

PROTIENDAS

LA REVISTA DE PROVEEDORES Y TIENDAS DE ELECTRODOMÉSTICOS, ELECTRÓNICA, IMAGEN Y SONIDO



cecotec

La nueva gama de herramientas
para convertirte en el manitas definitivo.

Explora la nueva gama de herramientas Cecotec, con soluciones potentes y precisas para hacer realidad cada proyecto. Y descubre Nexus Power 21 V, la batería para unir las a todas.



Todo lo último en herramientas,
una sola marca.

¿Quieres ser nuestro distribuidor?
partners@cecotec.es



Nº 103 / 2025

VIRGINIA BOTEY

Directora de marketing,
comunicación y
sostenibilidad de
Eurofred

AIRE ACONDICIONADO Y TRATAMIENTO DEL AIRE

Un equipamiento cada vez más
necesario y versátil

PAE DE CUIDADO PERSONAL

La salud es lo primero...
pero sin olvidar la belleza

La confianza se gana día a día



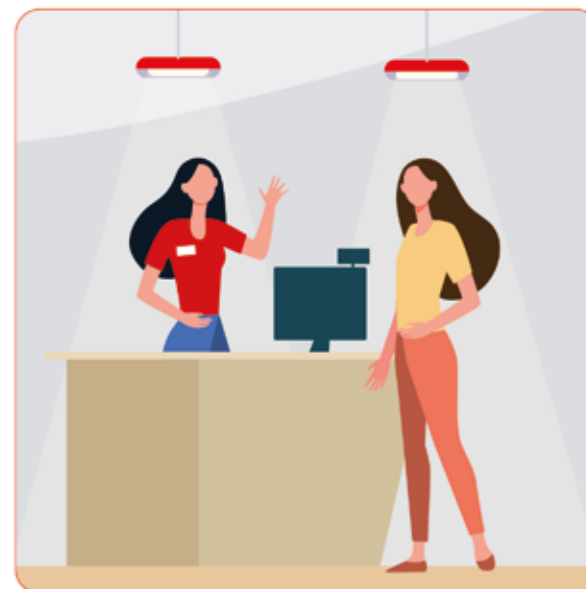
En Cenor nuestros clientes nunca son ni números, ni tickets. Son Jose María, Adela, Raquel o Rodrigo. Al igual que nosotros somos Manuel, Marcos, Isabel... Los chicos de la tienda de Cenor, la que está cerca de casa.

**Son nuestros clientes y, también,
son nuestros vecinos.**



En Cenor sabemos lo difícil que es satisfacer las expectativas de un cliente y también lo fácil que es perderlo. Por eso estamos siempre, al lado de nuestros clientes, ayudándoles en todo y resolviendo sus dudas día a día.

¡Somos la tienda de barrio de toda la vida!



Siempre escuchamos a nuestros clientes para recomendarles lo que mejor se adapte a sus necesidades y al mejor precio.

Atendemos a nuestros clientes como nos gustaría que nos atendieran a nosotros.



VERSIÓN DIGITAL

STAFF

Editora / Directora:

Pilar Romero

Redactora:

Laura García

Redactor / Colaborador:

David Ramos

Administración:

Alicia Écija

Departamento Digital:

Andrea Sánchez e Iria Rey

Maquetación:

Marisol Navalón y Rocío Pinazo

Departamento Comercial:

Carmen Sánchez y Paloma Elices

Soporte Informático:

Dimanet Informática

Impresión y Fotomecánica:

Agrupación Impresión

Calle Costanilla de San Andrés, 4

Local 3 SQ. Calle Alamillo

28005 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.revistaprotiendas.com

contacto@editorialprotiendas.es

SUMARIO



06

VIRGINIA BOTEY

DIR. DE MARKETING, COMUNICACIÓN Y SOSTENIBILIDAD DE EUFRED



14

ACTUALIDAD

MOBILE WORLD CONGRESS



16

AIRE ACONDICIONADO Y TRATAMIENTO DEL AIRE



38

PAE DE CUIDADO PERSONAL

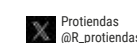
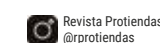
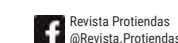
04 - 33 - 46 PRODUCTOS QUE DAN NEGOCIO

¡Somos la tienda de barrio, tu tienda de confianza!

cenor.es



pro
tiendas
editorial



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.

PRODUCTO QUE DA NEGOCIO

Un aire fresco para este verano con los ventiladores de Jata

De pie, de suelo, de sobremesa, de pared o de techo. En Jata encontrarás una amplia gama para conseguir crear ambientes agradables



Cuando el calor comienza a notarse en hogares u oficinas, los ventiladores se convierten en la opción preferida para conseguir un ambiente fresco y agradable, y olvidarse de las altas temperaturas que registran los termómetros en el exterior.

Los ventiladores son una gran elección ya que los podrás adaptar al lugar que más necesites. Además, son muy eficientes y consiguen refrescar una estancia de forma rápida, son muy fáciles de utilizar y se instalan de forma sencilla. Además, su consumo es bajo para que puedas utilizarlos siempre que te hagan falta, sin temor a que la factura de la luz aumente de forma considerable.

Del amplio abanico con el Jata cuenta en su catálogo, se podría destacar su ventilador JVVP3051, un ventilador multifunción muy versátil, 5 en 1, que lo podrás usar como un ventilador de pie, sobremesa, suelo, pared y techo. Además, cuenta con batería recargable para que lo puedas usar allí donde necesites, aunque no haya cerca una toma

de corriente teniendo una autonomía de hasta 40 horas. Si bien, también lo podrás usar enchufándolo a la red eléctrica. Tiene hasta 5 velocidades distintas llegando a arrojar un caudal de aire de 2592,6 m³/h. Su mando a distancia te permitirá encenderlo, apagarlo y elegir la temperatura de forma cómoda. Y podrás dirigir el aire hacia donde quieras con su función oscilante.

Y los que también se han convertido en una opción muy popular para lograr un ambiente confortable en los días de calor son los ventiladores de techo. Además de mejorar la circulación del aire y conseguir refrescar las estancias, son energéticamente eficientes y también estéticamente atractivos. Aunque se suele recurrir a ellos en verano, los ventiladores de techo incluyen también la opción 'Reverse' que hace girar las aspas en sentido contrario, de forma que el aire caliente que se acumula en el techo baja y se distribuye por toda la habitación, pudiéndolo usar durante todo el año. Y, además, también llevan luz para iluminar las zonas en las que están colocados y se pueden accionar cómodamente a través de sus mandos a distancia. Es el caso del JVTE4232, JVTE4250 o JVTE4240 que serán tus aliados perfectos para los días donde el termómetro registra temperaturas muy altas.

Ya no hay excusa para pasar calor en hogares y oficinas. Estos ventiladores te ayudarán a crear ambientes agradables y frescos.



Revistas Pro fesionales.

INFORMACIÓN DE CALIDAD

PROARQUITECTURA

Actualidad de arquitectura y materiales de construcción

- Análisis de proyectos de edificación
- Diálogo con arquitectos
- Reportajes de materiales de construcción

WWW.PROARQUITECTURA.ES

HOSTELPRO

Últimas tendencias del sector hotelero y restauración

- Estudio de proyectos hoteleros y de restauración
- Entrevistas a directores y responsables de compras
- Artículos en profundidad sobre equipamiento hotelero

WWW.REVISTAHOSTELPRO.COM

PROTIENDAS

Innovación en electrodomésticos, imagen y sonido

- Inmersión en los principales Sectores (Gamas Blanca, Marrón y PAE)
- Entrevistas a Fabricantes y Distribuidores
- Reportajes sobre Distribución de Electrodomésticos

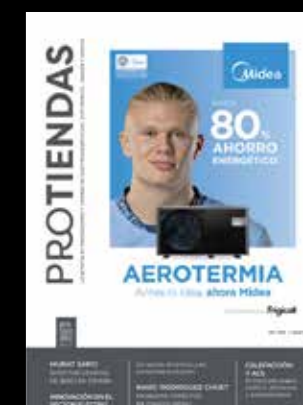
WWW.REVISTAPROTIENDAS.COM

PROSOSTENIBLE

Todo lo que necesitas saber relacionado con la sostenibilidad

- Análisis de interés sobre sectores que apuestan por ser sostenibles
- Entrevistas a profesionales implicados
- Tribunas de opinión de agentes sociales, económicos o políticos
- Artículos de empresa sobre proyectos y acciones

WWW.PROSOSTENIBLE.ES





EUROFRED
being efficient

Virginia Botey

DIRECTORA DE MARKETING, COMUNICACIÓN Y SOSTENIBILIDAD DE EUROFRED

Virginia Botey, directora de Marketing, Comunicación y Sostenibilidad de Eurofred, nos habla sobre la evolución de la compañía, su apuesta por la innovación y el compromiso con la sostenibilidad. Con más de 50 años de experiencia, Eurofred se ha consolidado como un referente en soluciones de climatización, refrigeración y eficiencia energética, adaptándose a las nuevas demandas del mercado y liderando iniciativas para reducir la huella de carbono. En esta entrevista, exploramos los hitos clave de la empresa, sus soluciones más innovadoras y el papel de la tecnología en el futuro del sector.



Eurofred lleva años en el mercado de la climatización. ¿Cómo ha evolucionado la empresa desde sus inicios y cuáles han sido sus hitos más importantes?

Eurofred cuenta con más de 50 años de experiencia de trayectoria, proporcionando soluciones integrales en confort térmico. Actualmente, contamos con sedes en España, Portugal, Italia y Chile y formamos parte del Grupo Eurofred, que cuenta con 12 empresas especializadas en los

sectores de la climatización, refrigeración y los servicios, dando respuesta a clientes en más de 50 países.

Nuestra trayectoria ha estado marcada por la innovación constante. Fuimos pioneros en la introducción del mando a distancia para el control del aire acondicionado con Fujitsu y, posteriormente, lanzamos nuestra propia marca, Daitsu, enfocada en ofrecer sistemas de calidad con un equilibrio entre sostenibilidad y precio accesible.

En lo referente a nuestros hitos más recientes, puedo destacar la creación de Eurofred Academy, la primera experiencia formativa para profesionales de nuestro sector. Seguimos avanzando en este camino y el año pasado lanzamos la plataforma e-learning de Eurofred Academy, que ofrece formación continua y adaptada para mejorar las competencias comerciales y técnicas. En Eurofred estamos orgullosos de poder fomentar la educación profesional y compartir nuestro conocimiento en tecnología de vanguardia y mercado, ayudando a profesionales y empresas impulsar sus negocios.

La empresa trabaja con aire acondicionado, calefacción y refrigeración. ¿Cuáles son las líneas de productos más innovadoras y cómo responden a las necesidades del mercado actual?

Desarrollamos nuestro portfolio en base a las tendencias y demandas reales del mercado. Escuchamos las necesidades de profesionales y consumidores para ofrecer soluciones integrales dirigidas al confort térmico, la producción de agua caliente sanitaria, soluciones para la reforma y electrificación de instalaciones, para la sustitución de calderas y para la optimización de la eficiencia energética, como sistemas multitarea, split y multisplit, sistemas híbridos, ae-





rotermia y climatización centralizada, entre otras.

Concretamente a nivel residencial, hemos identificado el creciente interés por las gamas con máxima eficiencia A+++, sistemas centralizados y equipos que integran la conectividad.

Asimismo, también debo destacar los equipos con bombas de calor aerotérmicas, que aportan confort y sosteni-

bilidad. Ofrece aire acondicionado, calefacción y agua caliente sanitaria todo el año con un mínimo consumo energético. Es más, al hibridarse a una fuente renovable, como la fotovoltaica, puede reducir al mínimo su consumo y contribuye significativamente a la reducción de la huella de carbono del edificio. Con Daitsu ofrecemos uno de los portafolios de aerotermia más amplios del mercado, aportando versatilidad y eficiencia en cualquier tipo de proyecto.

¿Cómo garantizan que sus equipos sean energéticamente eficientes y qué certificaciones respaldan su desempeño?

Para garantizar que nuestros equipos cumplan con los más altos estándares, utilizamos componentes de última generación, como compresores, válvulas de expansión y motores de ventilación, que están diseñados para optimizar el consumo energético. Estos componentes no solo están certificados, sino que también cumplen con normativas internacionales de eficiencia energética.

Además, todos nuestros productos finales están diseñados para adaptarse a las normas de Diseño Ecológico (ErP), lo que se refleja en nuestro etiquetado energético. Este compromiso con la eficiencia se complementa con la incorporación de sistemas de control avanzados, como termostatos inteligentes, que permiten un control más preciso de la temperatura y los tiempos de funcionamiento. Estas soluciones no solo mejoran el rendimiento de los equipos, sino que también contribuyen a reducir el impacto ambiental y los costes operativos para nuestros clientes.

Eurofred promueve la sostenibilidad. ¿Qué iniciativas han implementado en materia de reducción de huella de carbono y uso de gases refrigerantes ecológicos?



ECOLEC
WASTE HUB

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

#ConectadosPorElReciclajeResponsable

ECOLEC
BATERÍAS

ECOLEC
FUNDACIÓN

ECOLEC
ENVASES

Desde nuestra fundación en 1966, la sostenibilidad ha formado parte del ADN de la compañía y actualmente es un eje central en nuestra estrategia corporativa. En nuestros proyectos y decisiones integramos criterios ESG (siglas en inglés de Ambiental, Social y Gobernanza) para lograr tener un impacto positivo en los territorios donde operamos.

A nivel medioambiental, seguimos trabajando para reducir nuestra huella de carbono en todos los países donde operamos. Actualmente hemos logrado compensar en alcance 1 y 2 hasta el último año en España, Francia y Chile, y en Portugal e Italia, hasta 2036 y 2039 respectivamente.

En este camino, me gustaría destacar cómo hemos reducido significativamente la cantidad de embalajes en nuestros productos, optimizando los procesos logísticos para minimizar residuos. Además, también hemos ampliado nuestro portafolio con gamas más eficientes que utilizan gases refrigerantes naturales, como el R744 (dióxido de carbono) y el R290 (propano), que tienen un impacto ambiental mucho menor comparado con los gases tradicionales.

Por último, en lo referente a nuestras instalaciones, utilizamos energía procedente de



fuentes renovables y transicionamos nuestra flota de vehículos hacia modelos híbridos, más respetuosos con el medioambiente. Asimismo, impulsamos campañas de reforestación en los países donde operamos, contribuyendo a la absorción de CO₂ y promoviendo la conservación de los ecosistemas locales. Estas acciones reflejan nuestro compromiso con un futuro más sostenible y responsable.

¿Cómo trabajan para garantizar que los clientes reciban un buen servicio de mantenimiento y asistencia técnica?

En Eurofred, entendemos que un producto de calidad debe ir acompañado de un servicio excepcional. Por ello, contamos con un área de Customer Experience que evalúa de manera continua el acompañamiento y el servicio que ofrecemos a nuestros clientes. Este enfoque nos permite identificar áreas de mejora e implementar soluciones que aseguren la máxima calidad y satisfacción.

Además, ante cualquier incidencia con uno de nuestros equipos, disponemos de asistencia telefónica y de una amplia



y capacitada red de Servicio de Asistencia Técnica (SAT), que actúa en el menor tiempo posible. Nuestro objetivo último es brindar una experiencia integral donde el cliente se sienta respaldado en todo momento, desde la adquisición del producto hasta su mantenimiento y soporte técnico.

¿Cuál es el modelo de distribución de Eurofred y cómo aseguran la disponibilidad de sus productos en diferentes mercados?

Nuestro modelo de distribución busca asegurar la disponibilidad de producto en todo el territorio nacional y entregarlo en el tiempo acordado. Trabajamos conjuntamente con distribuidores y retailers de todo el país para que nuestras soluciones lleguen a profesionales y consumidores, anticipando tendencias del consumidor, necesidades del mercado y la situación sociopolítica global para garantizar el stock.

Para ello, contamos con un gran centro logístico en Vila-rodona (Tarragona), que opera como eje central para la distribución en toda la península Ibérica. Este centro está en una ubicación es-

tratégica para la recepción y envío de stock, lo que nos permite ajustarnos a los tiempos de entrega requeridos por nuestros clientes, asegurando que nuestros equipos estén disponibles cuándo y dónde se necesiten. Esta infraestructura, combinada con una planificación estratégica y la coordinación

interna de todos los equipos involucrados, nos permite mantener un alto nivel de servicio y satisfacción.

¿Cuáles son los principales sectores que demandan sus soluciones y cómo han cambiado sus necesidades en los últimos años?



Nuestras soluciones de calefacción, climatización, agua caliente sanitaria y ventilación se plantean y se proyectan multisectorialmente. Es decir, nuestras soluciones pueden ser demandadas por cualquier aplicación que requiera cubrir necesidades de confort térmico, salubridad, calidad del aire interior y ahorro de energía.

Por ello, en Eurofred no solo nos enfocamos a la distribución de soluciones de climatización, sino que ofrecemos un acompañamiento integral que incluye el desarrollo de proyectos para brindar soluciones a medida a aquellos proyectos del sector residencial, terciario o industrial que requieran de instalaciones adaptadas.

¿Qué papel juegan las nuevas tecnologías en el desarrollo de sus productos? ¿Cómo integran IoT y otras soluciones digitales en sus equipos?

Sin duda, las nuevas tecnologías han traído una nueva generación de sistemas de climatización. La integración de la conectividad, por ejemplo, ha permitido desarrollar funcionalidades que eran imposibles hace unos pocos años en cuanto a la gestión de los propios equipos, monitorización del consumo y automatización del rendimiento. Un



progreso que repercute directamente en una mejor sensación de bienestar por parte del consumidor, más comodidad en el control y mantenimiento de los equipos y una mayor eficiencia y ahorro en el consumo.

En nuestro portfolio contamos con gamas, como la Artic Plus de Daitsu o la Serie KG de Fujitsu, que destacan por

su conectividad. Contar con tecnología IoT entre sus prestaciones la posiciona como una solución perfecta para aquellos hogares y comercios más exigentes en confort y eficiencia.

Esta tecnología permite controlar y monitorizar los sistemas en remoto, optimizando el consumo energético y maximizando el confort. Con ello,



el profesional también puede realizar mantenimientos predictivos, anticipándonos a posibles incidencias y garantizando un funcionamiento óptimo de las instalaciones. Estas soluciones digitales no solo mejoran la experiencia del usuario, sino que también contribuyen a la eficiencia energética y a la reducción de costes operativos.

En un mercado con tantos actores, ¿cuál considera que es el valor diferencial de Eurofred frente a la competencia?

Es cierto que el sector de la climatización cuenta con más actores, sin embargo, mantenernos fieles a nuestra esencia es lo que nos permite mantenernos como referentes.

En Eurofred tratamos de aportar un valor diferencial con tres pilares fundamentales: experiencia, innovación y cercanía. Con más 50 años en el sector de la climatización, contamos con un profundo conocimiento de las necesidades de nuestros clientes, lo que nos permite ofrecer soluciones a medida y de alta calidad.

En cuanto a soluciones, seguimos apostando por ofrecer un portfolio de marcas con posicionamientos claramente diferenciados y soluciones que se adaptan a las necesidades de distintos tipos de consumidores y proyectos. Así, nuestros clientes pueden disponer de un portfolio óptimo, con una marca premium como Fujitsu, que les aporta tráfico, notoriedad y altos estándares de calidad, y una marca versátil como Daitsu, que cuenta con una gama amplia y competitiva de soluciones de climatización y aerotermia de altas prestaciones.

¿Cuáles son las tendencias que marcarán el futuro del sector de la climatización y cómo se está preparando Eurofred para afrontarlas?

El futuro del sector de la climatización estará marcado por la digitalización y la sostenibilidad. La inteligencia artificial, los termostatos inteligentes y los sistemas IoT serán clave para ofrecer soluciones que respondan de forma más eficiente a las necesidades de los usuarios, anticipando sus hábitos y patrones de uso y adaptándose a las condiciones climatológicas exteriores.



Otra tendencia importante será la hibridación de sistemas, donde la climatización se integra con otras fuentes de energía renovable, como la solar térmica o fotovoltaica para crear redes eléctricas inteligentes y más eficientes. En Eurofred, estamos preparados para afrontar estos retos desarrollando equipos con refrigerantes naturales de bajo PCG, que son respetuosos con el medio

ambiente, y ofreciendo soluciones de gestión remota que permitan mantenimientos predictivos y una mayor fiabilidad de las instalaciones.

Nuestra visión es clara: liderar la transición hacia un futuro de la climatización más sostenible y eficiente, donde la tecnología y la innovación estén al servicio del confort y el bienestar de las personas.



Mobile World Congress 2025



Un vistazo al futuro de la tecnología móvil

El Mobile World Congress (MWC) 2025, celebrado en Barcelona, presentó las últimas innovaciones en conectividad 5G, inteligencia artificial, realidad aumentada y dispositivos flexibles. El evento destacó también la sostenibilidad y eficiencia energética, marcando tendencias clave que transformarán la tecnología móvil y definirán la próxima generación de dispositivos y servicios, con un enfoque en el futuro interconectado.

El Mobile World Congress (MWC) 2025, celebrado del 3 al 6 de marzo en Barcelona, ha sido un escaparate para las últimas innovaciones tecnológicas en el ámbito de la telefonía móvil y más allá. Este evento anual es considerado uno de los más importantes en la industria, donde convergen las empresas más influyentes del mundo para presentar avances que transformarán nuestra forma de vivir, trabajar y comunicarnos. En esta edición, se abordaron desde la conectividad 5G y los avances en inteligencia artificial hasta el desarrollo de dispositivos más sostenibles y las innovaciones en el campo de la realidad aumentada.

5G y 6G: La evolución de las redes de comunicaciones

Uno de los ejes centrales de esta edición del MWC fue la evolución de las redes de telecomunicaciones, con un enfoque particular en el 5G. Aunque la tecnología 5G ya está desplegada en varios países, su desarrollo sigue siendo una de las áreas más apasionantes, ya que promete redefinir la velocidad, la latencia y la capacidad de conectar dispositivos.

El 5G está permitiendo una conexión más rápida y estable, pero más allá de eso, se han presentado nuevas soluciones para maximizar su potencial, como el uso de inteligencia artificial para optimizar el flujo de datos y la implementación de nuevas arquitecturas de red. Sin embargo, más allá del 5G, el MWC 2025 ofreció un adelanto de lo que será la conectividad del futuro: el 6G. Con un rendimiento teóricamente superior a 1 terabit por segundo y capacidades que permitirán la interacción en tiempo real de miles de dispositivos simultáneamente, el 6G tiene el potencial de cambiar no solo la telefonía móvil, sino industrias enteras como la automotriz, la salud y la educación.

Inteligencia Artificial: Potenciando la experiencia del usuario

La inteligencia artificial (IA) continúa ganando terreno como la tecnología clave en la evolución de los dispositivos móviles. En el MWC 2025, la IA no solo estuvo presente como un complemento de software, sino como un motor esencial que impulsa el funcionamiento de los nuevos dispositivos. En este sentido, el aprendizaje automático y las redes neuronales se están integrando cada vez más en smartphones, relojes inteligentes, auriculares y otros dispositivos portátiles, permitiendo una experiencia más intuitiva y personalizada.

Además, los asistentes virtuales, por ejemplo, están avanzando hacia un nivel de interacción más natural, capaz de comprender el contexto y las emociones del usuario, brindando respuestas más precisas y eficaces. Las cámaras de los dispositivos móviles también están aprovechando la IA para mejorar la calidad de las imágenes de manera automática, adaptándose a condiciones de luz complejas y optimizando el encuadre. Estos avances están diseñando un panorama donde los dispositivos móviles no solo responden a comandos, sino que "entienden" lo que el usuario necesita, incluso anticipándose a sus deseos.

Realidad Aumentada y Virtual: Creando nuevas dimensiones

Otra de las áreas que acaparó la atención en el MWC 2025 fue la realidad aumentada (AR) y la realidad virtual (VR), tecnologías que están avanzando a pasos agigantados y cada vez se integran más en el mundo de la telefonía móvil. Aunque la AR y la VR no son novedades, las demostraciones de este año mostraron cómo estas tecnologías han evolucionado, ofreciendo experiencias mucho más inmersivas y realistas.

FOTO: © 2025 GSMA / MWC



La integración de la AR con dispositivos móviles está alcanzando un nuevo nivel, permitiendo que los usuarios interactúen con el entorno de una forma más fluida. Las aplicaciones de AR ahora son capaces de superponer información más detallada y precisa sobre el mundo real, mejorando desde el turismo hasta la educación y la medicina. Por otro lado, la VR continúa transformando el entretenimiento, con avances que permiten experiencias visuales de altísima calidad y un mayor nivel de interacción.

Una de las grandes sorpresas fue el avance en los dispositivos de AR y VR portátiles. Estos dispositivos se están volviendo más ligeros y cómodos, lo que abre la puerta a una adopción más masiva, especialmente en aplicaciones profesionales y de entretenimiento.

Sostenibilidad: Innovación responsable

Otro de los puntos más destacados es la sostenibilidad la cual, de nuevo, se ha consolidado como uno de los principales temas del MWC 2025. La industria tecnológica ha comenzado a priorizar la creación de dispositivos más responsables con el medio ambiente, tanto en términos de la eficiencia energética como en el uso de materiales reciclados. Varios fabricantes presentaron sus nuevos productos, destacando el uso de plásticos reciclados y la reducción de materiales tóxicos en la fabricación de sus dispositivos.

Además, la eficiencia energética es otro de los puntos clave. Las nuevas baterías, que prometen una mayor autonomía y menos impacto ambiental, están revolucionando la forma en que los dispositivos móviles se cargan y consumen energía. De este modo, algunos de los avances más destacados fueron en la mejora de la gestión de energía dentro de los dispositivos, utilizando inteligencia artificial para optimizar el consumo según el uso del usuario.

La industria también está mirando hacia los centros de datos, que representan una parte significativa de la huella de carbono de la tecnología. Por ello, se presentaron soluciones que permitirán hacer estos centros más sostenibles, con el uso de energía renovable y la optimización de procesos de enfriamiento y almacenamiento.

Dispositivos flexibles y plegables: La nueva era del diseño

En cuanto a los dispositivos móviles, el MWC 2025 también destacó los avances en la tecnología de pantallas flexibles y plegables.

Aunque los primeros modelos de estos dispositivos ya estaban disponibles en ediciones anteriores, este año las innovaciones fueron aún más impresionantes. Las pantallas plegables han mejorado en durabilidad y calidad de visualización, y los nuevos modelos propuestos prometen una experiencia mucho más versátil para los usuarios.

Nuevas Fronteras en Computación y Datos

El MWC 2025 también ofreció una mirada al futuro más allá de los dispositivos móviles, con la computación en la nube, la inteligencia de datos y la computación cuántica como los grandes protagonistas. Aunque la computación cuántica aún está en fases iniciales, las demostraciones apuntaron a cómo esta tecnología revolucionará el procesamiento de información a una velocidad y precisión jamás vistas.

Como hemos visto, el Mobile World Congress 2025 ha sido, sin lugar a dudas, una ventana al futuro de la tecnología móvil. Las innovaciones presentadas no solo redefinirán cómo interactuamos con los dispositivos, sino que también abren las puertas a un mundo más interconectado, sostenible y eficiente.

FOTO: © 2025 GSMA / MWC

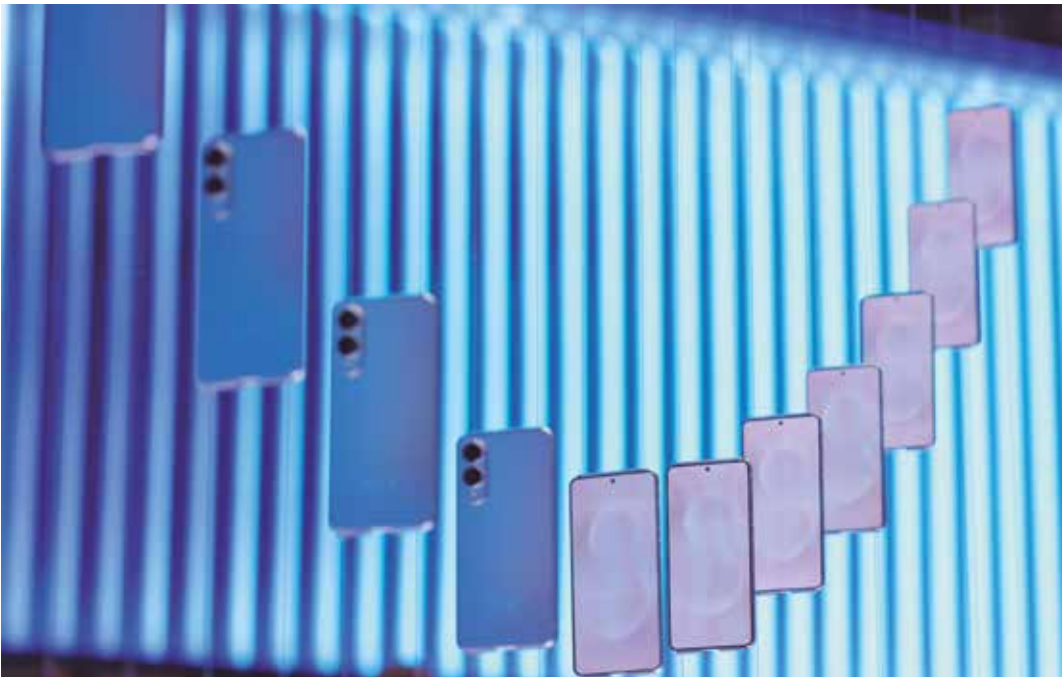




FOTO: TAURUS

Aire acondicionado y tratamiento del aire

UN EQUIPAMIENTO CADA VEZ MÁS NECESARIO Y VERSÁTIL

El aire acondicionado es un equipamiento básico de los hogares. La intensificación de las olas de calor y su impacto en latitudes cada vez más septentrionales ha hecho que aumente su penetración en nuestro país. A la par, la incorporación de bomba de calor en todos los dispositivos ha permitido que sean una alternativa perfecta a la hora de climatizar cualquier hogar. Además, las continuas innovaciones que llegan a estos equipos son una palanca que impulsa las ventas, sobre todo en la renovación de aparatos antiguos.

Tener aire acondicionado en casa ha dejado de ser considerado un lujo para entenderse como una necesidad. Los factores que han contribuido a la popularización de los equipos de aire acondicionado en nuestro país son varios. El primero de todos, y más evidente, es el cambio climático y el consiguiente incremento en la frecuencia y severidad de las olas de calor.

De acuerdo con los datos del 'Informe sobre el estado del clima de España 2023', elaborado por la Agencia Estatal de Meteorología (AEMET), la temperatura media en nuestro país ha experimentado un incremento de 1,5°C desde 1961. Además, los diez años más cálidos registrados pertenecen al siglo XXI.

Asimismo, las olas de calor en España han aumentado su duración alrededor de tres días por década desde 1975. También son más extensas y afectan a tres provincias más cada década. Y no solo eso, sino que van ganando en intensidad, subiendo en 0,27°C cada diez años.

Aparte de la incomodidad que supone soportar estas temperaturas extremas, las olas de calor también son un peligro para la sociedad. Según el informe 'Las olas de calor' de Greenpeace, las muertes por calor han aumentado un 50% en los últimos 20 años en nuestro país. De hecho, España lidera el aumento de muertes por calor en Europa,

FOTO: DAIKIN



FOTO: UFESA (B&B TRENDS)

duplicando la tasa media. Por ejemplo, en 2022 fallecieron 4.700 personas por esta causa.

De este modo, la adquisición de equipos de aire acondicionado demuestra ser una auténtica necesidad. "El usuario entiende el aire acondicionado como un producto de necesidad, pues sin él, en época estival, puede pasar noches sin descanso. Y cada año más", afirma Jesús Pozo, Spain HVAC Head of Sales de Hisense Iberia.

Y esto se traslada al mercado. "Las olas de calor tienen un impacto significativo en las ventas de sistemas de aire acondicionado. Con el aumento de las temperaturas, los consumidores buscan soluciones para mantener frescos sus hogares y espacios de trabajo. Esto tiene como resultado un crecimiento notable en las ventas de este tipo de productos, especialmente durante los meses más calurosos del año. La búsqueda de confort está detrás de esta tendencia, demostrando cómo el clima puede influir directamente las decisiones de compra de los consumidores", indica Cecotec.

Además, al tener que hacer un uso más intensivo de estos equipos, se buscan soluciones que eviten que la factura eléctrica se dispare. "Las temperaturas extremas han impulsado la demanda de sistemas de aire acondicionado más eficientes. Las olas de calor cada vez más frecuentes han

generado un crecimiento en la compra de equipos con tecnologías que optimizan el consumo, como el sistema Inverter y la conectividad inteligente, permitiendo un uso más eficiente y sostenible", declara Álex Martín, Técnico Preventa de Haier.

Igualmente, Gonzalo Martín, Director de la División HVAC de LG España, asegura que "las condiciones climáticas actuales han impulsado significativamente la demanda de sistemas de aire acondicionado que garantizan un rendimiento óptimo en cualquier situación". "Esta necesidad de mantener un confort térmico ante temperaturas extremas ha llevado a un aumento en la demanda de equipos más eficientes, con un crecimiento notable en la compra de modelos con tecnologías avanzadas que optimizan el consumo energético sin comprometer el rendimiento. Ante estos desafíos climáticos, los consumidores buscan dispositivos con mayor eficiencia, durabilidad y adaptabilidad", agrega.

También hemos de tener en cuenta que el calor ya no sólo afecta a la mitad sur de España, sino que poco a poco va ascendiendo a las zonas más septentrionales de la Península Ibérica, haciendo que aumente la penetración del aire acondicionado en las comunidades del norte de España.

Por otro lado, Santiago Perera, Director de Negocio en Iberia y Latam de

Eurofred, distribuidora de las marcas Fujitsu y Daitsu, señala que “olas de calor y el cambio climático están redefiniendo los patrones de consumo en el sector de la climatización”. “En los últimos años, hemos observado una desestacionalización de la campaña de verano, con un crecimiento progresivo en la demanda de equipos fuera de los meses tradicionalmente más cálidos. Los usuarios son cada vez más conscientes de la importancia del confort térmico y, para evitar problemas de disponibilidad de stock y asegurar un servicio ágil por parte de los instaladores, adelantan la compra e instalación de sistemas de climatización”, explica.

Impulso de la aerotermia

Además, hemos de pensar que todos los equipos de aire acondicionado que se venden actualmente incluyen bomba de calor, por lo que los españoles se están familiarizando con la aerotermia como alternativa frente a otros sistemas de calefacción. “Los usuarios ya tienen en cuenta la aerotermia, una tecnología que permite aprovechar la energía contenida en la atmósfera para proporcionar calefacción, refrigeración y/o agua caliente, como una opción viable para disminuir el impacto en las facturas energéticas y la huella de car-

bono. De acuerdo con los resultados del ‘Barómetro de la climatización’ de Daikin, actualmente 1 de cada 5 hogares españoles ya utiliza aerotermia como sistema de climatización. Y más de la mitad de éstos lo utilizan durante todo el año para mantener una temperatura óptima. Estos sistemas no solo son eficientes, sino que también se pueden adaptar a cualquier tipo de difusión de calor, pudiendo funcionar con radiadores tradicionales, suelos radiantes o incluso sistemas de ventilación por conductos. Esta flexibilidad permite que los usuarios puedan actualizar o mejorar sus sistemas de calefacción existentes sin necesidad de realizar grandes modificaciones en su infraestructura actual”, explica Marisol Fernández, Directora de Marketing de Daikin.

Asimismo, Perera reseña que “la creciente exigencia en términos de bienestar y eficiencia energética está impulsando a los edificios, tanto residenciales como del sector terciario, a integrar soluciones que garanticen el confort de las personas durante todo el año”. “En este contexto, la climatización ya no se percibe como un elemento estacional, sino como una necesidad clave para garantizar la habitabilidad en un entorno climático cada vez más extremo”, detalla.

Y esta apuesta por la aerotermia no se sustenta solo en el ahorro energético, sino que también tiene mucho que ver la creciente conciencia medioambiental en las sociedades avanzadas. “La preocupación de los ciudadanos por reducir el impacto ambiental, así como las diferentes normativas que se están implantando para fomentar el uso de equipos más eficientes, han impulsado la popularidad de sistemas alternativos como la aerotermia. Esta tendencia sugiere que, más allá del crecimiento en la demanda de aire acondicionado convencional, hay un cambio progresivo hacia soluciones de climatización más sostenibles, impulsado tanto por la legislación como por la concienciación de los consumidores”, anota el responsable de LG.

Evolución del mercado

Según los resultados del análisis estadístico realizado por la Asociación de Fabricantes de Equipos de Climatización (AFEC), el mercado registró un crecimiento del 0,8% en valor. Sin embargo, si nos centramos concretamente en el conjunto de equipos de climatización, bombas de calor y producción de ACS vemos que el mercado se mantuvo plano, con una ligera contracción de 0,1%, alcanzando una facturación de 1.489 millones de euros.

FUENTE: AFEC

Mercado total

SECTOR (mill €)	2024	2023	2024 vs 2023
Equipos de climatización, bombas de calor y producción de ACS	1.489,0	1.490,0	-0,1 %
Distribución y difusión de aire	69,4	68,1	1,9 %
UTA + UV con recuperación de calor	104,3	87,6	19,0 %
Ventilación residencial	28,6	29,2	-1,9 %
Ventilación industrial/terciario	141,5	143,1	-1,1 %
TOTAL	1.832,8	1.818,0	0,8 %



Deja que las preocupaciones se las lleve el aire

Es silencio. Es Fujitsu.

Porque cuando tus clientes tienen un equipo que funciona tan bien como el nuevo **Split de pared Fujitsu KN**, tú te ahorras preocupaciones. Y ellos, también. Con alta eficiencia energética y conectividad, tratamiento anticorrosivo Blue Fin que alarga la vida del equipo, un excelente rendimiento incluso en temperaturas extremas (hasta 50°C en el exterior) y un diseño compacto y



disfrutael.fujitsu.com



“En el mercado residencial, la venta de sistemas de climatización experimentó un ligero descenso en comparación con años anteriores. Esto se debe a factores como la reducción de ayudas económicas para la sustitución de calderas por bombas de calor y las condiciones climáticas, que afectaron la demanda de aire acondicionado. Sin embargo, la tendencia a largo plazo sigue siendo positiva, con la aerotermia y la bomba de calor como tecnologías clave en la descarbonización del sector”, afirma Alejandro Fernández, CS/PM/Presales Manager Air Conditioning de Samsung España.

En el caso concreto de la aerotermia, el responsable de Hisense señala que “se produjo un estancamiento de las ventas, algo normal por la gran demanda recibida en años anteriores”.

De acuerdo con los datos de AFEC, el número total de unidades de este tipo de sistemas (aire-aire reversibles, aire-agua reversibles+ACS y agua-agua reversibles) cayó un 5,5% interanual el 2024, tras el fuerte crecimiento registrado en el ejercicio anterior (+14,2% en 2023). No obstante, si comparamos las cifras del último año con las de 2022 observamos un incremento del 7,9% en esos dos años.

FOTO: DAIKIN



Datos estadísticos de bomba de calor

Unidades vendidas (sol./ln)	2024	Δ% 2024/2023	2023	Δ% 2023/2022	2022
Aire-aire reversibles * (6 a 10 kW)	113.035	-5,0 %	119.021	-31,6 %	90.439
Aire-agua reversibles + ACS (1 a 500 kW)	84.658	-6,4 %	90.448	-2,6 %	92.905
Agua-agua reversibles (1 a 500 kW)	287	120,5 %	130	-24,3 %	173
TOTAL	197.980	-5,5 %	209.599	-14,2 %	183.517

FUENTE: AFEC

Los pronósticos para el presente ejercicio son bastante optimistas. Cecotec augura “un aumento significativo en la demanda de aires acondicionados domésticos, especialmente durante los meses más calurosos”. Del mismo modo, el representante de Samsung adelanta un crecimiento “moderado, pero estable”, gracias al impulso que genera “la necesidad de mejorar la eficiencia energética de los hogares y la evolución del mercado hacia sistemas más conectados y sostenibles”.

Igualmente, Javier Rubio, Director de Marketing y Comunicación Iberia de Toshiba, afirma que “se espera una estabilidad general, con un impulso en segmento de alta eficiencia y solu-

nes inteligentes”. Además, recalca que “la demanda de sistemas de climatización que cumplan con los estándares de eficiencia energética y sostenibilidad sigue en aumento, impulsada por la necesidad de cumplir con nuevas normativas y la concienciación medioambiental”.

El responsable de LG también vaticina que el mercado crecerá en este ejercicio, “con énfasis particular en la personalización del confort, la mejora de la eficiencia energética y la optimización del control”. Además, añade que “la conectividad avanzada y la sostenibilidad seguirán siendo factores clave en las decisiones de compra, impulsando la evolución del mercado y la oferta de so-



FOTO: HAIER

luciones cada vez más adaptadas a las necesidades de los usuarios”.

Por su parte, la Directora de Marketing de Daikin, cree que los sistemas basados en aerotermia seguirán creciendo, de la mano de las preferencias detectadas entre los consumidores. “De acuerdo con los datos del ‘II Barómetro de la climatización en España’, la aerotermia es el sistema favorito para el cambio en el modelo de climatización de los hogares. Para 7 de cada 10 españoles que están buscando adquirir una vivienda en los próximos 5 años, la aerotermia es un factor determinante en la elección de un inmueble u otro. Por otro lado, entre aquellos que no están buscando cambiar de vivienda, el cambio de sistema de climatización también se presenta como una opción mayoritaria para adaptarse a la nueva realidad normativa. Así, casi el 40% de los españoles se plantean cambiar de sistema de climatización en los próximos años; y el 54% lo harán a un sistema basado la aerotermia”, detalla.

Estabilidad en ventilación y tratamiento del aire

En cuanto a los equipos de ventilación, Taurus afirma que la venta “ha experimentado un crecimiento notable en los últimos años; y se espera que vaya a más, debido a las altas temperaturas en época de verano”. De la misma manera, Cristina Gimeno, responsable de

Comunicación e Imagen de Jocca, señala que “en el último año, las ventas de ventiladores crecieron, en general, impulsadas por olas de calor más cortas y la preferencia por opciones más económicas frente al aire acondicionado”. Y para el presente ejercicio, espera “estabilidad en las ventas, con posibles variaciones según el clima”. De hecho, Jordi Echevarría, Director Comercial de River Internacional, distribuidor de marcas como Duux, subraya que “la estacionalidad y el factor climático son aspectos críticos en la venta”. En cualquier caso, asegura que “es una categoría en auge”.

Por lo que respecta a los equipos de tratamiento del aire, como purificadores, humidificadores, deshumidificadores, etc., Taurus señala que “no han experimentado crecimiento”. Igualmente, B&B Trends, fabricante de Ufesa, indica que “el crecimiento global del mercado fue limitado en 2024”, pero asegura que “se observa una demanda sostenida en productos relacionados con la calidad del aire y la eficiencia energética”. “Factores como la creciente preocupación por la salud respiratoria, las normativas medioambientales más estrictas y la necesidad de reducir el consumo

FOTO: DUUX (RIVER INTERNATIONAL)





FOTO: SAMSUNG

energético han motivado a los consumidores a invertir en soluciones avanzadas de ventilación y tratamiento del aire”, apostilla la firma.

El portavoz de Samsung también reconoce que “la calidad del aire interior ha cobrado una gran relevancia en los últimos años, y esto se ha traducido en un aumento en la demanda de purificadores, deshumidificadores y otros dispositivos diseñados para mejorar el ambiente en los espacios cerrados”. “Este crecimiento se debe,

en gran parte, a una mayor conciencia sobre la importancia de respirar un aire limpio y libre de contaminantes, algo que se ha intensificado tras la pandemia”, añade.

De igual modo, Cecotec señala que “hay un interés creciente en los purificadores de aire, especialmente aquellos que usan tecnología avanzada, como la ionización, para eliminar alérgenos y contaminantes, importante para quienes quieren un aire más limpio y saludable en casa”.

FOTO: HISENSE



ción y tratamiento del aire con funciones avanzadas, como la purificación y el control inteligente”. Y el Director Comercial de River Internacional coincide en que “se aprecia un mayor interés por productos con más prestaciones, inalámbricos y conectados, lo que hace que aumente el valor medio”.

La estacionalidad se atenúa

Uno de los grandes problemas del mercado del aire acondicionado es la estacionalidad. La concentración de las ventas en las épocas de mayor calor genera dificultades a la hora de gestionar la distribución de productos y su instalación. Esta situación se hace especialmente evidente durante las olas de calor, al producirse picos de ventas que pueden llegar a provocar roturas de stock y que el sector no disponga de suficientes instaladores para dar respuesta a las necesidades de los clientes. Y esta situación, a la par, genera insatisfacción entre los consumidores, que ven frustrado su deseo de poder disfrutar de



FOTO: CECOTEC

su nuevo equipo de aire acondicionado justo cuando más lo necesitan.

Afortunadamente, el sector está logrando desestacionalizar las ventas, aunque menos de lo que sería recomendable. “La climatización sigue siendo un mercado marcado por la

estacionalidad, con una alta concentración de ventas en primavera y verano. Sin embargo, la diversificación de productos y la incorporación de tecnologías como la bomba de calor han permitido equilibrar mejor las ventas a lo largo del año”, comenta el representante de Samsung.



eco INSTALADORES
ENTE COMPROMETIDA

**JAVIER.
ECOINSTALADOR,
COMPROMETIDO**

NO ES LO MISMO RECICLAR, QUE RECICLAR BIEN

DESCUBRE
MÁS AQUÍ:





FOTO: HAIER

Aun así, la estacionalidad continúa siendo muy acusada. “Generalmente, alrededor del 80% de las ventas ocurren en primavera y verano, cuando las personas buscan más sistemas de refrigeración para enfrentar el calor”, puntualiza Cecotec. Rubio reconoce que “un 60-70% de las ventas se concentran en la temporada primavera-verano, debido a la alta demanda de refrigeración”. Y el responsable de Hisense coincide con él. “En equipos 1x1, puede que el 60%-70% de las ventas se acumulen entre mayo y agosto”. No obstante, reseña que “en otros equipos, como multi-inverter o conductos, la estacionalidad es mucho menor”

Asimismo, el responsable de LG hace hincapié en la importancia que ha tenido la aerotermia a la hora de trasladar buena parte de la venta fuera de los meses de más calor. “Aunque históricamente las ventas se han concentrado en la campaña de primavera-verano, la versatilidad de soluciones como la aerotermia, que ofrece calefacción, refrigeración y ACS durante todo el año, está ayudando a atenuar la estacionalidad. La aerotermia, al ser una solución integral que se adapta a todas las estaciones, facilita su instalación en cualquier momento del año, especialmente

si se aprovechan las subvenciones disponibles”, explica.

Los fabricantes están poniendo mucho de su parte para atenuar dicha estacionalidad. Alejandro Fernández reseña que Samsung trabaja en varias estrategias para tratar de repartir las ventas a lo largo del año, promoviendo sistemas que ofrecen soluciones tanto para calefacción como para refrigeración, permitiendo un uso continuo durante todas las estaciones. Además, la compañía apoya a los profesionales con “forma-

ción especializada y campañas que conciencian sobre la importancia de la eficiencia energética y el confort térmico en todas las épocas del año”, afirma el representante de la firma.

Igualmente, Rubio explica que “se están desarrollando estrategias para equilibrar las ventas durante todo el año, promoviendo equipos de climatización que cubren tanto frío como calor”. Por ejemplo, Toshiba se enfoca en la promoción de soluciones integrales que incluyan tanto calefacción como aire acondicio-



FOTO: DAIKIN

nado, “lo que incentiva la compra en meses de menor demanda”, así como “ofertas y financiaciones especiales que estimulan la adquisición en otoño e invierno y campañas de formación y soporte a las tiendas, para que puedan asesorar de forma efectiva a sus clientes y aprovechar todas las temporadas, maximizando la rentabilidad anual”.

Martín indica que “las estrategias comerciales de LG incluyen la formación de una red de instaladores que garantizan la ejecución de proyectos durante todo el año, así como campañas promocionales específicas, como las ofertas de ‘Adelántate al verano’ en primavera y descuentos en otoño, con el objetivo de distribuir las ventas de manera más equilibrada”.

Cecotec también ofrece descuentos y promociones durante diferentes campañas a lo largo del año, “incentivando a los clientes a comprar fuera de temporada”, anota la empresa. Además, forma a su personal de ventas y a sus partners. para que sepan trasladar a los clientes los beneficios que brindan sus equipos a lo largo de todo el año, no solo en verano. “Esto ayuda a que los consumidores vean su utilidad también en otros momentos, ya que muchos de nuestros aires acondicionados incluyen



FOTO: EUROFRED

bomba de calor y son un gran aliado para combatir el frío en invierno. Además, muchos cuentan con la opción de deshumidificación para que sean más eficientes”, detalla la compañía.

De igual modo, Perera indica que Eurofred apuesta por facilitar material de punto de venta para generar visibilidad y atraer al cliente, capacitar a los equipos de venta para mejorar su conocimiento de los productos y sus habilidades comerciales, proporcionar materiales publicitarios para diversos canales (online,

pantallas, print), ofrecer herramientas de comunicación para que las tiendas puedan interactuar eficazmente con sus clientes y realizar campañas publicitarias nacionales con la que impulsa la notoriedad de nuestras marcas a lo largo del año, aumentando la visibilidad de los productos en todos los momentos.

Asimismo, Pozo apunta que Hisense apoya a las tiendas con diversas iniciativas para desestacionalizar, “como ayudas a sell-out en épocas de menor estacionalidad, soporte de marketing,



FOTO: CECOTEC



FOTO: UFESA (B&B TRENDS)

etc.". Y Clotet afirma que Panasonic ofrece promociones y formación.

¿Hacia dónde se dirige el sector?

Éstas son las principales tendencias que se detectan en el ámbito de la climatización y el tratamiento del aire.

Eficiencia energética y sostenibilidad.

"La industria se enfoca en desarrollar sistemas que reduzcan el consumo energético y las emisiones de carbono. Esto incluye el uso de bombas de calor de alta eficiencia y la integración de energías renovables como la solar y la geotérmica", anota Delvis Luis, Directora de Marketing de GIA Group, fabricante de las marcas HTW y Giatsu. En esta misma dirección, Cecotec dice que "cada vez más perso-

nas buscan equipos que ahorren energía, lo que es bueno para el medio ambiente y para el bolsillo".

En este sentido, Jordi Clotet, Marketing Manager de Panasonic Heating & Cooling Solutions Europe en España y Portugal, afirma que "la aerotermia está ganando popularidad, debido a su eficiencia y menor impacto ambiental".

Además, la Directora de Marketing de Daikin indica que "como medida para impulsar la tan necesaria descarbonización del sector, las compañías apostarán por nuevos refrigerantes que puedan cumplir los estándares de eficiencia energética, impacto medioambiental y coste a lo largo de todo el ciclo de vida de un productos.

Esto se concreta en el uso de refrigerantes como R-744, R-32 o R-290, que presentan un menor impacto ambiental y una mayor eficiencia energética, cumpliendo con las normativas que llegan desde Europa a este respecto, como veremos más adelante.

Por otro lado, Martí recalca que "las tecnologías tienden a proponer soluciones multidisciplinarias, como unidades que, aparte de generar climatización, recuperen calor para generar ACS gratuita".

Tecnología inteligente y conectada.

"Los sistemas de climatización incorporan conectividad para permitir el control remoto y la monitorización a través de dispositivos móviles, mejorando la gestión energética y el confort del usuario. Apostamos por incorporar elementos del Internet de las Cosas (IoT, por sus siglas en inglés) a nuestros productos y también controles algorítmicos de inteligencia artificial (IA) que permiten al equipo ser cada día más eficiente energéticamente y, en consecuencia, ofrecer más confort y ahorro al usuario final", apunta la responsable de GIA Group.

De la misma manera, el portavoz de LG indica que "se observa la incorporación de tecnologías con IA que permiten ajustar de forma automática la temperatura, el flujo de aire y la velocidad de los ventiladores en función de la ocupación y las condiciones ambientales".

FOTO: HISENSE



Nueva gama de calentadores Bosch

Los nuevos **calentadores Therm 6600 SR** de agua a gas aportan innovación, tecnología y confort, con un diseño exclusivo de Bosch, display y botones intuitivos para un fácil control.

Cuentan con tecnología de combustión de última generación patentada por Bosch, además de una gran facilidad y flexibilidad de instalación en el caso de reemplazo de equipos existentes.

Elevado confort gracias al agua caliente instantánea y estabilidad de temperatura.

www.bosch-homecomfort.es



Innovación para tu vida



Home Comfort Group



FOTO: JOCCA

“Estos sistemas pueden gestionar el consumo eléctrico de manera eficiente, controlando la factura de la luz y adaptándose a las necesidades individuales para maximizar el ahorro energético son comprometer el confort del usuario”, añade. Y también destaca “la creciente conectividad IoT, que posibilita el control remoto y la monitorización en tiempo real de los equipos a través de aplicaciones móviles, facilitando una gestión personalizada y optimizada del entorno en el hogar”.

Igualmente, Javier Basterrechea, responsable de Formación y Producto Aire-Agua de Toshiba, reseña que “se observa una creciente incorporación de conectividad, con equipos que permiten el control a través de WiFi, apps y asistentes de voz”. Martí también indica que “la integración de tecnologías de control inteligente, como la gestión remota a través de apps y la automatización con asistentes de voz, está transformando la forma en que los consumidores interactúan con sus sistemas de climatización”.

De la misma forma, Cecotec apunta que “los dispositivos que se pueden controlar desde el móvil o con la voz están de moda, porque permiten ajustar la temperatura y la calidad del aire de manera sencilla y cómoda”. Y la Directora de Marketing de Daikin recalca que “la digitalización y la conectividad en los equipos serán indispensables para sacar el máximo partido a los sistemas más

¿CÓMO ES EL AIRE ACONDICIONADO MÁS BUSCADO?

Aunque cualquier proyecto de climatización debe abordarse atendiendo a las necesidades concretas de cada cliente, podemos realizar un perfil del equipo más buscado.

“Los consumidores están cada vez más interesados en soluciones de climatización que combinen eficiencia energética, conectividad y confort. Entre los equipos más demandados, los sistemas split y multisplit destacan como opciones preferidas para el hogar, ya que ofrecen un equilibrio entre rendimiento, consumo reducido y facilidad de instalación. Además, uno de los aspectos más valorados en la actualidad es la eficiencia energética. Los usuarios buscan equipos con clasificación A++ o superior, ya que garantizan un menor gasto eléctrico sin comprometer el rendimiento. La conectividad es otro factor clave. Cada vez más consumidores buscan equipos que puedan controlarse a distancia a través del smartphone o mediante asistentes de voz como Alexa o Google Assistant. En cuanto a los rangos de precio, los usuarios buscan un equilibrio entre coste y prestaciones, optando por modelos que ofrezcan una buena relación calidad-precio y que incluyan funcionalidades avanzadas sin disparar el presupuesto. La versatilidad también es importante, por lo que muchos se decantan por equipos que, además de refrigerar en verano, puedan utilizarse como sistema de calefacción en invierno, lo que refuerza la tendencia hacia soluciones más sostenibles y eficientes”, pormenoriza Alejandro Fernández (Samsung).

Igualmente, Gonzalo Martín (LG) explica que “los consumidores buscan equipos con alta eficiencia energética (A+++), conectividad avanzada y diseño funcional, priorizando aquellos que ofrezcan ahorro energético y facilidad de uso”. Además, apunta que “los sistemas split con WiFi para control remoto a través de apps son los más demandados.

Asimismo, Marisol Fernández (Daikin) señala que la tendencia en el sector de la climatización se dirige hacia equipos con una alta eficiencia energética, clasificados como A++ o A+++.

“No solo son más respetuosos con el medio ambiente, sino que también permiten un ahorro significativo en las facturas de energía”, apunta. Además, reseña que los equipos de climatización con conectividad móvil son cada vez más solicitados por los usuarios.

“Estos sistemas modernos pueden ser controlados a través de aplicaciones móviles, lo que permite a los usuarios ajustar la temperatura, programar horarios y monitorear el consumo energético desde cualquier lugar. Esta tecnología no solo ofrece comodidad, sino que también optimiza el uso de los equipos, contribuyendo a un mayor ahorro energético y a una gestión más eficiente del hogar”, detalla.

A todo ello, Javier Basterrechea (Toshiba) añade que “el diseño adquiere un papel relevante por primera vez”. “Ya no es suficiente con un buen equipo, sino que además ha de ser estético y coherente con el espacio”, aclara.

En este sentido, el portavoz de LG destaca los equipos con pantalla LCD personalizable, “combinando diseño y eficiencia”. “Son ideales para quienes buscan un aire acondicionado que también sea un elemento decorativo”, comenta.

- Split 1x1 / Multisplit
- 2,5 kW – 3 kW
- Inverter
- A++ / A+++
- Conectividad WiFi
- Con bomba de calor



FOTO: EUROFRED

eficientes”. Así pues, considera que “la domótica y las tecnologías IoT jugarán un papel fundamental”.

Diseño de los equipos. Cecotec apunta que “el diseño es clave”. “Los consumidores prefieren equipos que sean compactos y estéticamente atractivos,

para que se integren bien en cualquier espacio sin perder funcionalidad”. De la misma manera, el responsable de Producto de Toshiba hace hincapié en la tendencia hacia equipos que optimicen el espacio físico, “especialmente relevante en entornos urbanos y edificios comerciales”.



FOTO: EUROFRED

Menor ruido. “La tendencia es hacia equipos más compactos y silenciosos, que se integren de manera armónica en cualquier espacio sin comprometer el confort”, anota el responsable de Samsung. De este modo, se están desarrollando unidades que reducen significativamente el nivel de ruido sin perder eficiencia.

Sistemas integrados y multifuncionales. Basterrechea asegura que “se apuesta por soluciones que combinan climatización, ventilación y tratamiento del aire en un solo sistema, facilitando la integración en proyectos de rehabilitación y nuevas promociones”.

Sistemas híbridos. Luis recalca que “la combinación de diferentes fuentes de energía o tecnologías en un mismo sistema permite adaptarse a condiciones cambiantes y optimizar el rendimiento energético”. Por ejemplo, habla de la conjunción de aire acondicionado y energía solar fotovoltaica o de producción de ACS y energía solar térmica.

Calidad del aire. Basterrechea destaca que “los sistemas de filtración avanzados están ganando terreno, dado el creciente interés por la salud y el bienestar en inte-

riores”. Asimismo, el portavoz de Haier recalca que la calidad del aire interior es un aspecto clave, “con una creciente adopción de soluciones que combinan climatización con purificación del aire”.

Igualmente, la responsable de Daikin afirma que “la calidad del aire en interiores es un factor crucial para el bien-

estar y la salud de las personas, y cada vez más consumidores son conscientes de su impacto en el día a día”, puesto que “la contaminación, los alérgenos y las partículas en suspensión pueden afectar la salud respiratoria”. De este modo, reseña que la demanda de soluciones que mejoren la pureza del aire ha crecido considerablemente.



FOTO: LG



FOTO: TOSHIBA

A continuación, vemos algunas de las innovaciones que están introduciendo los fabricantes para dar respuesta a la creciente demanda de los consumidores de soluciones que les ayuden a garantizar la calidad del aire en espacios interiores.

La calidad del aire pasa a primer plano

“Se observa un incremento en la demanda, principalmente debido a una mayor concienciación de lo que comporta vivir con un aire sucio y lleno de contaminantes y por la preocupación por el bienestar. Factores como la pandemia, el teletrabajo, y las consecuen-

cias de la contaminación en nuestra salud han acelerado esta tendencia”, afirma Clotet. Por ejemplo, habla de la tecnología nanoe X de Panasonic. “Juega un papel clave, ya que no solo mejora la calidad del aire en espacios comerciales, oficinas y hogares, sino que también inhibe contaminantes como bacterias y virus, reduce alérgenos como el polen y los ácaros, y neutraliza olores desagradables”, aclara.

Perera apunta que Eurofred también está integrando tecnología en sus productos para hacer frente a estas necesidades, “con especial atención en la filtración y purificación del aire”.

Por ejemplo, explica que los equipos Artic Plus de Daitsu están equipados con filtros de alta eficiencia capaces de capturar partículas microscópicas como polvo, bacterias y virus, lo que ayuda a mejorar la calidad del aire y a reducir la exposición a agentes contaminantes. “Esta tecnología no solo asegura un entorno más saludable, sino que también permite adaptar la solución a las necesidades específicas de cada espacio, ya que nuestros sistemas combinan diferentes tipos de filtrado, como HEPA, carbón activado y tecnologías de ionización, que actúan conjuntamente para purificar el aire de forma más eficiente”.

Asimismo, Martín indica que “la calidad del aire en interiores es esencial para la salud y el bienestar”. En este sentido, explica que LG ha integrado tecnologías para garantizar un ambiente saludable en sus equipos de climatización, como el sistema Plasmaste rlonizer+, “que elimina hasta el 99,9% de bacterias y alérgenos”; y funciones de autolimpieza como Freeze Cleaning y Auto Clean+, asegurando “una purificación constante y un rendimiento óptimo sin necesidad de ninguna intervención”.

Basterrechea pone el acento en que los equipos Toshiba incorporan filtros avanzados, como UltraFresh y Ultra-Pure, “para capturar polvo, polen y

FOTO: CECOTEC



WWW.PROSOSTENIBLE.ES



REVISTA PROSOSTENIBLE

UNA VENTANA AL MUNDO DE LA SOSTENIBILIDAD





FOTO: LG

otras partículas, garantizando un aire limpio sin comprometer la eficiencia del sistema".

Igualmente, el responsable de Samsung apunta que sus dispositivos incluyen filtros avanzados que eliminan particular finas y bacterias, "proporcionando una mayor protección contra agentes contaminantes", y que se combinan con la tecnología WindFree, que ofrece "una mejor distribución del aire sin generar corrientes que pue-

dan levantar polvo o partículas en el ambiente".

La responsable de Daikin explica que sus equipos ofrecen "soluciones integrales que combinan sistemas de climatización con sistemas de ventilación de alta eficiencia". "Estos sistemas están diseñados para proporcionar un suministro constante de aire fresco y eliminar contaminantes, mejorando así la calidad del aire interior y creando un entorno más saludable", mediante filtros

de recolección de polvo, que capturan las pequeñas partículas que se encuentran en el aire, y filtros desodorizantes, que eliminan todo tipo de malos olores en espacios cerrados.

Por su parte, Cecotec pone el acento en los sistemas de filtrado avanzados de sus equipos de aire acondicionado y purificadores, "que capturan partículas finas, alérgenos y contaminantes, mejorando notablemente el ambiente". Pozo también destaca la incorporación de la tecnología Hi-nano en los equipos Hisense, "que ayuda a disfrutar de aire limpio de impurezas y bacterias. Y Martí señala que "Haier apuesta por tecnologías de purificación integradas en sus sistemas de climatización, eliminando hasta el 99,9% de bacterias y alérgenos".

Además, los purificadores de aire van un paso más allá, ofreciendo una mayor capacidad de filtrado y control de contaminantes específicos. "La evolución en los sistemas de filtrado ha permitido ofrecer soluciones más especializadas y adaptadas a distintas necesidades. Desde filtros HEPA para alérgicos, hasta combinaciones con carbón activado para eliminar olores o UV-C para desinfección, los consumidores pueden elegir el equipo que

FOTO: PANASONIC



MCR cumple 25 años reforzando su propuesta de valor al canal

MCR, primer mayorista de capital nacional de nuevas tecnologías e informática celebra este año su 25º aniversario con un completo programa de actividades y una renovada apuesta de valor al canal. Desde sus inicios en el año 2000, MCR ha recorrido un camino de transformación constante que le ha permitido consolidarse como un referente estratégico en el sector.

Pedro Quiroga, CEO de MCR, destaca que "mirando atrás, han sido muchos los hitos que han marcado el ADN de la compañía. Hemos sabido evolucionar desde nuestros inicios como mayorista de consumo hacia un modelo mucho más amplio, con divisiones especializadas que nos permiten atender mejor a las necesidades cambiantes del mercado".

Con motivo de la conmemoración de esta fecha tan especial, MCR tiene previsto organizar diferentes eventos y acciones con partners, clientes y colaboradores en los que se combinará networking con un enfoque lúdico, con el objetivo de fortalecer lazos y establecer sinergias.

Desde el mes de mayo arrancarán todas estas actividades que estarán localizadas en las ciudades en las que el mayorista cuenta con delegación: Madrid, Barcelona, Valencia y Lisboa.

Ya en el mes de septiembre MCR celebrará un gran evento corporativo que reunirá a fabricantes, integradores, clientes y expertos del sector y en el que se presentarán las últimas innovaciones en cada una de sus divisiones: MCR GLOBAL EXPERIENCE. "Este será el evento que represente todo lo que somos hoy como compañía. Una muestra del valor que ofrecemos como conector entre marcas y canal, foco en innovación y especialización", señala Pedro Quiroga.

Del mismo modo, MCR pondrá en marcha un programa de fidelización diseñado para premiar y reforzar el compromiso con sus clientes. "En MCR siempre hemos creído que nuestro crecimiento pasa por cuidar a quienes confían en nosotros día a día. Queremos que cada interacción con MCR tenga un valor añadido, y este programa es una forma tangible de agradecer la fidelidad y construir relaciones a largo plazo", destaca el CEO de MCR.

En términos de negocio, el objetivo de MCR para 2025 es seguir creciendo de forma sólida, manteniendo el foco en el servicio al cliente, la eficiencia y en donde la diversificación de negocio permita al mayorista estar preparado para afrontar los retos de este 2025.



Como parte de esta evolución, MCR estrenará este año nuevas instalaciones ubicadas en Getafe (Madrid). Eduardo Moreno, Director General explica que "cada cambio de sede en nuestra historia ha respondido siempre al objetivo de mejorar nuestra capacidad operativa. En este momento de madurez empresarial, esta nueva ubicación responde a nuevas necesidades logísticas y de servicio, adaptándonos a un mercado cada vez más exigente en tiempos de entrega y disponibilidad".

A lo largo de sus 25 años de historia, MCR ha mantenido una política de crecimiento prudente, combinando inversiones estratégicas con un riguroso control de costes.

Desde la dirección financiera, Carlos Rodríguez, CFO de MCR, subraya que "la sostenibilidad y la rentabilidad han sido los pilares de nuestra estrategia durante estos 25 años. Especialmente en los últimos cinco, hemos tenido que tomar decisiones financieras clave para adaptarnos a un entorno cambiante, marcado por la pandemia, la inflación y otras situaciones socioeconómicas globales".

mejor se ajuste a su entorno y preocupaciones, ya sea mejorar la calidad del aire en casa, reducir alérgenos o eliminar contaminantes químicos”, especifica la responsable de Jocca.

Cecotec explica que los filtros de carbón activado sirven para eliminar partículas más pequeñas y olores, “proporcionando un entorno más puro y saludable”. Y el responsable de Eurofred señala que los filtros HEPA de alta eficiencia son “capaces de capturar partículas finas, contaminantes gaseosos y microorganismos como bacterias y virus”, mientras que los ionizadores o sistemas UV “mejoran aún más la capacidad de purificación del aire”.

Por ejemplo, B&B Trends apunta que los últimos modelos de purificadores Ufesa equipan un sistema de filtración multicapa que cuenta con un prefiltro, que “captura partículas grandes, como polvo y pelo de mascotas, protegiendo los filtros principales”; un filtro HEPA 13, que “elimina las partículas finas, incluyendo alérgenos, bacterias y virus, mejorando la calidad del aire”; y un filtro de carbón activo, que “absorbe humos, olores y compuestos orgánicos volátiles, proporcionando un ambiente más fresco”. Igualmente, Cecotec reseña que sus nuevos puri-



FOTO: TAURUS

ficadores cuentan con un prefiltro, un filtro de carbono y otro de alta eficiencia, además de un sensor de suciedad e indicador en la pantalla LED de la información sobre la calidad de aire, entre otras opciones. Y Martí señala que los purificadores más innovadores de Haier disponen de filtros HEPA y tecnología UVC.

La legislación, catalizador del sector

La regulación que llega desde la Unión Europea obliga a los fabricantes a innovar para adaptarse a las nuevas exigencias. “Las normativas actuales están jugando un papel clave en la transición hacia sistema de climatización más sostenibles. Estas regula-

FOTO: PANASONIC



EDITORIAL PROTIENDAS EN ISH 2025

ISH Frankfurt 2025: Innovaciones en calidad del aire y climatización



Del 17 al 21 de marzo de 2025, la ciudad de Frankfurt acogió una nueva edición de ISH, la feria líder mundial en climatización y agua. Este evento reunió a los principales fabricantes del sector, quienes presentaron las últimas soluciones en calefacción, ventilación y tratamiento del aire interior. En un contexto donde la calidad del aire en espacios cerrados es clave para la salud y el rendimiento laboral, las tecnologías expuestas en ISH marcaron un hito en eficiencia, confort y sostenibilidad y Editorial Protiendas quiso formar parte de ello.

El aire que respiramos: un factor clave en el trabajo

La calidad del aire en entornos laborales influye directamente en la salud y productividad de los empleados. Parámetros como el nivel de dióxido de carbono (CO₂), la humedad y la presencia de partículas en suspensión afectan el bienestar de las personas. En espacios mal ventilados, el CO₂ puede acumularse hasta niveles perjudiciales, causando fatiga y pérdida de concentración. Para evitarlo, los sistemas modernos de climatización incorporan sensores que regulan automáticamente la renovación del aire, asegurando un ambiente óptimo.

Soluciones avanzadas para un aire limpio

La ISH 2025 fue el escaparate de innovaciones en sistemas de filtrado de aire. Desde filtros mecánicos que eliminan polvo y partículas hasta filtros fotocatalíticos con luz ultravioleta capaces de neutralizar virus y bacterias, las tecnologías expuestas ofrecen soluciones para todo tipo de espacios, desde oficinas hasta hospitales. También se presentaron sistemas de absorción con carbón activado, ideales para eliminar compuestos orgánicos volátiles y gases nocivos en entornos urbanos e industriales.

Climatización eficiente y sostenible

Los sistemas de aire acondicionado y ventilación no solo mejoran la calidad del aire interior, sino que también contribuyen a la eficiencia energética de los edificios. La integración de recuperación de calor y control automatizado permite reducir el consumo energético sin comprometer el confort. En ISH 2025, los visitantes pudieron conocer soluciones que combinan ventilación controlada con aislamiento térmico y acústico, optimizando la climatización sin necesidad de abrir ventanas y perder energía.

La revolución de la calefacción

Para alcanzar los objetivos climáticos, Europa debe reducir significativamente sus emisiones de CO₂. En este contexto, la modernización del sector de la calefacción es esencial. ISH 2025 mostró una variedad de tecnologías



FOTO: MESSE FRANKFURT EXHIBITION GMBH / JOCHEN GÜNTHER

sostenibles, desde bombas de calor que aprovechan la energía ambiental hasta sistemas híbridos que combinan combustibles fósiles y renovables. También se exhibieron sistemas de calefacción de biomasa y calderas listas para hidrógeno, ofreciendo alternativas ecológicas para propietarios y empresas. Además, el evento abordó las subvenciones y apoyos gubernamentales para la modernización de sistemas de calefacción.

La conferencia "Construyendo el Futuro"

Además de la presentación de productos y tecnologías, la feria contó con eventos destacados como la conferencia "Construyendo el Futuro". Este encuentro reunió a expertos del sector inmobiliario, arquitectos, urbanistas y representantes de instituciones para debatir estrategias sostenibles en construcción, calefacción y climatización.

Un evento imprescindible para el sector

ISH Frankfurt 2025 se consolida como el punto de referencia para profesionales de la climatización y el tratamiento del aire. En un mundo donde la calidad del aire interior y la eficiencia energética son requisitos esenciales, las innovaciones presentadas en la feria definirán el futuro de la ventilación, la calefacción y la sostenibilidad.



FOTO: TOSHIBA

ciones, que buscan reducir el impacto ambiental y mejorar la eficiencia energética de los edificios fomentando el uso de tecnologías más limpias”, expone la responsable de Daikin.

“Las regulaciones europeas han impulsado la adopción de equipos más eficientes y sostenibles. Haier ha desarrollado soluciones alineadas con el Reglamento Ecodesign, incorporando materiales reciclables y optimizando el rendimiento energético de sus sistemas”, añade Martí.

De igual modo, Cecotec explica que la regulación sobre eficiencia energética y emisiones han impulsado a la compañía a lanzar modelos más sostenibles y eficientes. “Estas normativas nos han llevado a priorizar el diseño de productos que cumplan con estándares más estrictos, reduciendo el consumo energético y las emisiones de gases refrigerantes nocivos. A su vez, hemos introducido tecnologías como la Inverter,

FOTO: CECOTEC



¿QUÉ BUSCA EL CLIENTE DE TRATAMIENTO DEL AIRE?

El interés de los consumidores por los equipos de tratamiento del aire (purificadores, humidificadores, deshumidificadores...) ha aumentado sustancialmente desde la pandemia. ¿Qué factores son los que más influyen en su decisión de compra?

“Los consumidores valoran principalmente la eficiencia energética de los dispositivos, buscando reducir tanto el impacto ambiental como los costos asociados al consumo eléctrico. La calidad y eficacia en la purificación del aire también son determinantes, especialmente en contextos urbanos con altos niveles de contaminación. La conectividad y facilidad de uso, que permitan un control remoto y personalizado de los equipos, también se han convertido en características muy apreciadas. Además, el diseño estético y la integración armoniosa en los espacios domésticos influyen significativamente en la elección del producto”, detalla Ufesa-B&B Trends.

Jordi Echevarría (River International) afirma que los clientes que buscan un purificador lo hacen porque tienen la necesidad de mejorar la calidad del aire interior de un espacio por la existencia de alguna alergia o enfermedad, por lo que “están dispuestos a invertir más dinero y a informarse más y mejor”.

En cuanto a los sistemas de ventilación, reseña que “el consumidor se ha dado cuenta de que no basta con cualquier ventilador, por lo que la rumorosidad, el modo nocturno y que sea conectable e inalámbrico son factores muy importantes y el usuario los valora, aceptando pagar más por estas características”. Como respuesta a ello, se están introduciendo innovaciones como conectividad, baterías más duraderas para los modelos inalámbricos de ventilador o aspas optimizadas para disminuir la rumorosidad, pensadas especialmente para ayudar a dormir por la noche.

Cristina Gimeno (Jocca) indica que los principales factores que influyen en la decisión de compra de los consumidores de ventiladores, purificadores y deshumidificadores son “eficacia y rendimiento, precio y relación calidad-precio, consumo energético, ruido y comodidad, innovación y tecnología y sostenibilidad”. Esto da pie al desarrollo de innovaciones como motores de bajo consumo y tecnología Inverter, la incorporación de control inteligente y conectividad WiFi, modos inteligentes de control o diseños ultrasilenciosos. Y especialmente importante es la evolución de los sistemas de filtrado, “desde filtros HEPA para alérgicos hasta combinaciones con carbón activado para eliminar olores o UV-C para desinfección”, apunta.

Por su parte, Taurus remarca que “el precio sigue siendo muy importante a la hora de decidir un producto, así como el diseño”. Todo ello, sin olvidarnos de la conectividad y el control remoto a través de WiFi, que son características cada vez más demandadas por los clientes. “Los usuarios lo perciben como algo positivo y que aporta valor añadido al producto”, remarca la firma.

que optimiza el uso de energía, y mejorado nuestros sistemas de filtración para cuidar el medio ambiente.

Además, usamos materiales reciclables y desarrollamos dispositivos que se ajustan automáticamente para maximizar la eficiencia, asegurando que nuestros productos no solo cumplan con las regulaciones, sino que también ofrezcan un valor añadido a nuestros clientes”, puntualiza la firma.

Uno de los puntos en los que más hincapié están haciendo los fabricantes es el desarrollo de equipos que operen con gases refrigerantes más respetuosos con el medio ambiente, como los R-744, R-32 o R-290. “Estamos trabajando en el desarrollo de soluciones que utilicen refrigerante R-744 (CO₂), lo que representa un avance crucial hacia el sector de la construcción, en línea con la normativa actual de gases fluoradas (UE 2024/573), que tiene como objetivo avanzar hacia refrigerantes con un PCA más bajo”, puntualiza la responsable de Daikin.

Asimismo, Clotet apunta que Panasonic, atendiendo a las exigencias del Reglamento F-Gas, ha lanzado bombas de ca-



FOTO: HTW (GIA GROUP)

lor con gas R-290, “un refrigerante natural con un impacto ambiental reducido y una eficiencia superior”. Igualmente, Martín anota que LG “ha integrado refrigerantes ecológicos como el R-32 y el R-290.

Por otro lado, la responsable de GIA Group señala que las últimas normati-

vas europeas, que intentan que se dejen de instalar las calderas alimentadas por combustibles fósiles, “están impulsando a los fabricantes a desarrollar sistemas más eficientes y sostenibles, como las bombas de calor y soluciones híbridas que combinan diferentes fuentes de energía”.

FOTO: SAMSUNG





FOTO: UFESA (B&B TRENDS)

PAE de cuidado personal

LA SALUD ES LO PRIMERO... PERO SIN OLVIDAR LA BELLEZA

Entre los productos que se engloban dentro de las familias de PAE de cuidado personal se encuentran algunos de los que más interés despiertan entre los consumidores y que más tráfico generan en las tiendas de electrodomésticos. Repasamos algunas de las tendencias que están moviendo el mercado.

¿Quién no tiene en su casa productos como un secador, una depiladora, una afeitadora o una báscula? Éstos son algunos de los aparatos más populares de las familias de salud, belleza, deporte y bienestar, que englobamos dentro de la categoría de cuidado personal y donde se incluye un enorme universo de productos.

De acuerdo con los datos recopilados por la Federación Española de Comerciantes de Electrodomésticos (FECE), el PAE supone alrededor del 9% de la facturación global del sector. Y las empresas consultadas cada año por Pro-tiendas para el especial de distribución indican que el PAE supone entre el 9% y 20% de sus ventas. De esta cifra, aproximadamente la mitad correspondería a PAE de cuidado personal, repartiéndose el resto entre PAE de cocina y hogar.

Aunque la importancia del PAE de cuidado personal va mucho más allá de su facturación, ya que se trata de aparatos que llevan a muchas personas a los establecimientos. En primer lugar,



FOTO: JATA

NUEVOS ASPIRADORES INSPIRE

Aspiración definitiva para toda la casa

Haz crecer tu negocio sin límites con la nueva gama Ufesa Inspire

Máxima flexibilidad

Accesorios para mascotas
Solo disponible en algunos modelos

Tecnología multiciclónica
Optimiza el flujo del aire de aspiración sin perder potencia de succión

ufesa
Feel like home

Descubre la gama Inspire en ufesa.es



FOTO: REMINGTON (SPECTRUM BRANDS)

porque son productos casi de primera necesidad, que acudimos a comprar inmediatamente si nos quedamos sin ellos. Esto sucede, por ejemplo, con secadores, afeitadoras, etc.

Pero también hablamos de dispositivos muy atractivos para los consumidores, que acuden a las tiendas a ver y comparar planchas de pelo, moldeadores, depiladoras, básculas, etc., con el fin de conocer de primera mano las novedades y las nuevas funciones que ofrecen. Ya sea por una cosa o por la otra, lo cierto es que el tráfico que genera esta categoría parece indiscutible.

FOTO: BEURER (RIVER INTERNATIONAL)



tenido debido a la comodidad y privacidad que ofrecen estos productos. Además, los consumidores valoran cada vez más la personalización y eficacia, buscando soluciones que se adapten a sus necesidades específicas. Asimismo, las redes sociales han sido un factor importante en la popularización de estas rutinas, con influencers y expertos compartiendo sus experiencias y recomendaciones, lo que ha contribuido al crecimiento sostenido de esta categoría", detalla Cecotec.

Igualmente, Reyes Embid, Marketing Manager de Rowenta Beauty, marca perteneciente a Groupe SEB, afirma que "la demanda evoluciona positivamente, porque vemos un consumidor cada vez más consciente de la salud capilar, más exigente, que prioriza su cabello en su look final y que, como buen conocedor, busca artículos más especializados y que garanticen un buen cuidado capilar y un acabado profesional en casa". Asegura que "es un mercado que ha crecido un 26% y que donde muestra mayor evolución es en las gamas más premium, por encima de los 100 euros".

Cristina Esandi, Directora de Marketing de Jata, también dice que "la demanda de beauty crece", impulsada por el "culto al cuerpo" y el aumento del interés por el bienestar. En la misma dirección, Cristina Gimeno, responsable de Comunicación e Imagen de Jocca, afirma que "la gama de belleza está ganado cada vez más protagonismo y el público masculino se ha sumado al impulso de esta línea, reflejándose en su creciente demanda". Además, insiste en que "los clientes cada vez están más informados y saben lo que quieren y cómo lo quieren".

Asimismo, B&B Trends, fabricante de Ufesa, apunta que "durante el último año, la demanda de productos de cuidado personal ha seguido creciendo". "Este aumento ha sido impulsado por una mayor conciencia sobre el autocuidado y la salud, así como por la necesidad de los consumidores de obtener resultados profesionales desde la comodidad de sus hogares. Además, la innovación ha mejorado la experiencia de uso, ofreciendo dispositivos más avanzados y fáciles de manejar".

Y Taurus señala que "la demanda ha ido creciendo ligeramente, debido a una ma-

yor conciencia del autocuidado y la falta de tiempo, que aumenta el uso doméstico de este tipo de productos".

¿Cuáles son las tendencias?

Este incremento de la demanda de productos de cuidado personal se traduce en determinadas tendencias de mercado. "En la categoría femenina, los secadores y planchas continúan siendo los productos estrella, ya que siguen siendo herramientas esenciales en la rutina de muchas consumidoras. Y una tendencia en crecimiento es la popularidad de los cepillos de aire, que cada vez ganan más protagonismo, gracias a su versatilidad y facilidad de uso, ofreciendo un peinado rápido y con resultados de salón en casa", detalla María José Barboza, Marketing & Communication Manager de Spectrum Brands, propietaria de Remington, entre otras marcas.

B&B Trends-Ufesa anota que en cuidado del cabello se detecta un creciente interés en "dispositivos que incorporen



FOTO: SAMSUNG

tecnologías como iones negativos, revestimientos cerámicos y tratamientos con queratina o argán para proteger el cabello del calor y mejorar su aspecto".

La responsable de Rowenta también se refiere a las tendencias en los peinados, que se reflejan en la venta de determinados productos, como las melenas sueltas con ondas naturales, los flequillos o los recogidos para momentos especiales. "Para ello, cada vez hay más

productos que cuidan el cabello y que permiten multitud de estilos, adaptándose a cada mujer y cada necesidad", declara. Por ejemplo, habla de soluciones innovadoras como los cepillos reparadores que reparan la cutícula del cabello. Y también otros productos tradicionales, como secadores, planchas, cepillos de aire, etc.

En esta misma dirección, Cecotec destaca las planchas de pelo con aire, que

beurer

Pistola de masaje

Función de calor y frío

MG 195
HOT & COLD

Distribuidor exclusivo: River International S.A.
www.riverint.com · contacto@riverint.com

www.beurer.com

¿PREPARADOS PARA EL REGLAMENTO DE CIBERRESILIENCIA?

Los fabricantes y distribuidores de electrodomésticos son conscientes de que los consumidores están cambiando mucho en los últimos años, por lo que han de adaptar tanto su oferta como sus estrategias. “Ahora, los clientes están más informados, son exigentes y buscan productos que se adapten a sus necesidades específicas”, declara Cristina Gimeno (Jocca). En particular, detecta cinco tendencias:

Eficacia profesional. “Buscan resultados comparables a los de un salón o centro estético, pero con la comodidad del uso doméstico”, asegura.

Innovación y tecnología. “La incorporación de inteligencia artificial, conectividad y personalización en los dispositivos es cada vez más apreciada”, afirma Gimeno.

Sostenibilidad. La responsable de Jocca dice que los consumidores “prefieren productos con materiales ecológicos, recargables y con procesos de fabricación responsables”.

Fácil uso y ergonomía. Gimeno indica que los usuarios reclaman “dispositivos intuitivos, cómodos y adaptados a diferentes tipos de piel y cabello”.

Multifuncionalidad. Finalmente, recalca que se demandan “productos que ofrezcan varias funciones en un solo dispositivo, para optimizar tiempo y dinero”.



FOTO: JOCCA

“facilitan el proceso de peinado al combinar el secado y alisado, lo que ahorra tiempo y reduce el daño por calor”; o los moldeadores de pelo, que “ofrecen la flexibilidad de cambiar de estilo fácilmente, permitiendo crear rizos, ondas o alisados con un solo dispositivo”.

Por su parte, Taurus se detiene en la tendencia al alza de los “secadores de pelo diseñados exclusivamente para pelo rizado”, así de los moldeadores de cabello. La responsable de Jocca cita los “cepillos iónico anti-frizz, los secadores térmicos inteligentes y los rulos con calor infrarrojo para proteger el cabello”. Y Esandi hace hincapié en la con-

solidación de los secadores con motor Brushless Direct Current (BLDC), por su “eficiencia, durabilidad y experiencia de secado más silenciosa”.

En depilación, B&B Trends-Ufesa destaca que “la rapidez y precisión son clave, con dispositivos más ergonómicos y adaptados a distintos tipos de vello”. Aquí nos encontramos tanto con dispositivos con tecnología IPL (luz pulsada), equipos láser domésticos, depiladoras con cabezales mejorados o rasuradoras inteligentes, que detectan la presión y densidad del vello.

En cuidado masculino, Barboza apunta que “las afeitadoras siguen manteni-

do una gran demanda, ya que los hombres buscan cada vez más herramientas que les ofrezcan precisión, comodidad y eficiencia en su rutina de afeitado”. La responsable de Jocca destaca las afeitadoras con microvibraciones, “para una mayor precisión y menor irritación”. Y la responsable de Spectrum Brands señala que otra tendencia es el aumento de la demanda de afeitadoras de cabeza o para calvos.

En cuanto a cortapelos, Jordi Echevarría, Director Comercial de River International, distribuidora de marcas como Wahl o Beurer, entre otras, indica que el usuario busca “productos con mayor duración de batería y accesorios para poder realizar los peinados que se demandan hoy, facilitando los cortes y acabados más atrevidos”.

Cecotec también pone el acento en el auge de los dispositivos enfocados en el cuidado de la piel. “Entre los productos destacados se encuentran los masajeadores faciales, cepillos de silicona par una limpieza profunda, máscaras led y otros dispositivos innovadores que, aunque solían ser exclusivos de las clínicas, ahora permiten disfrutar de tecnología avanzada en casa”. Por ejemplo, la firma ha lanzado un pack de rutina facial “pensado para eliminar impurezas, descongestionar e hidratar el rostro en tres sencillos pasos: limpiador, antiojeras y masajeador facial”, gracias a sus sistemas de vibración, luz led, calor y microcorrientes EMS.

FOTO: ROWENTA (GROUPE SEB)



taurus

NUEVA GAMA

HOMELAND
ULTIMATE

ASPIRADORES
LIGEROS
Y POTENTES





FOTO: UFESA (B&B TRENDS)

En salud, vemos un auge de productos como básculas inteligentes y tensiómetros y pulsioxímetros conectados, que permiten volcar los datos en una app móvil a través de bluetooth u otros sistemas. Por ejemplo, el Director Comercial de River International destaca el sistema Scan&Save de los tensiómetros Beurer, que permite que los datos registrados por cualquier modelo se vuelquen a su aplicación de Health Manager solo con escanear la medición.

Otra familia clásica es la de cuidado bucal. Giménez anota que el mercado se mueve hacia cepillos sónicos vinculados con apps. Y cada vez son más

populares los irrigadores con ajuste de presión inteligente.

También crece el interés por los productos relacionados con el deporte. "El aumento de la práctica de deporte ha generado mayor venta en las pistolas de masaje", anota Echevarría. Cada vez son más los usuarios que buscan este tipo de aparatos, que incluso permiten elegir entre masaje con frío o calor. Asimismo, Gimeno se detiene en los masajeadores de percusión y calor, los electroestimuladores personalizados o los sistemas de terapia lumínica LED para recuperación muscular.

Otra categoría interesante son los productos de fitness y rehabilitación, como las máquinas con sensores de rendimiento y plataformas de vibración para mejorar la circulación y fortalecer los músculos, como señala la responsable de Jocca.

También despiertan mucho interés los smartwatches, smartbands y relojes deportivos. "Estos dispositivos permiten a los usuarios tomar el control de su bienestar. Además, optimizan el rendimiento deportivo y ofrece recomendaciones personalizadas para cada caso", explica Samsung.

Y hay un nuevo producto en esta categoría que va a dar mucho que hablar: los anillos inteligentes. Samsung indica que este tipo de dispositivos "redefinen el bienestar con un diseño compacto y tecnología avanzada para un seguimiento continuo de la salud". Esto se logra gracias a la incorporación de sensores de alta precisión que monitorizan la frecuencia cardíaca, la variabilidad del ritmo cardíaco (HRV, por sus siglas en inglés) y la calidad del sueño. "Todo esto, en un dispositivo discreto y cómodo, para poder llevarlo todo el día y la noche", añade la compañía.

Todos esos datos recopilados por relojes, pulseras y anillos se vuelcan en aplicaciones que permiten su análisis, ofreciendo detallados informes sobre la salud o los

FOTO:TAURUS



patrones del sueño y recomendaciones personalizadas, adoptando un enfoque que apuesta por la prevención.

¿Cómo ayudar a la tienda a mejorar la venta?

Las marcas saben que fabricantes y distribuidores van en el mismo barco, por lo que hacen importantes esfuerzos para impulsar la venta de esta categoría de productos. "Conscientes de la importancia de apoyar a los retailers e impulsar sus ventas, ponemos a su disposición un conjunto de herramientas que les sirven para nutrir sus estrategias y garantizar una experiencia de compra inmejorable que logre la satisfacción del cliente, tanto en tiendas físicas como online. Ofrecemos formación especializada, asegurándonos de que nuestros distribuidores estén bien informados sobre los aspectos técnicos y las ventajas únicas de cada dispositivo. Gracias a ello, son capaces de asesorar a los clientes de manera efectiva, ayudándoles a tomar decisiones

de compra informadas y alineadas con sus necesidades. Igualmente, nuestro departamento de TradeMarketing trabaja junto con ellos para hacer su punto de venta más atractivo a través de acciones, estrategias y elementos como stoppers, displays, etc. Aparte, proporcionamos todo un abanico de contenidos audiovisuales de calidad, que resaltan las características de nuestros productos. Estos materiales no solo mejoran la presentación en la tienda, sino que también ayudan a explicar los beneficios de nuestros secadores, planchas, moldeadores, etc. Este contenido se complementa con tutoriales y guías de uso que sirven a los clientes para conocer cómo maximizar el potencial de nuestros productos. Además, colaboramos con influencers y expertos en belleza para ampliar el alcance y la credibilidad de nuestra marca", detalla Cecotec.

Asimismo, Embid explica que Rowenta trabaja en campañas conjuntas con sus retailers "para dinamizar los espacios y

mejorar la experiencia de compra". "En 2024 realizamos algunas activaciones en punto de venta con decoraciones premium, destacando el acceso a producto e invitando a influencers de alto impacto para generar tráfico.

Además, es fundamente un personal en tienda cualificado, ya que el consumidor es cada vez más experto y exigente. Y es fundamental tener un contenido cualitativo y atractivo para nuestros consumidores", añade.

En cuanto a las mejores estrategias para potenciar la venta en tiendas físicas, la responsable de Jocca recomienda ofrecer "experiencias atractivas, asesoramiento personalizado, diseño atractivo en el posicionamiento del artículo y campañas promocionales". Y en el caso de los ecommerce, aconseja brindar "contenido visual de calidad, reseñas y opiniones positivas, optimizar los procesos de compra y tener presencia activa en redes sociales".

Aire fresco para tu hogar.

Nueva colección de ventiladores Jata.

DESCUBRE LA GAMA COMPLETA EN NUESTRA WEB

www.jata.es

Jata DESDE 1943

Cecotec fusiona tradición y vanguardia

Cecotec, siempre a la vanguardia en el mundo de los electrodomésticos, lanza su nueva línea de placas de gas, concebida para transformar la experiencia culinaria mediante un equilibrio perfecto entre funcionalidad y estilo. Esta colección, que incluye las series 200, 400 y 800, ofrece una amplia gama de opciones adaptadas a todos los gustos y necesidades, manteniendo la calidad e innovación que distinguen a la marca; todo ello con un precio altamente competitivo.



Nada se compara con la cocina tradicional y Cecotec lo sabe. Por eso, estas novedades permiten conservar la esencia de siempre, adaptándose a cualquier receta gracias a la extraordinaria potencia de sus fuegos, que varía según el modelo. Con diseños en inox, nano glass y black glass y parrillas de hierro fundido, tanto individuales como completas, estos electrodomésticos no solo son prácticos, sino que también destacan por la sofisticación de sus acabados.

El modelo Bolero Squad G 5800S Eternal Nano Glass, perteneciente a la serie 800, es el más completo de esta nueva generación de placas de gas de Cecotec. Se distingue por su acabado en Nano Glass, un material resistente a arañazos y antihuellas que, al mismo tiempo, facilita la limpieza al no absorber ni retener grasa. Además, este diseño aporta un toque de elegancia y modernidad a cualquier espacio culinario, convirtiéndolo en un lugar tanto funcional como estéticamente atractivo.

Equipada con cinco fuegos que suman una potencia máxima de 13,1 kW y parrillas individuales de hierro fundido, esta placa ofrece una versatilidad incomparable. Las distintas dimensiones y potencias de sus quemadores hacen posible preparar una gran variedad de platos, desde los más sencillos hasta los más complejos, manteniendo siempre ese toque tradicional tan valorado. Además, incluye un quemador superpotente de 5,6 kW y fabricado con latón, que la marca ha bautizado como Eternal, para cocinar a altas temperatu-



ras, siendo ideal para obtener resultados óptimos y sabores intensos cuando se realizan salteados o frituras rápidas.

Por otro lado, Cecotec ha añadido un soporte específico para wok en esta novedad. Este accesorio de hierro fundido, que asegura una estabilidad y resistencia al calor excepcionales, es perfecto para preparar miles de recetas con técnicas culinarias auténticas y disfrutar de las posibilidades que ofrece esta herramienta de cocina.

La comodidad es otro de los puntos fuertes de esta placa, que incorpora todas las ventajas del encendido electrónico. Este mecanismo sirve para iniciar la cocción de manera rápida y sencilla, simplemente girando los mandos exteriores, lo que facilita su uso diario.

Aparte, Cecotec ha demostrado que la seguridad es siempre una prioridad a la hora de desarrollar sus productos. Por eso, cada quemador de esta placa está equipado con un sistema que corta automáticamente el suministro de gas si la llama se apaga, ofreciendo así una mayor tranquilidad a quien la utiliza.

También se caracteriza por su adaptabilidad, permitiendo el uso tanto de gas GLP como de gas de ciudad. Esto es posible gracias a inyectores de conversión incorporados como accesorio, que facilitan el cambio entre ambos tipos de suministro.

Con la Bolero Squad G 5800S Eternal Nano Glass, cada comida se convierte en una experiencia inigualable, consolidando a Cecotec como líder indiscutible en el mercado de electrodomésticos.



El extra para una piel más firme y bonita

Masajeador por ventosas **VC 150**

Tecnología 3 en 1

- ✓ Masaje con ventosas
- ✓ Electroestimulación muscular (EMS)
- ✓ Terapia con luz roja.

Aplicación profunda y flexible

- ✓ Estimula el sistema linfático
- ✓ Masajea distintas capas del tejido conjuntivo
- ✓ Descompone los depósitos de grasa



Apto para diferentes parates del cuerpo



El efecto de succión descompone los depósitos de grasa, aumenta los niveles de oxígeno de la sangre y ayuda a alisar y tonificar la piel.



MCR Mayorista líder en productos de
tecnología y electrónica de consumo

CANAL IT | GAMING | MOVILIDAD | PAPELERÍA |
AV PRO | SEGURIDAD ELECTRÓNICA |
DRONES | ENTERPRISE & SYSTEMS

mcr.com.es