los tornos de manicura y pedicura.

Además, en la temporada de primavera-verano también se intensifica la práctica deportiva, con el fin de ponernos a punto. Meritxell González (River International) resalta el aumento de la venta en esta época de productos como las pistolas de masaje muscular. También adquieren presencia los productos conectados, como básculas y tensiómetros, por ejemplo, que permiten visualizar en una app diferentes datos de salud y su evolución. Asimismo, Andrea Herrero (Prixtion) cree que en esta campaña estival se intensificará la venta de cintas de correr, bicicletas estáticas y pistolas de masaje, "ya que actualmente son productos con alta demanda".

extremo. Además, sus moldeadores cilíndricos con punta giratoria permiten conseguir rizos y ondas de manera rápida y sencilla, sin producir daños por calor. Además, con los accesorios oportunos, se pueden transformar en un secador alisador.

Manicura y pedicura. La responsable de Medisana destaca algunas de las prestaciones de sus productos en esta gama, como el paro automático por motivos de seguridad cuando se ejerce demasiada presión, presente en todos sus tornos de manicura y pedicura. "Es una característica muy útil para personas diabéticas, ya que se evitan lesiones en los pies, que son muy costosas de curar en estos casos", explica.

FOTO: PRIXTION



Cecotec también desgana las características de sus sets de manicura y pedicura eléctrica con 7 cabezales intercambiables, 5 velocidades y 2 sentidos de giro, "para cortar, limar, dar forma, eliminar el exceso de cutículas y pulir las uñas". La firma especifica que estos sets incluyen "2 discos de zafiro, grueso y fino, para eliminar suciedades y trabajar las uñas con un grano grueso o fino para su total pulimento; y 4 fresas con diferente forma, para conseguir diferentes acabados: cilíndrica, cónica, redonda y en forma de aguja", así como un cono de fieltro, que "permite alisar y pulir el borde de la uña tras el limado y limpiar

"...el habitual incremento de la venta en verano de productos como los masajeadores anticelulíticos y los tornos de manicura y pedicura..."



su superficie para un acabado perfecto". Además, disponen de luz en la parte delantera del cuerpo principal e indicadores led del nivel de velocidad.

Cuidado facial. Groupe SEB destaca los masajeadores faciales reafirmantes Rowenta, para combatir los "cuatro signos de la edad": firmeza, resplandor, uniformidad en el tono de la piel y luminosidad. "Ofrece cuidado facial para todas las edades y todas las necesidades de la piel", indica la compañía. También pone el acento en sus equipos de peeling ultrasónico facial y su limpiador y masajeador facial eléctrico. El primero, ofrece una limpieza profunda, eliminando los puntos negros y los restos de grasa y contaminación que se fijan en el rostro. Además, hidrata la piel y ofrece un efecto alisador. El segundo, aporta un cuidado revitalizante 2 en 1, realizando una limpieza diaria suave de cara y cuello y cuidado nutritivo, gracias a sus vibraciones calmantes y a su tecnología de estimulación térmica, que proporciona a la piel los ingredientes activos de los cosméticos.

Martínez especifica que los cepillos faciales de Medisana "cuentan con diferentes accesorios para cada tipo de piel y necesidad, adaptándose tanto a hombres como a mujeres".

Por su parte, Esandi especifica que Jata ha incorporado a su catálogo un aparato de rejuvenecimiento facial con microcorrientes.

Masajeadores. Taurus Group destaca las bondades de los masajeadores de triple acción de Solac. "Reafirman la piel, la exfolian y activan la circulación sanguínea. E incluyen 5 cabezales para distintos tratamientos". También podemos incluir en esta subcategoría los hidromasajeadores de pies. La compañía habla de la nueva propuesta de Solac, un equipo plegable que "calienta el agua a la temperatura deseada para relajarse con un agradable masaje a base de burbujas, infrarrojos y vibraciones".

Por su parte, Ballarín detalla que los hidromasajeadores de pies Ufesa disponen de mando selector para burbujas, calor infrarrojo y calentamiento de agua, así como rodillos de masaje, para ejercer una mayor presión.

En esta familia recogemos también masajeadores y respaldos de masaje, productos señeros de Medisana. La compañía orienta su innovación en el desarro-

FOTO: MEDISANA



FOTO: UFESA (B&B TRENDS)



FOTO: SOGO



FOTO: SOLAC (TAURUS GROUP)

llo de una amplia variedad de modelos, "para cada momento y necesidad", afirma Martínez, como masajeadores de cuello, respaldos y sillas de masaje shiatsu o con vibración, etc. La firma también cuenta masajeadores anticelulíticos. "Se trata de una terapia que, con constancia, tiene unos resultados sorprendentes", afirma la responsable de Medisana.

Igualmente, Groupe SEB destaca la buena acogida que están teniendo los masajeadores corporales Rowenta, que suavizan la celulitis y reafirman la piel. Por su parte, la directora de marketing y comunicación de River International se detiene en las pistolas de masaje muscular de Beurer, destinadas a "relajar la musculatura y tendones después del ejercicio físico".

Básculas. Más allá de ofrecer el peso con la mayor precisión, la innovación en estos productos se orienta hacia el análisis corporal y la conectividad. Por ejemplo, Esandi señala que Jata está apostando por "analizadores corporales con bimpedancia", capaces de analizar y aportar información sobre la cantidad aproximada de masa muscular, densidad ósea, agua, grasa o índice de masa corporal.

Asimismo, Martínez apunta que "las básculas Medisana cada vez incorporan más funciones: análisis corporal, requerimiento calórico y conectividad WiFi o bluetooth para exportar los datos a la app y realizar seguimiento de la evolución".

Igualmente, Taurus dispone de básculas con conectividad bluetooth, permitiendo hacer seguimiento de los objetivos a través de una app móvil. "Identifica múltiples métricas corporales y almacena los datos de hasta 14 usuarios", apunta la compañía.

Cuidado dental. Tener una boca cuidada es fundamental, tanto por salud como por belleza. Los cepillos eléctricos son todo un clásico. Sogo destaca entre sus innovaciones la inclusión de diversos modos de limpieza y la incorporación de temporizador, por ejemplo. Taurus Group, por su parte, se detiene en los cepillos de dientes con tecnología sónica de Solac, que ofrecen han 30 días de autonomía. Además,

los irrigadores dentales han adquirido gran protagonismo en los últimos años. Por ejemplo, Solac cuenta con irrigadores con chorro de agua regulable para ofrecer 3 modos: normal, suave y masaje.

Asimismo, Cecotec dispone de irrigadores portátiles, con boquillas de 360° de giro y tecnología de modulación de pulsos. Ofrecen 8 ajustes de presión y disponen de 2 posiciones de uso normales, 1 de masaje y 1 personalizable, así como 6 boquillas: clásicas de uso general (2), antiplaca, periodontal, de ortodoncia y limpiador de lengua. Además, cuentan con pantalla led con información del nivel de batería y los modos de uso. Se cargan mediante USB y ofrecen una autonomía cercana a las 4 horas.

Fitness. Algunas de las novedades que incorporan los aparatos de fitness de

Cecotec -bicicletas estáticas e indoor, máquinas de remo, cintas de correr y andar y bicicletas elípticas- son las tecnologías 'MagnetSystem', "un sistema de resistencia magnética mediante imanes que proporcionan una sensación de pedaleo o remo fluido y natural"; 'SilenceFit', "un sistema para entrenar sin ruidos molestos"; o el sistema 'ComfortFit', con sillín ergonómico acolchado y manillar ajustable, detalla la empresa. Además, cuentan con monitor LCD con información, estructura compacta y plegable 'Folding System' y ruedas de transporte.

La responsable de Prixtion también hace hincapié en la importancia del diseño. "Lo ideal es que estos productos sean plegables, ocupen poco espacio y tengan una estética bonita y elegante, compatible con el hogar. Sin olvidar el confort, para tener una experiencia agradable en cada uso", declara. Además, sus equipos disponen de conexión bluetooth y altavoces, permitiendo oír y controlar la música mientras se hace ejercicio.

FOTO: CECOTEC



Spectrum Brands acuerda con TEMA Promotion dar continuidad a sus marcas

Spectrum Brands



Spectrum Brands cierra acuerdo con TEMA Promotion para dar continuidad y mejorar de la presencia de sus marcas REMINGTON, RUSSELL HOBBS y GEORGE FOREMAN en el Punto de Venta.

Spectrum Brands continúa apostando por las tiendas físicas como piedra angular del proyecto de desarrollo de sus marcas, y en este sentido ha apostado por establecer una nueva colaboración la TEMA Promotion.

Con este fin se celebró el 12 de mayo en Madrid una Formación Presencial que agrupó a los Delegados de punto de venta regionales de TEMA y parte del equipo de Ventas y Marketing de Spectrum Brands. La formación ha contado con la presencia del director general de Spectrum Brands España, Alejandro Revuelta quien ha querido dejar claro la necesidad de que esta nueva colaboración sea beneficiosa para las marcas, dado que la empresa sigue considerando el punto de venta física como crucial.

La experiencia ha sido fructífera en tanto que se han podido marcar claros objetivos de la empresa SPB en lo que refiere a la mejora continua esperada en lo que refiere a la experiencia de los consumidores finales en las tiendas con sus marcas. El feedback de la empresa TEMA de los nuevos desafíos y mejoras que deben ser tratadas en la actualidad ha enriquecido y despertado la necesidad de establecer y desarrollar nuevos mecanismos para seguir mejorando.

Carlos Moreno-Figueroa se incorpora al grupo SINERSIS

sinersis



SINERSIS Estrategias de Distribución S.A. ha incorporado a Carlos Moreno-Figueroa a su estructura central como director de Marketing Digital y Omnicanalidad y en calidad de adjunto a la dirección general.

Carlos Moreno-Figueroa es un profesional vinculado al sector desde hace tres décadas, habiendo trabajado con anterioridad en puestos gerenciales tanto en vertiente de la distribución como en el de la fabricación (LG, Electrolux y Thomson). Durante los últimos años, y hasta su incorporación a SINERSIS, ha desempeñado el cargo de secretario general de la Federación Española de Comerciantes de Electrodomésticos (FECE).

SINERSIS ha considerado que tanto su formación como su amplia experiencia en el ámbito de marketing y digital, serán de gran utilidad para alcanzar los objetivos marcados por la organización en los nuevos retos de digitalización y transformación que se presentan. Carlos Moreno-Figueroa cursó estudios de Marketing y Publicidad, es Máster en Dirección de Marketing y Marketing Digital y Posgrado en Dirección Estratégica, en Dirección Comercial y en Marketing Deportivo.

SINERSIS es referente en nuestro país en el modelo de tiendas de proximidad, liderando el sector de electrodomésticos, a través de más de 1.500 tiendas identificadas con las enseñas más relevantes del mercado: MILAR, TIEN21 y EURONICS.

ERP valora positivamente el desarrollo de la responsabilidad ampliada en la Ley de Residuos

European Recycling Platform

A Landbell Group Company

European Recycling Platform (ERP), único Sistema Colectivo de Responsabilidad Ampliada del Productor (SCRAP) de ámbito europeo que opera en España, valora de forma positiva la inclusión de nuevos flujos en la Ley de Residuos recientemente aprobada. Destaca también el importante impulso que la nueva ley supondrá en el desarrollo de la Responsabilidad Ampliada del Productor en nuestro país.



El pasado 31 de marzo, el parlamento español aprobó definitivamente la nueva Ley de Residuos y Suelos Contaminados que supone un importante impulso para el incremento de los flujos de residuos sujetos a responsabilidad ampliada del productor (RAP) en España.

La Ley 7/2022 de residuos y suelos contaminados para la economía circular entró en vigor tras su publicación el pasado 8 de abril.

La nueva legislación nacional, que ha revisado la regulación marco de la responsabilidad ampliada del productor en coherencia con la normativa comunitaria, marca nuevas responsabilidades para los productores de textiles, muebles y enseres, o plásticos de uso agrario, entre otras, deberán asumir la responsabilidad financiera o la financiera y organizativa de la gestión de sus residuos.

Estos nuevos flujos de residuos deberán tener una normativa de desarrollo específica de la responsabilidad ampliada del productor en el plazo de 3 años desde la entrada en vigor de esta nueva ley, lo que sitúa 2025 como fecha tope para desarrollar y aprobar estos nuevos reales decretos. Con el mismo plazo, la Ley abre la puerta a incluir también en la normativa de responsabilidad ampliada del productor a las cápsulas monodosis de café.

Acuerdo de colaboración entre MCRPRO y MOBOTIX

GRUPO MCR



MCRPRO, la división de soluciones profesionales de GRUPO MCR y el fabricante MOBOTIX, líder en soluciones inteligentes de video, han alcanzado un acuerdo de colaboración por el que el mayorista será distribuidor de sus soluciones en España.

En virtud de esta alianza, MCRPRO ofrecerá al canal las soluciones avanzadas de valor añadido de MOBOTIX para los diferentes verticales del mercado.

Como señala Francisco Javier Rodríguez, Presales Security Engineer de MCRPRO, "este acuerdo supone la entrada a nuestro portfolio de Seguridad Electrónica de uno de los fabricantes europeos de mayor calidad y expansión hacia la analítica embebida del mercado, propia y de terceros. Sus soluciones punteras y de valor diferencial encajan perfectamente con la especialización que requiere el mercado. De ahí nuestra apuesta por productos de alta gama demandados por entornos especializados que buscan unas prestaciones y servicios muy específicos".

MOBOTIX es una empresa global pionera que desarrolla soluciones inteligentes y fiables con una capacidad de ampliación prácticamente ilimitada y que garantizan la seguridad de la inversión a largo plazo.

Nueva unidad interior Haier Expert, líder en innovación

Haier

La nueva unidad interior Expert con tecnología UVC-Pro incrementa el confort a nuevos niveles.

Con un estiloso acabado en blanco mate y un contorno definido, Expert garantiza el confort en todo momento. La nueva Expert trabaja con altos niveles de eficiencia energética y está disponible en capacidades de 2,5kW, 3,5kW y 5,0kW.



La gama incluye por primera vez el nuevo módulo UVC Pro que genera plasma para ayudar en la esterilización, consiguiendo un ambiente más sano y limpio. El nuevo UVC Pro ha sido testado independientemente por Texcell en su capacidad de inhibir el SARS-CoV-2 en la unidad al 99,991% de efectividad. El UVC Pro también destaca por sus rápidos resultados y se comprobó que alcanzaba el 85.208% de efectividad en un espacio de 6,7m³ en tan solo 4 horas.

El Country Manager de Haier Climatización y Confort, Fidel Espiñeira, afirma: "la innovación está en el centro de lo que hacemos en Haier. Nuestras motivaciones clave son traer al mercado una tecnología puntera e investigación y desarrollo constantes, lo que nos permite entregar una experiencia más inteligente y saludable para nuestros instaladores y usuarios finales. La nueva gama de climatizadores Expert se nutre de este ethos para asegurar las condiciones climáticas ideales para el usuario."

Lanzamiento HTW nuevo termo Smart Plus

HTW
QUALITY COMFORT EVERYWHERE

GIA GROUP, referente en fabricación y comercialización de soluciones de climatización, aerotermia y ACS, presenta bajo su marca HTW el nuevo modelo de termo Smart Plus.

La serie de nuevos termos Smart Plus se ha lanzado con un gran abanico de capacidades desde 30L, 50L, 80L hasta 100L convirtiéndose en la mejor opción para cubrir cualquier necesidad de agua caliente sanitaria para todo tipo de viviendas.

Con unas prestaciones únicas en el mercado, convierten a esta gama en la alternativa perfecta para los consumidores, proporcionando el máximo confort térmico con el mínimo recurso energético. Con el termo Smart Plus se consigue un ahorro de hasta un 52% en el consumo eléctrico gracias a su función Smart. Un termo inteligente que aprende los hábitos de consumo y adapta la temperatura a los patrones de uso y en función de éstos realizan un ajuste continuo para funcionar de la forma más eficiente, bajando la temperatura al mínimo cuando no se utiliza y así ofrecer el máximo ahorro sin afectar a la comodidad y bienestar del usuario más exigente.



La nueva gama Smart Plus lleva la conectividad WIFI de serie, por lo que se puede acceder al control de todas las funciones del termo remotamente desde un Smartphone o Tablet, que pasan a convertirse en el mando a distancia. No obstante, también ofrece un método más clásico de control in situ por medio de un display táctil digital.

Una cocina más creativa con la Generación 7000 de Miele

Miele

En los últimos años, la cocina se ha convertido en un lugar especial donde explorar y jugar con la creatividad porque permite estimular la mayoría de los sentidos. Un rincón donde experimentar con las formas, los olores, los sabores y las sensaciones.



Consciente de ello, Miele quiere elevar al máximo nivel esa creatividad en la cocina, y para ello ha desarrollado una gama de electrodomésticos con una tecnología revolucionaria e intuitiva que se adapta a cada consumidor para que puedan centrarse en lo importante: innovar y descubrir una cocina diferente seguros de que conseguirán los mejores resultados.

Los hornos a vapor combinado de Miele presentan la mayor versatilidad de la gama de cocción de la Generación 7000. Gracias a la ingeniosa combinación de horno multifunción y horno de vapor de alta tecnología, es posible cocinar al vapor, asar al grill u hornear utilizando un solo aparato, siempre con resultados perfectos. Destaca la función Mix&Match, exclusiva de la marca, con la que se puede cocinar o calentar distintos alimentos juntos en menos de media hora, o la tecnología DualSteam que permite un control de la temperatura, distribuyendo de forma homogénea el vapor para conservar los nutrientes, vitaminas y sabores de los alimentos, y permiten un control preciso de la temperatura.

Por su parte, los hornos multifunción de la generación 7000 de Miele destacan por ofrecer los resultados más precisos ante cualquier tipo de cocción, especialmente gracias al sistema TasteControl que impide que los alimentos se cocinen en exceso. Incorporan una sonda térmica inalámbrica que garantiza que los alimentos se preparen a la temperatura interior deseada para después apagarse de forma automática.

Taurus lanza su primer purificador de aire inteligente con ionizador y wifi

taurus

Para Taurus es imprescindible mantener el ambiente limpio para limpiar y desodorizar el hogar, oficinas o espacio comerciales, así como para combatir algunos problemas como son las alergias, por ello ha lanzado al mercado el purificador de aire inteligente con ionizador y wifi, High Landscapes Connect Pro.

High Landscapes Connect Pro cuenta con un potente motor DC, sistema de filtraje con HEPA13, carbón activo y antibacteriano, más un efectivo ionizador que permiten acabar con el 99,9% de virus, bacterias, alérgenos, ácaros y otras partículas o contaminantes del ambiente con una elevada tasa de entrega de aire limpio de 600 m³/h.

Y, para un uso inteligente, Taurus permite controlarlo y automatizar su funcionamiento desde un smartphone con la aplicación de Taurus Connect. Así, el usuario puede conocer el estado de su aparato, la temperatura, humedad o calidad del aire de su hogar o estancia, a través de los sensores del purificador, controlarlo mediante voz y programarlo, entre otras acciones. Además, es compatible con controladores por voz como Alexa o Google Home.

Los sensores de High Landscape Connect Pro indican el nivel de contaminación del aire a través de cuatro colores de forma que el usuario puede saber en todo momento si su ambiente cuenta con un nivel de purificación excelente, bueno, mediano o pobre.

Nuevas tostadoras y hervidores estilo vintage de Cecotec



La compañía valenciana Cecotec, que ha democratizado la tecnología del hogar con una ambiciosa estrategia comercial multiproducto (aspiración, cocina, lavadoras, lavavajillas, cuidado personal, descanso, fitness, movilidad eléctrica y bricolaje doméstico), sigue ampliando su gama de cocina con la nueva línea de tostadoras verticales y hervidores vintage.

La tostadora Vintage 800 está disponible en cuatro colores; azul claro, verde claro, amarillo claro y beig. Es una tostadora vertical de doble ranura extra ancha de 3,8 cm, que permite introducir distintos tipos de panes de diferente grosor, con capacidad para dos tostadas y 850 W de potencia máxima.

Cuenta con un diseño de acero inoxidable lacado en color, con detalles en cromado, perfecto para dar un toque de estilo retro a la cocina. Dispone de tres funciones preconfiguradas: recalentar, descongelar y cancelar en el momento y seis niveles de tostado del pan.



Además, tiene función extra elevación para retirar fácilmente el pan, especialmente útil con los trozos más pequeño, bandeja recogemigas de fácil extracción para una limpieza rápida y sencilla, luz indicadora de funcionamiento, sistema de autocentrado para conseguir un tostado totalmente uniforme por las dos caras y base antideslizante y hueco recogecables.

Los hervidores de agua eléctricos, Thermosense 420 Vintage, también de estilo retro y a juego con las tostadoras, tienen 1,8 litros de capacidad y 2.200 W para una ebullición sin esperas. Disponen de medidor de temperatura integrado que permite ver en todo momento a qué temperatura se encuentra el agua, té o infusión, un diseño elegante de acero inoxidable disponible en cuatro colores, base con giro 360° que permite el uso tanto a diestros como a zurdos, sistema de seguridad que se apaga automáticamente cuando el agua hierve de acero inoxidable resistente a la corrosión, duradero, saludable y seguro sin BPA y luz indicadora de funcionamiento.



AquaThermica

**HASTA UN 75%
DE AHORRO
ENERGÉTICO**

Bombas de calor de
aeroterminia para producción
de agua caliente sanitaria

- Funcionamiento silencioso
- Diseño exclusivo
- Posibilidad de conexión a otras fuentes de energía
- Energía renovable



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

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



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

Inspirado en la naturaleza, impulsado por la luz.


HARVESTfresh™



Sistema que imita la luz del sol durante su ciclo diario de 24 horas. Así, se consigue prolongar la vida de los nutrientes y vitaminas para poder disfrutar de un estilo de vida más saludable*.

* Testado por Intertek. Basado en mediciones de vitamina C y vitamina A en tomate, pimiento verde, zanahoria, espinaca y apio expuestos directamente a la tecnología de luz en comparación con las mediciones del día 0 durante un período de 5 días.

beko.com

beko
Live like a Pro