



HA-NP1





**Escucha todo.
Sin desconectarte de nada.**

Comodidad que acompaña
cada movimiento

LUIS MORENO JORDANA
Director general de ECOLEC
**EDUARD REINÉS
MARTOS**
Sales Director de One For All

**SOSTENIBILIDAD,
ECONOMÍA CIRCULAR Y
GESTIÓN DE LOS RESIDUOS**
Un sector concienciado

VUELTA AL COLE
Una campaña clave
para la venta
de tecnología

Lenovo
YOGA

Smarter
technology
for all

Lenovo

Crea sin límites

Descubre el Lenovo Aura Edition AI PC, diseñado con Intel. Libera todo tu potencial creativo con las nuevas funciones inteligentes del **Lenovo Yoga Slim 7i Aura Edition**.

Para utilizar la función de tocar y compartir, la app Smart Share debe estar en ejecución. Solo con fines demostrativos. La interfaz real puede variar.



Es posible en tu ordenador Intel con IA



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

Departamento Comercial:
Carmen Sánchez y Paloma Elices

Soporte Informático:
Dimanet Informática

Impresión y Fotomecánica:
Agrupa 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 Gareña"
28806 Alcalá de Henares (Madrid)
Tel. 91 802 41 20
www.revistaprotiendas.com
contacto@editorialprotiendas.es



pro
tien
das
editorial

SUMARIO



06

LUIS MORENO JORDANA
DIRECTOR GENERAL
DE ECOLEC



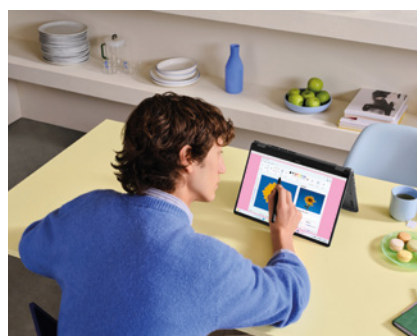
10

SOSTENIBILIDAD,
ECONOMÍA CIRCULAR Y
GESTIÓN DE LOS RESIDUOS



34

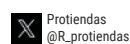
EDUARD REINÉS MARTOS
SALES DIRECTOR DE
ONE FOR ALL



38

VUELTA AL COLE

04 - 33 - 45 - 46 PRODUCTOS QUE DAN NEGOCIO



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.

Rowenta presenta en Casa Rowenta sus apuestas 2025

Rowenta se adapta a todas las necesidades y vuelve a demostrar por qué es líder en tecnología para el bienestar en el hogar presentando una completa línea de nuevas herramientas de alta tecnología este 2025. Entre las novedades presentadas en CASA ROWENTA destacaron en la categoría Belleza:

Nuevo secador alisador de diseño ergonómico **AIR MOTION**. Se caracteriza por su potente tecnología iónica y la innovación en su diseño curvado y ergonómico que lo hace dos veces más ligero. Este secador cuenta con la revolucionaria boquilla alisadora, que permite secar y alisar a la vez con menos calor. Gracias a la tecnología Coanda, esta boquilla produce dos corrientes de aire que se unen alrededor de cada mechón, envolviendo, y alisando el cabello suavemente mientras se seca, garantizando así un acabado natural. Su flujo de aire puede llegar a alcanzar los 170 km/h gracias a su potente motor digital. Air Motion se incorpora a la gama Ultimate Experience de Rowenta. En esta gama se pueden encontrar productos icónicos diseñados para ofrecer una solución a medida, desde el potente secador Maestria hasta la innovación del cepillo reparador Hair Therapist o Reverso, el cepillo 2 en 1 que

seca y moldea. Sea cual sea tu estilo, Rowenta tiene el producto que más se ajusta a ti para poder lucir tu mejor melena.



Barber Experience de Rowenta Man: resultados impecables sin salir de casa. Para revelar tu estilo con la máxima precisión Barber Experience eleva tu rutina de cuidado al siguiente nivel. Esta excepcional gama compuesta por Cortapelos y Recortadora Barber ha sido diseñada para

cubrir todos los estilos: desde el acabado más definido hasta el look más despreocupado y natural.

El **Cortapelos** cuenta con una cuchilla XL (45 mm) de acero inoxidable y 6 peines fijos que cortan grandes cantidades de cabello en una sola pasada. La Recortadora ofrece acabados de alta precisión en cabello y barba. Su combinación de cuchilla en T, inspirada en



los barberos, y cinco peines fijos permite definir bordes nítidos y conseguir un look profesional. Las cuchillas de carbono tipo diamante, 40 veces más resistentes que las convencionales, garantizan un corte de alta precisión y larga duración.

En la categoría de **Steamers Pure Force**; el steamer de mano más potente de Rowenta, es el mejor 2 en 1 del mercado para cuidar tu ropa de forma rápida, eficiente y sin complicaciones. Una plancha vertical revolucionaria que cambia sin problemas entre el planchado horizontal y el vapor vertical, eliminando arrugas en segundos e ideal para cuidar tus prendas sin esfuerzo.



Y para el hogar, la revolucionaria X-Clean 10, una innovadora fregona eléctrica sin cable que ofrece resultados asombrosos en una sola pasada, no solo friega, sino que también aspira, haciéndola así una herramienta de limpieza 2 en 1, perfecta en todo tipo de suelos duros. ¡Delega tus tareas de limpieza y únete a la nueva generación de la limpieza doméstica! Gracias a su tecnología Wet&Dry, la nueva X-Clean 10 de Rowenta integra todo lo necesario para lograr una limpieza perfecta, simplificando tu rutina y haciéndola mucho más eficiente. Elimina todo tipo de residuos en una sola pasada, ya sean húmedos o secos, desde las partículas de polvo más pequeñas hasta las grandes manchas. Además, cuenta con inteligencia artificial, con la que puede detectar el tipo de suciedad y ajustar automáticamente el flujo de agua necesario para eliminar todos los residuos.



SERIE NEO

Descubre el futuro de la cocina sin esfuerzo con la **Serie Neo**.





Luis Moreno Jordana

DIRECTOR GENERAL DE ECOLEC



Luis Moreno Jordana, director general de Fundación ECOLEC, lidera una organización clave en la gestión de residuos electrónicos en España. En un contexto de creciente exigencia normativa y compromiso ambiental, ECOLEC se ha posicionado como un aliado estratégico para el canal retail y un referente en la promoción de prácticas sostenibles. En esta entrevista, repasa los hitos más relevantes de la entidad, analiza los retos regulatorios y operativos del sector, y reflexiona sobre el papel que juegan tanto el comercio como el consumidor en la transición hacia una economía circular.

Ecolec se ha consolidado como una entidad clave en la gestión de residuos electrónicos en España. ¿Cuáles diría que han sido los principales hitos de la Fundación en los últimos años?

La constante evolución normativa ha marcado nuestra agenda: en primer lugar, el RD 110/2015, el cual nos obligó a constituir ECOLEC Batería, para dar respuesta a la correcta gestión de los residuos de pilas y acumuladores, y ECOLEC Waste Hub para poder dar servicio a los dos sistemas colectivos de responsabilidad ampliada del productor para los residuos de aparatos eléctricos y electrónicos (RAEE) y para los citados residuos de pilas y acumuladores.

Recientemente, la publicación del RD 1055/2022 para la gestión de residuos de envases, y a petición de nuestros clientes, nos ha llevado en 2023 a constituir Fundación ECOLEC Envases y a poner en marcha un sistema colectivo para la correcta gestión de los residuos de todo tipo de envases de nuestros clientes de aparatos eléctricos y electrónicos, tanto domésticos como comerciales e industriales.



En un momento en que la sostenibilidad se ha convertido en una prioridad estratégica para muchas empresas, ¿qué papel juega Ecolec como aliado del canal retail?

Nuestro papel es el de facilitar soluciones en materia de responsabilidad am-

pliada del productor y servir de conector entre todos los agentes que intervienen en el ciclo de vida de los productos. Tratamos de que la gestión de diferentes flujos de residuos, electrodomésticos, pilas y envases sea una carga lo más liviana posible para fabricantes y distribuidores.





¿Qué nivel de compromiso perciben actualmente por parte del pequeño y mediano comercio especializado en cuanto a la correcta gestión de los RAEE?

Muy alta: año a año nuestras cifras en gestión de este tipo de residuos en el comercio pequeño y mediano no dejan de crecer.

Uno de los desafíos en el sector es traducir la normativa en acciones

concretas para los puntos de venta. ¿Cómo facilita Ecolec este proceso a sus colaboradores?

De la mano de las asociaciones regionales de comerciantes de electrodomésticos, como ACEMA, ACEPA o El Gremio de Comerciantes de Electrodomésticos de Cataluña, entre otras, tratamos de acompañar en los procesos de implementación de la normativa en materia medioambiental que se publica en nues-

tro país; en el caso de los RAEE dotando de contenedores para los puntos de venta, facilitando herramientas informáticas para asegurar la trazabilidad como fija la normativa, etc.

En su opinión, ¿qué debería mejorar o cambiar en el marco regulatorio para hacer más eficaz la recogida y el reciclaje de aparatos eléctricos y electrónicos?

En primer lugar, que el marco regulatorio que tenemos actualmente se cumpla. En segundo lugar, tratar de armonizar las diferentes normativas en los diferentes territorios a fin de facilitar su cumplimiento.

¿Cómo está afrontando Ecolec la transformación digital en sus propios procesos, y cómo afecta esto a sus servicios para el sector retail?

En estos momentos nos hallamos en pleno cambio de nuestros sistemas y procesos informáticos para poder dar respuesta a los diferentes flujos de residuos que gestionamos y tratar de articular procesos sencillos y eficaces que faciliten a los puntos de venta el cumplimiento de las obligaciones que en materia de control y trazabilidad se derivan de la normativa medioambien-



tal, por ejemplo, las obligaciones que se derivan de la reciente orden ministerial que regula la plataforma electrónica en materia de residuos electrónicos.

Han lanzado iniciativas como #Green-Shop para promover puntos de venta sostenibles. ¿Qué balance hacen de estos programas y cuál es su acogida en el comercio de proximidad?

El balance que hacemos es muy positivo: ya contamos con más de un millar de puntos de venta con el distintivo #GreenShop por todo el territorio nacional. Este año llevamos a cabo la quinta edición de los reconocimientos #GreenShop "Oro" y #GreenShop "Plata" para distinguir y premiar a los 50 puntos #GreenShop más comprometidos con nuestros valores y con el cuidado del Medio Ambiente.

¿Qué papel juega el consumidor final en todo este engranaje? ¿Está suficientemente informado y comprometido con el reciclaje de RAEE?

Un papel decisivo: es el agente que pone en marcha toda la cadena; sin él y su compromiso y participación no podemos llegar al cumplimiento de los objetivos ecológicos.

En general, podemos decir que sí está concienciado, si bien necesita de más y mejor información, pues cada vez la gestión de los residuos es más compleja, y, de ponerle las cosas fáciles: si eliminamos barreras y acercamos los puntos de recogida de los diferentes flujos de residuos a los ciudadanos y consumidores será más fácil lograr el cumplimiento de los objetivos medioambientales.

Mirando al futuro, ¿cuáles son los principales retos y oportunidades que ve para Ecolec en el contexto de la economía circular?

Como retos, el facilitar los diferentes procesos relacionados con la correcta gestión de los residuos a los diferentes agentes, bien sean fabricantes, distribuidores o consumidores. Entre las oportunidades, la importancia que este sector tiene en los procesos productivos y de mejora de la Sociedad y el Medio Ambiente: en un contexto geopolítico de es-



casez de materia primas, el poder incrementar el reciclado y valorización en los diferentes flujos de residuos es un gran estímulo para mejorar nuestra actividad y generar riqueza a la Sociedad.

Para cerrar, ¿qué mensaje trasladaría a los profesionales del comercio espe-

cializado que quieren ser parte activa en la transición ecológica?

Que vean el cuidado del Medio Ambiente como una oportunidad para mejorar su propuesta de valor y vincular su actividad con un propósito noble y necesario. climatológicas exteriores.





FOTO: SAMSUNG

Sostenibilidad, economía circular y gestión de los residuos

UN SECTOR CONCIENCIADO

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

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

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

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

Beko Europe

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



FOTO: BEKO EUROPE

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

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

nuyendo la huella de carbono. También se vuelca en la eficiencia energética, introduciendo en sus electrodomésticos tecnologías que reduce el consumo energético. Además, está impulsando el proyecto Bosque Beko, "iniciativa de reforestación que contribuye a la absorción de CO₂ y la regeneración del entorno natural".

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

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

FOTO: BSH

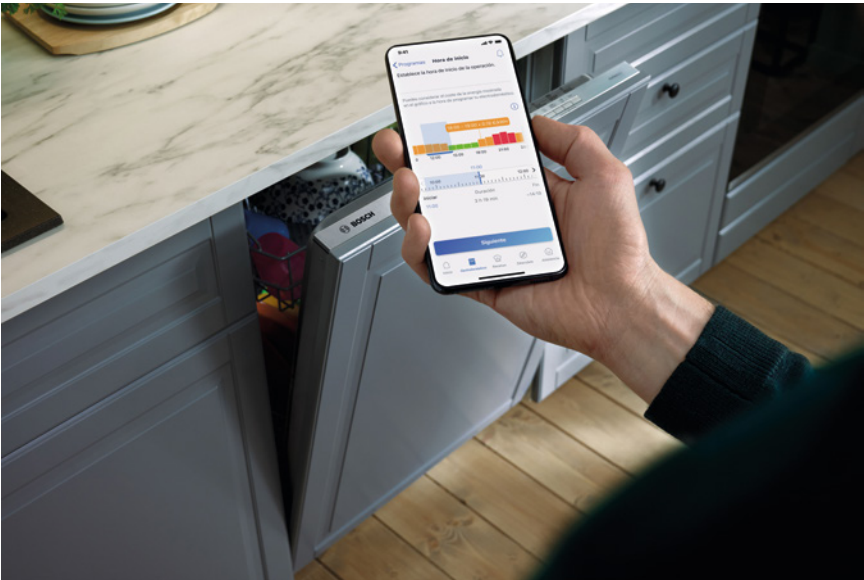




FOTO: BEKO EUROPE

ha promovido el Bosque Grundig, que permite neutralizar 14 toneladas de CO₂ al año.

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

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

Bosch

Bosch destaca su neutralidad en carbono desde 2020 (alcances 1 y 2). “Lo conseguimos aumentando la eficiencia energética, generando nuestra propia energía a partir de fuentes renovables, comprando electricidad verde y, como último recurso, utilizando créditos de carbono para compensar las emisiones residuales de CO₂. En 2023, se compensaron emisiones residuales de unas 581.000 toneladas métricas de CO₂ con créditos de carbono, lo que re-

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

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

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

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

FOTO: BEKO EUROPE





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



#ConectadosPorElReciclajeResponsable



FOTO: UFESA (B&B TRENDS)

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

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

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

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

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

BSH

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

Otro pilar en su compromiso con el medioambiente es la neutralidad en emisiones. “Desde 2020, somos neutros en emisiones de CO₂ de alcance 1 y 2. Además, en 2017 logramos que el 100% de la electricidad que consumimos en España provenga de fuentes renovables”, detalla. Asimismo, cuenta con iniciativas para compensar las

FOTO: DE'LONGHI





FOTO: DYSON

emisiones que no puede evitar. “En 2024, se adquirieron 6.630 toneladas de créditos de CO₂ que, junto con los excedentes de créditos traspasados del año anterior, sirvieron para compensar nuestra huella de carbono correspondiente a ese alcance. Los resultados muestran un avance constante. En 2024, nuestras emisiones del alcance 1 y 2 fueron de 6.145 toneladas, un 16 % menos que en 2023, manteniendo una tendencia favorable desde 2019”, anota. Además, aspira a reducir emisiones en términos absolutos, prestando atención a la cadena de suministro, evaluando la huella de carbono de sus proveedores y planteando como objetivo reducir un 15% sus emisiones del alcance 3.

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

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

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

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

B&B Trends

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

FOTO: CORBERÓ





FOTO: CORBERÓ

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

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

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

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

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

Corberó

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

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

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

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

FOTO: DE'LONGHI





Todo en uno

WATER YOUR WAY



REDUCE LOS
RESIDUOS
DE BOTELLAS
DE PLÁSTICO
EN UN 99%



SOLUCIÓN
DE UNA CAJA

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

Escanear
para saber
más



FRANKE



FOTO: ECOLEC

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

Daikin

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

Además, emplea refrigerantes con menor impacto ambiental y más eficientes, como el R-454 y el R-744 (CO₂). Además, está apostando decididamente por la aerotermia, aprovechando la energía ambiental para climatizar los hogares y producir ACS, “reduciendo hasta un 50% el consumo energético y las emisiones asociadas”. También concede gran importancia a la optimización de los procesos de producción y transporte, incorporando energías renovables en sus plantas y mejorando la eficiencia energética de sus operaciones. Asimismo, cuenta con proyectos de regeneración urbana en ciudades como Lisboa, Milán o Genk,

promoviendo soluciones energéticas sostenibles.

De’Longhi

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

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

FOTO: EUROFRED



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

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

Epson

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

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

mitigar el impacto de nuestras actividades en el medio ambiente reduciendo las emisiones de CO₂, utilizando energías renovables, gestionando el agua de forma responsable, enfocándonos en la innovación sostenible y apostando por la economía circular. Por ejemplo, en el último año, hemos añadido 28 vehículos híbridos y eléctricos a nuestra flota de España y Portugal. También se han realizado acciones de sensibilización sobre el uso del agua o se han implementado sistemas para ahorrar papel y otros recursos en todas nuestras instalaciones”, pormenoriza.



FOTO: DE'LONGHI



FOTO: EUROPEAN RECYCLING PLATFORM



FOTO: EUROFRED

En particular, destaca su transición hacia el uso energías renovables. “En marzo de 2021, anunciamos nuestra intención de cambiar a electricidad 100% renovable para cubrir las necesidades eléctricas en todas las instalaciones del grupo Epson alrededor del mundo”. El grupo completó su transición a la electricidad renovable en la totalidad de sus instalaciones en todo el mundo en diciembre de 2023. “Gracias a este impulso, calculamos una reducción de nuestras emisiones de CO₂ en aproximadamente 400.000 toneladas. Además, hemos querido promover una adopción más amplia de

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

Eurofred

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

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

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

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

FOTO: ECOTIC



Ferrolí

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

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



FOTO: HAIER

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

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

Haier

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



Nueva JEGR1246
Diseño y tradición
en una sola plancha.

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



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



www.jata.es
f i n s c

Jata
DESDE 1943



FOTO: FERROLI

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

Todo ello, con el objetivo de reducir sus emisiones de CO₂ para alinearse con los compromisos internacionales. "Para conseguirlo, estamos implementando productos con menos impacto en el medioambiente y desarrollando soluciones con menor consumo energético, utilizando gases refrigerantes de bajo impacto ambiental, como el R-32", anota. Esta estrategia se complementa con la optimización de procesos en toda la cadena de producción y distribución, buscando la máxima eficiencia en cada etapa. A la par, se enfoca en la incorporación de equipos eficientes en las diferentes plantas donde sus productos están presentes. Y esta filosofía se conjuga con una mejora continua de la eficiencia energética de los sistemas productivos, "gracias a la aplicación de tecnología avanzada y procesos de digitalización",

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

Jata

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

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

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

Jocca

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

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

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

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

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

Lenovo

Entre las acciones que está desplegando la compañía en pos de la sostenibilidad, Cristina Martínez, SSG Leader de Lenovo Iberia, destaca su iniciativa Lenovo CO₂ Offset Services, que permite que sus clientes compensen las emisiones de carbono generadas por sus dispositivos durante todo su ciclo de vida. “Esto facilita a las empresas alcanzar sus objetivos de sostenibilidad y cumplir con los estándares de gobernanza ambiental”, anota. También cuenta con el servicio Asset Recovery Services (ARS), que “ofrece una gestión responsable y segura de los activos tecnológicos al final de su vida útil, asegurando su reutilización, reciclaje o eliminación conforme a normativas ambientales y de protección de datos”. Este enfoque reduce el impacto ambiental y maximiza el valor de los equipos, promoviendo la economía circular.

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

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

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

LG

La compañía explica que sus compromisos con la sostenibilidad se basan en tres pilares: reducir su huella ambiental, promover un cambio cultural hacia la sostenibilidad y regenerar ecosistemas. “Implementamos medidas para reducir emisiones de CO₂ y apostamos por iniciativas que luchan contra la obsolescencia como la ‘Garantía de por vida’ en nuestros electrodomésticos, bajo la filosofía de que el producto más duradero es el más sostenible. También mantenemos un firme compromiso con iniciativas como el Movimiento Smart Green, con el objetivo de plantar 48 millones de árboles al año, extendiendo nuestros esfuerzos a la regeneración de ecosistemas marinos con Smart Green Seas y la protección de especies autóctonas polinizadoras como la abeja ibérica, con Smart Green Bees. Además, reducimos nuestra huella ambiental mediante el uso de energía renovable, la utilización de

FOTO: HAIER





FOTO: JATA

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

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

Mitsubishi Electric

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

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

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

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

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

Samsung

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

FOTO: LENOVO



CEMEVISA
A tu lado desde 1963

**Distribución de electrodomésticos
y servicios de calidad para tiendas
de Mobiliario de Cocina y Electro**



Intranet personalizada
para tu negocio



9 centros de distribución
en todo el país



Reserva tu pedido
durante 60 días



Seguimiento y
gestión de pedidos



Atención y asesoramiento
personalizado



Más de 10.000 referencias
de marcas líderes



Promociones diseñadas para
aumentar tu rentabilidad



Sello Kc de calidad con
ventajas exclusivas

+ INFO





FOTO: SAMSUNG

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

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

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

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

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

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

FOTO: MITSUBISHI ELECTRIC





FOTO: RUSSELL HOBBS. (SPECTRUM BRANDS)

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

Signify

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

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

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

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

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

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

FOTO: SIGNIFY





FOTO: DE'LONGHI

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

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

Spectrum Brands

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

el compromiso de la empresa con la sostenibilidad. "Hemos logrado una reducción del 18% en las emisiones de gases de efecto invernadero, así como una mejora del 5% en eficiencia hídrica. También hemos implementado soluciones de ingeniería innovadora en proyectos de ahorro de agua, lo que ha permitido reducir 17 millones de galones de agua al año (64 millones de litros). Además, apoyamos iniciativas como el proyecto Well Aware, que provee acceso a agua potable en países en vías de desarrollo", explica. Asimismo, ha logrado eliminar más de 1.500 toneladas de emisiones de CO₂ en los últimos años. Por ejemplo, se está enfocando en la eficiencia energética de sus fábricas.

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

FOTO: REMINGTON (SPECTRUM BRANDS)





Nueva Aerotermia de R290
Hasta 75°C de impulsión de agua

Innovación y Sostenibilidad



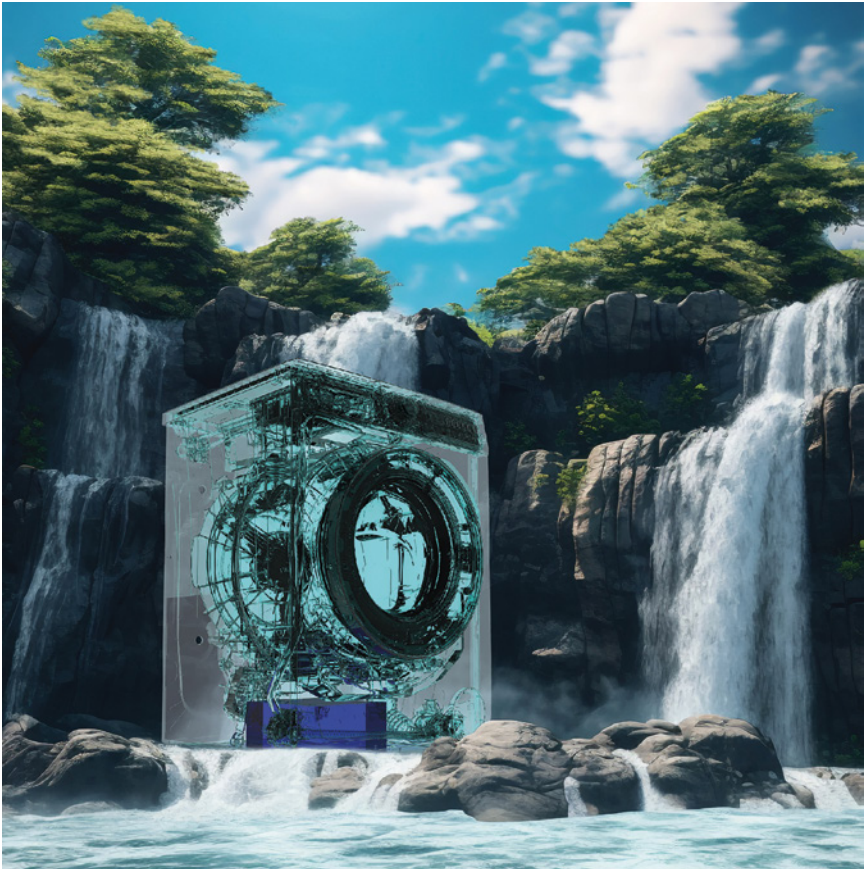


FOTO: VESTEL

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

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

Svan

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

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

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

Vestel

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

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

La gestión de RAEE, fundamental

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

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

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

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



FOTO: REMINGTON (SPECTRUM BRANDS)

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

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

¿Cómo mejorar?

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

FOTO: SVAN





FOTO: SVAN

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

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

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

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

FOTO: DYSON



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

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

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

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

Nueva Gama LG OLED



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

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

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



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

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

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

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





Eduard Reinés Martos

SALES DIRECTOR DE ONE FOR ALL

Con más de 30 años de trayectoria y presencia en más de 21 países, One For All se ha consolidado como referente en accesorios de electrónica de consumo. Eduard Reinés Martos, Sales Director, nos habla del papel clave del mercado español, los retos del retail y la apuesta de la marca por soluciones tecnológicas cada vez más cercanas al usuario.

¿Podría contarnos brevemente la historia y evolución de One For All desde sus inicios hasta hoy?

Nuestra empresa nace hace más de 30 años en Estados Unidos como parte de Universal Electronics, a raíz de ser los primeros en desarrollar el mando a distancia Universal y ganando cuota de mercado en todos los países donde estamos presentes (+ de 21) desde la fecha hasta hoy.

One for All es la división de Retail de la matriz Universal Electronics que se dedica a muchas más divisiones de negocio dentro del control de dispositivos y desarrollo de tecnología en el campo audiovisual.

¿Cuáles son los valores principales que definen la identidad de la marca One For All?

La facilidad de uso, la simplicidad y la universalidad son las características más destacadas de nuestra filosofía y por ende de nuestros productos. Nuestros valores son el compromiso con el consumidor final y con el entorno.

Esto lo podemos apreciar con la diversidad de soluciones y aportaciones que damos en nuestros productos, así como la manera en la que se desarrollan (bajo los más estrictos controles de seguridad, responsabilidad y de calidad) o como se venden los mismos.



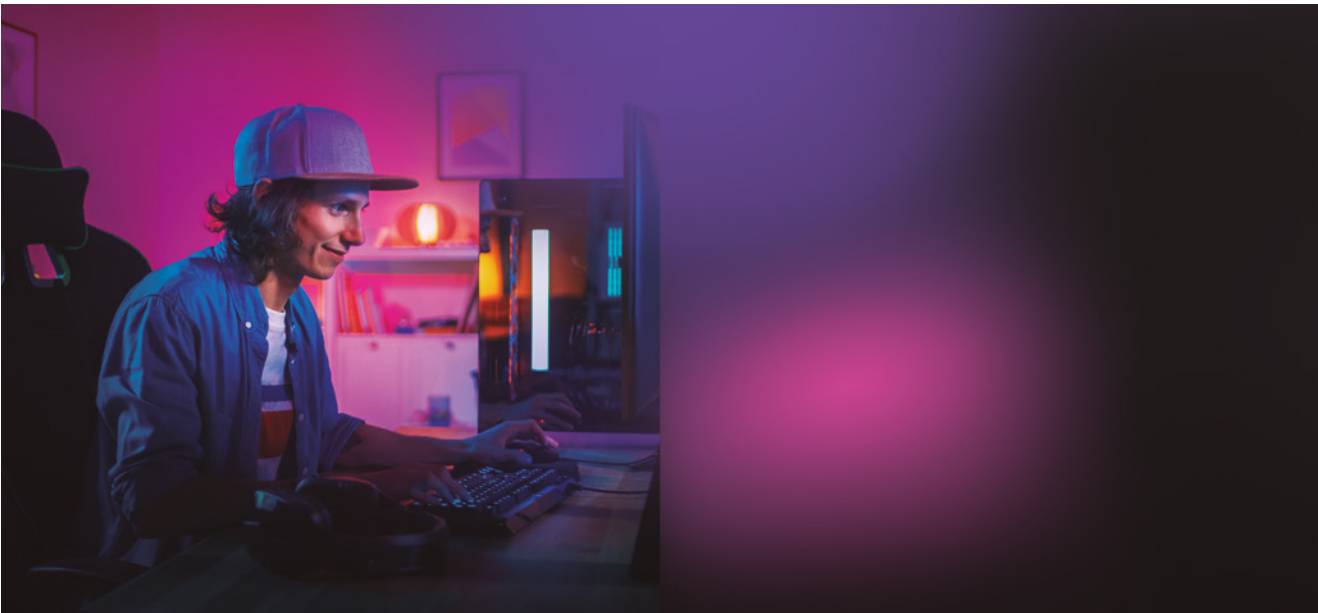
¿Qué lugar ocupa el mercado español en la estrategia global de la empresa?

Todos los mercados son importantes para nuestra organización por sí mismos...

Entendemos que cada mercado es particular, con diversidades culturales que hacen que nuestros productos se vean o suman de modo diferente. Por eso, el desarrollo de un amplio porfolio que pueda cumplir todos los países, e incluso en ocasiones puedan ser específicos o exclusivos para algunos...

De ahí, la importancia del mercado español. Nuestra relevancia de marca y posicionamiento en nuestros retailers nos da la pauta para futuras ampliaciones de mercados cercanos, como ya tenemos en Portugal, de otros continentes como el continente africano.

Pero a modo de resumen, podríamos decir que el mercado Ibérico representaría el 4º o 5º mercado más importante para nuestra compañía por detrás de mercados como el inglés, el alemán o los Países Nórdicos.





¿Cómo describiría la relación de One For All con los puntos de venta físicos y distribuidores tradicionales?

Entendiendo que no en todos los puntos de venta se nos representa por igual, nuestra relación es una relación de cercanía y compromiso. Nuestro máximo objetivo siempre ha sido y siempre será el punto de venta.

De ahí los esfuerzos que realizamos, junto con la inversión, en el desarrollo de expositores y creatividades que ayuden a la venta fácil y silenciosa, incluso desasistida, de nuestros productos.

Nuestro foco e interés es comentar y discutir con las grandes enseñanzas y plataformas sobre la necesidad de tener un punto de exposición adecuada y actualizada...

Nuestro compromiso es máximo con todos ellos... y lo seguirá siendo en un futuro.

En un mercado tan cambiante como el de la electrónica de consumo, ¿cómo logran mantenerse actualizados y competitivos?

Simplemente gracias a la innovación. Cuando tienes una posición de liderazgo no puedes esperar a hacer siempre

lo mismo. Nuestra obligación es tener siempre actualizada nuestra tecnología e intentar ir un paso por delante de los demás. De ahí la gran efectividad de nuestros productos al poseer una base de datos de códigos para el control de todos los dispositivos junto con el software capaz de gestionar lo todo, que me atrevería a decir que nadie más es capaz de tener hoy en día.

¿Qué papel juegan la sostenibilidad y el diseño en el desarrollo de sus productos?

Máximo en ambos casos, tan solo es necesario ver y tocar nuestros productos para darse cuenta de ello...

Cumplimos con todos los estándares habidos y por haber, con todas las legislaciones de packaging y de componentes (en ocasiones incluso en demasía...)

Y además entendemos que el respeto al medio ambiente es una obligación para alguien que mira al futuro y no solo al presente.

¿Cuál es el proceso de trabajo habitual desde la idea de un nuevo producto hasta su llegada a las tiendas?

Es un proceso largo y costoso.

Desde el desarrollo de la idea, la implementación en algo físico, la fabricación de las primeras unidades de prueba en nuestras fábricas hasta el tooling de las cadenas de producción y definición de los procesos logísticos asociados.

No es cosa de un día, nos tomamos la creación de nuevos productos/conceptos/ soluciones como algo muy importante y por ello dedicamos el tiempo y dinero necesarios para que sean un éxito.

¿Cómo gestionan la atención al cliente y el soporte técnico, tanto para consumidores como para el canal profesional?

Actualmente todo está referido a través de nuestra página web, incluso usando



aplicaciones como el whatsapp para poder estar en contacto continuo con el consumidor si es necesario.

Todos nuestros mandos que requieren atención la tienen, así como todo el resto de las soluciones para otras tipologías de producto.

Si bien es cierto, que nuestros productos no requieren de grandes intervenciones de soportes técnico. Nuestro servicio es más un servicio de pre-sales que un servicio de after-sales, ya que no hay reparación de productos si no cambio en la mayoría de las ocasiones.

De todos modos, todos nuestros distribuidores pueden dar la solución correcta a las dudas o intervenciones necesarias para un uso adecuado de nuestros productos.

¿Qué retos y oportunidades ven actualmente en el sector retail, especialmente en lo relacionado con tecnología y accesorios?

El mayor reto es la cantidad de información/desinformación que existe en numerosos casos. El acceso a la información de un modo sencillo a través de Online a veces ocasiona que el consumidor confunda concepto y soluciones, No todo es lo mismo ni tan solo igual.

Al mismo tiempo, la gran competitividad con mercados globales y la inclusión de muchos productos en redes sociales



ocasionan numerosas confusiones. Y, sobre todo, la competencia en precios y la degradación del margen y por consecuencia de servicio.

No todo vale... El Retail debe ser consciente del papel que juega, el producto se debe acercar al usuario, de diversas maneras, pero de un modo ético y profesional.

¿Qué objetivos se han marcado para el futuro próximo, tanto a nivel de pro-

ducto como de expansión de marca?

No hay otro objetivo que el seguir innovando y seguir creciendo, One for All quiere formar parte del día a día del usuario de a pie como ya está ocurriendo hoy en día sin que muchos de nosotros seamos conscientes, pero con nuevos productos y soluciones que lo hagan de una forma más evidente.

En definitiva, seguiremos estando cerca de nuestros clientes.





FOTO: ASUS

Vuelta al cole

UNA CAMPAÑA CLAVE PARA LA VENTA DE TECNOLOGÍA

El mes de septiembre está marcado por el inicio del año académico. Pero esta fecha no solo supone un punto de inflexión para los estudiantes, sino también para sus familias. Así pues, se trata de un momento en el que se aprovecha para renovar el equipamiento dedicado al estudio, pero también el destinado al trabajo e incluso al entretenimiento. Y no sólo en los hogares, sino también en centros educativos y empresas.

La época de la 'vuelta al cole' es muy importante para el sector de los electrodomésticos y la electrónica de consumo. "Es una de las campañas clásicas que se enmarcan dentro del programa promocional anual del mercado como una de las acciones más consolidadas y representativas. Esta campaña se caracteriza por mantener una notable estabilidad en el volumen de facturación a lo largo de todo el periodo promocional, reflejo de su eficacia y de la fidelidad generada en los distintos segmentos de mercado", afirma Iván Somolinos, Director Comercial de Canal de MCR.

Igualmente, Javier Bueno, Consumer Product Manager de Lenovo Iberia, indica que es "uno de los momentos de mayor dinamismo en el mercado de la electrónica de consumo". Por ejemplo, especifica que este periodo puede suponer entre el 18 y 22% de las ventas anuales de dispositivos como ordenadores portátiles, tablets o periféricos.

José Ramón Fernández, Business Manager Home & Office Printing de Epson, detalla que la campaña de la 'vuelta al cole' reporta alrededor del 9,5% de sus ventas anuales en el entorno de consumo, impulsadas por la demanda de estudiantes, padres y centros educativos.

Honor también señala que septiembre representa aproximadamente el 9,1% de sus ventas anuales. "Este periodo es clave para aprovechar la demanda tanto en el sector educativo como en el laboral, ya que muchos consumidores renuevan dispositivos para comenzar el año escolar o laboral con tecnología de última generación", puntualiza la empresa.

Asimismo, Verónica Catediano, PR Manager de SPC, señala que es la segunda campaña más importante del año para la compañía, representando alrededor del 10% de sus ventas totales. Y Guadalupe Medrado, Country Manager Spain & Portugal de Tucano, apunta que supone casi el 25% de la facturación total de la empresa.

Top ventas en la 'vuelta al cole'

Como es lógico, los productos más demandados en esta importante época del año son aquellos enfocados en la educación. Por ejemplo, ordenadores portátiles



FOTO: EPSON

o monitores, como señala LG. Igualmente, Iris Langa, Marketing and Communication Director de Asus, explica que "muchas familias aprovechan la vuelta al cole para renovar los equipos de los estudiantes", por lo que se aprecia un repunte en la demanda de portátiles y tablets.

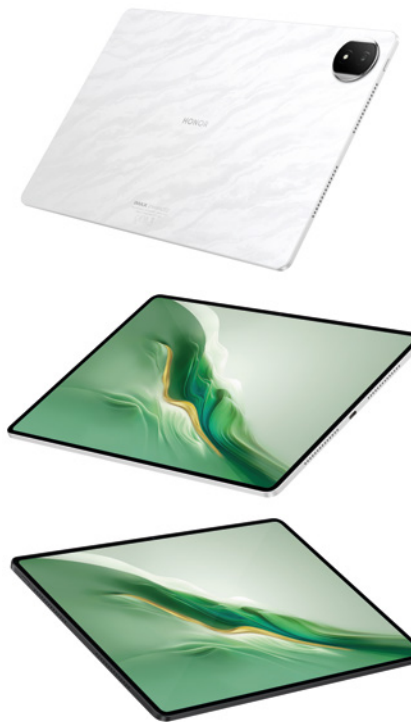
Del mismo modo, Honor señala que portátiles y tablets "tienen un repunte considerable durante la campaña de la vuelta al cole". "Son dispositivos versátiles, que se utilizan tanto para el estudio como para el ocio; y su portabilidad los hace atractivos para estudiantes y profesionales".

En esta misma dirección, la responsable de Lenovo hace hincapié en que "las tablets se han consolidado como una herra-

mienta muy versátil para estudiantes de todas las edades, ya que permiten tomar apuntes, acceder a contenidos digitales y realizar tareas escolares de forma sencilla y portátil, respondiendo a las necesidades actuales de digitalización en los centros educativos y son opciones muy valoradas por familias y profesores".

Asimismo, TCL indica que "es una de las temporadas donde más impacto vemos en la venta de productos como tablets y móviles, ya que las familias buscan dispositivos fiables, innovadores y seguros para acompañar el día a día de sus hijos". Y la PR Manager de SPC apunta que se trata de un momento propicio para la venta de tablets; dispositivos "de primera conexión", como smartphones básicos, teléfonos sin conexión a internet o smartwatches infantiles; y accesorios de audio, ya sean auriculares con los que escuchar vídeos y tutoriales necesarios para hacer los deberos o altavoces para divertirse en momentos de ocio.

Además, la adquisición de este tipo de productos asociados al día a día de los



FOTOS: HONOR

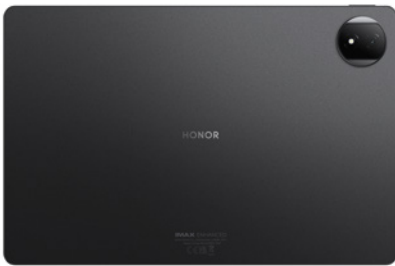




FOTO: SMARTGYRO



escolares y universitarios también impulsan la venta de accesorios y complementos para ellos. “Productos muy utilitarios, como las mochilas, las fundas para iPad y tablet o los pencils, son productos que repuntan en este periodo”, reseña la Country Maganer de Tucano. Por ejemplo, aprovechando esta tendencia, la compañía ofrece la posibilidad de personalizar este tipo de productos con el logo del colegio o la universidad.

Lo mismo sucede con productos como teclados, ratones, auriculares, altavoces, sillas de escritorio o de gaming, etc. Por ejemplo, Eduard Reinés, Sales Director de One For All, habla de los soportes para monitores. “que hacen que el trabajo en casa o el estudio escolar pueda ser mucho más agradable y ergonómicamente placentero”.

Tampoco podemos olvidarnos de impresoras y escáneres, que acostumbran a

tener un buen comportamiento en esta época, tanto los equipos de uso doméstico como los destinados a entornos laborales, como anota el responsable de Epson. Además, destaca que las impresoras con depósito de tinta rellenable presentan una gran versatilidad pudiendo ser utilizadas tanto para tareas como imprimir apuntes, ofreciendo un bajo coste por página, como fotos familiares. Y también se adaptan a entornos laborales.

Además, reseña que es un buen momento para la venta de proyectores para escuelas, que están incorporándolos en las aulas, como para salas de reuniones en oficinas, puesto que muchas empresas aprovechan estas fechas para renovar o mejorar su equipamiento.

Por otro lado, Fernando Santonja, Director Regional de España de Traductores VA by Vasco, destaca la buena acogida en estas fechas de productos como sus

traductores, capaces no sólo de traducir voz y texto, sino que también incluyen herramientas interactivas para el aprendizaje de idiomas, “haciéndolos ideales para estudiantes de diversas edades”.

Además, los estudiantes cada vez salen más fuera de España en viajes de intercambio gracias a programas como los Erasmus, por lo que estos dispositivos son de gran ayuda, ya que son capaces de traducir más de un centenar de idiomas. “Se trata de un recurso fundamental para fomentar la educación inclusiva en aulas con estudiantes que hablan diferentes idiomas. Su capacidad para facilitar la comunicación entre profesores, alumnos y padres de diversos orígenes lingüísticos permite que todos se sientan seguros y entendidos. Este dispositivo no solo ayuda a superar barreras lingüísticas, sino que también promueve un ambiente de aprendizaje más acogedor, donde cada estudiante puede participar activamente en las actividades académicas”, puntualiza.

FOTO: SPC



En definitiva, Somolinos afirma que los productos habituales, como el portátil o la impresora, “continúan siendo pilares dentro de la oferta promocional” en esta época del año, cuando también se observa un crecimiento destacado en la venta de monitores y dispositivos de telefonía. “Estos productos han ganado protagonismo en las campañas, respondiendo a una demanda creciente y a su posicionamiento estratégico dentro del catálogo”. Por otro lado, subraya que “las categorías de papelería, accesorios e impresión mantienen una estabilidad constante en su rendimiento durante el periodo promocional”.

IA al servicio del talento: la nueva era de los ordenadores HP



En la era del trabajo híbrido y la eficiencia digital, los ordenadores han dejado de ser simples herramientas para convertirse en verdaderos aliados inteligentes. HP ha dado un paso firme hacia ese futuro con su nueva generación de PC con inteligencia artificial integrada, pensada para transformar la experiencia de trabajo y responder a las exigencias de un entorno cada vez más dinámico.

La integración de IA directamente en el dispositivo, y no solo en la nube, marca un cambio de paradigma: ahora es posible ejecutar tareas complejas de forma local, con mayor rapidez, menor consumo energético y una mejora sustancial en la privacidad de los datos. Estos equipos aprenden del uso, se adaptan al estilo de trabajo de cada persona y optimizan los recursos disponibles para ofrecer un rendimiento más eficiente y personalizado.

Según el Índice de la Relación con el Trabajo de HP, solo el 28 % de los empleados tiene una relación saludable con su trabajo. Esta cifra pone de relieve la necesidad de tecnologías que no solo aumenten la eficiencia, sino que también mejoren la experiencia laboral. En este contexto, los ordenadores con IA de HP ayudan a reducir la fricción y fomentar la autonomía, impactando de forma positiva en la motivación y el compromiso.

Con funciones potenciadas por IA, como la mejora de videollamadas, la generación de textos o la automatización de flujos de trabajo, HP busca mejorar no solo la productividad, sino también el bienestar del usuario. Su asistente **HP AI Companion**, por ejemplo, es capaz de resumir documentos complejos, ajustar la configuración del equipo o incluso responder a comandos por voz, todo sin necesidad de conexión a internet.

La nueva gama responde a perfiles y necesidades muy distintas dentro del mundo laboral. Para ejecutivos que necesitan portabilidad y potencia, el **HP EliteBook Ultra G1i** se presenta como el portátil profesional con IA más envolvente del mercado. Con procesadores Intel® Core Ultra, pantalla OLED 3K y hasta 48 TOPS de rendimiento NPU, es ideal para quienes toman decisiones sobre la marcha.

Por su parte, la serie **HP OmniBook** ofrece opciones para creadores, estudiantes y usuarios avanzados, combinando diseño, rendimiento y accesibilidad. El modelo X, dirigido a profesionales del diseño, destaca por su capacidad para gestionar proyectos creativos complejos, mientras que las series 7 y 5 están pensadas para acompañar al usuario en su día a día, ya sea en el trabajo o en casa.

Otros modelos como el **HP EliteBook X Flip G1i** apuestan por la versatilidad con su diseño convertible, y el **HP ZBook Ultra G1a** o el **HP Z2 Mini G1a** ofrecen un rendimiento extremo para entornos que requieren mucha potencia gráfica y memoria escalable.



En definitiva, la apuesta de HP por la IA no es una promesa a futuro, sino una realidad tangible que redefine el papel del PC en nuestras vidas laborales. Con dispositivos que piensan, aprenden y se adaptan, la compañía marca un antes y un después en la forma de entender el trabajo inteligente.



FOTO: TCL

Equilibrio entre ocio y productividad...

Pero no todo es estudio y trabajo. Las marcas desarrollan productos que conjugan tanto las necesidades escolares como las de ocio familiar. “En Lenovo somos muy conscientes de que los dispositivos no solo deben responder a las necesidades de productividad y educación, sino también ofrecer una experiencia completa de entretenimiento para toda la familia. Por eso, diseñamos nuestros productos pensando en la versatilidad y el equilibrio entre ambos usos. Por ejemplo, incorporamos pantallas de alta resolución y altavoces optimizados para disfrutar de contenidos multimedia, juegos o videolla-

madas con la mejor calidad. Además, cuidamos aspectos como la autonomía de la batería, para que los usuarios puedan utilizarlos durante largas jornadas tanto para estudiar como para ver películas o jugar. Igualmente, preinstalamos herramientas educativas y de productividad. También facilitamos el acceso a plataformas de streaming, aplicaciones de lectura, juegos y controles parentales para garantizar un entorno seguro y adaptado a cada miembro de la familia”, detalla Bueno.

De igual modo, Langa señala que Asus trabaja con diseños versátiles, como los portátiles 2 en 1, que combinan ordenador y tablet y que “facilitan tanto la toma

de apuntes como la colaboración y el ocio”. Otra de sus prioridades es incorporar pantallas de alta calidad, “tanto para cuidar la vista de estudiantes y trabajadores en sus largas sesiones de uso como para disfrutar del contenido multimedia o juegos con la mejor calidad posible”. “Por ello, incorporamos las mejores tecnologías en nuestros dispositivos OLED e IPS, manteniendo además una alta calidad de sonido y una potencia que permite tanto el estudio como el gaming”, asegura. Y también destaca la incorporación de IA en sus portátiles, “con aplicaciones propias y Copilot+ PC”.

Asimismo, LG indica que está optimizando el rendimiento y autonomía de sus portátiles “para facilitar el aprendizaje y la productividad”, además de integrar funciones multitarea que permiten trabajar en varias aplicaciones al mismo tiempo, “lo que resulta especialmente útil para estudiantes y profesores”, recalca.

De la misma manera, Honor se detiene en las capacidades multitarea, los sistemas de sonido de alta calidad y las pantallas de alta resolución y con protección ocular de sus tablets, características pensadas para mejorar la experiencia de entretenimiento, ya sea para ver una película o para jugar a videojuegos. Todo ello, combinado con funciones de control parental avanzado y la incorporación de herramientas de IA orientadas a la productividad, entre las que destacan funciones como Magic Portal y Magic Capsule o la app Honor Notas.

La responsable de SPC también recalca que sus tablets “combinan potencia y ligereza, permitiendo desde tareas escolares hasta juegos o reproducción de contenidos multimedia”. Además, indica que “gracias a funciones como la multitarea y el acceso a plataformas educativas, se convierten en dispositivos versátiles tanto para el estudio como para el entretenimiento”. A la par, remarca que “generan confianza en los padres, debido a su compatibilidad con programas de control parental como Google Family Link y a su diseño y construcción, con pantallas mate que cuidan la salud ocular de los más pequeños, reduciendo la fatiga visual”.

Igualmente, TCL afirma que sus tablets con tecnología de pantallas Nxtpaper “ofrecen lo mejor de dos mundos: un rendimiento fluido y productivo, perfecto para

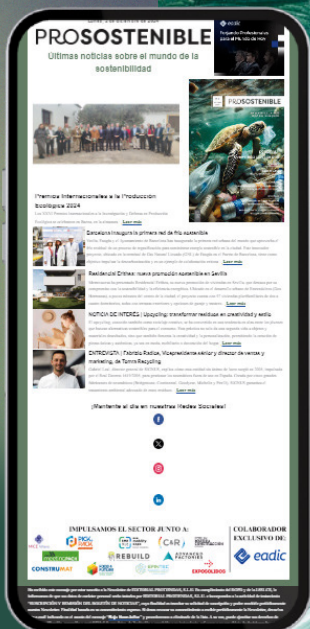
FOTO: TRADUCTORES VA BY VASCO



Nº 6
OCTUBRE
2024

PROSOSTENIBLE

UNA VENTANA AL MUNDO
DE LA SOSTENIBILIDAD



REVISTA PROSOSTENIBLE

UNA VENTANA AL MUNDO DE LA SOSTENIBILIDAD

ESPECIAL CUMPLIMOS CON LOS ODS

ENTREVISTAS

Gabriel Leal
Director general de SIGNUS

Fabrizio Radice
Vicepresidente sénior y director de ventas
y marketing de TOMRA RECYCLING

REPORTAJES

Claves para un futuro sostenible
en la arquitectura y la construcción
Economía circular
Innovación en las energías renovables
Ecología y medio ambiente



FOTO: TUCANO

estudiar, realizar tareas escolares o trabajar con comodidad; y una experiencia visual, cómoda y envolvente, ideal para leer, jugar o disfrutar de contenido durante horas, sin cansar la vista”. Además, la firma está integrando funcionalidades basadas en IA, “que permiten desde la generación automática de resúmenes de texto hasta la optimización del rendimiento del dispositivo en función de los hábitos de uso”. Por ejemplo, resumir textos automáticamente, generar minutas de reuniones o clases, traducir contenido en tiempo real, mostrar subtítulos inteligentes en vídeos y reuniones, etc.

...sin olvidarnos del mejor entretenimiento

Pensando puramente en el ocio familiar, el retorno tras las vacaciones y el inicio del curso escolar también marca un punto de inflexión para muchos hogares, que afrontan cambios en este momento. Por ejemplo, algunas familias aprovechan para sustituir su viejo televisor, o incluso

cambiar éste por un proyector, “para una sesión de cine en casa o para disfrutar de sus videojuegos favoritos a gran escala”, comenta el responsable de Epson.

“El otoño es una época de mayor recogimiento en casa y se utiliza el tiempo para reformar, adecuar o adaptar estancias”, coincide el responsable de One For All. Así pues, señala que esta época es un momento propicio para sustituir algún mando de televisor o adquirir un soporte para colocar adecuadamente en la pared un nuevo equipo o el que ya teníamos, dando un nuevo aire al salón o a la habitación.

Además, los fabricantes incorporan funcionalidades que tienen en cuenta la protección de los escolares. LG destaca que sus equipos disponen de “funciones que promueve un uso responsable y saludable, como pantallas con protección visual que reducen la fatiga ocular o sistemas de control parental que permiten a los padres gestionar el tiempo de visionado y acceso a contenidos”. Por otro lado, LG indica que sus nuevos televisores portátiles permiten que los padres dofisiquen el tiempo de visionado de pantallas de sus hijos, trasladando el dispositivo a diferentes espacios del hogar, evitando así que pasen demasiadas horas frente a la pantalla. Y recalca que la versatilidad de estos equipos permite que puedan ser usados para actividades educativas, como seguir clases online o realizar proyectos escolares en cualquier lugar.

Asimismo, LG cree que también es un buen momento para adquirir monitores

gaming, que no solo ofrecen una experiencia inmersiva, tecnologías como pantallas plegables y resoluciones 5K2K o el mejor sonido, sino que también permiten acceder a servicios de streaming directamente, sin necesidad de usar un PC, ampliando así las posibilidades de entretenimiento. A este respecto, Reinés destaca el lanzamiento de soportes especialmente pensados para monitores gaming, con luces led y cargadores USB incorporados.

Y mucho más

Por otro lado, LG asegura que a la vuelta de las vacaciones se percibe un repunte en la demanda de electrodomésticos inteligentes, como hornos o lavadoras y secadoras con tecnologías avanzadas. “Estos productos no solo ofrecen un rendimiento superior, sino que también simplifican las tareas del hogar, liberando tiempo para el ocio y el entretenimiento familiar”, expone. Además, permiten ahorrar energía y simplifican su manejo, ya que pueden ser controladas incluso desde el móvil, gracias a su conectividad. “Las familias buscan soluciones que les facilitan la vuelta a la rutina cotidiana y les permitan disfrutar al máximo de la vuelta al cole, sin que esto suponga un aumento del estrés”, agrega.

Finalmente, Mario Mateos, Gerente de Quatrotec Electrónica, fabricante de la marca Smartgyro, destaca el buen momento que supone la ‘vuelta al cole’ para la adquisición de soluciones de movilidad eléctrica. “Cada vez más, jóvenes que asisten al instituto, academias o actividades extraescolares optan por medios de transporte alternativos que les permiten desplazarse de forma rápida, cómoda y eficaz. Dispositivos como los patinetes y las bicicletas eléctricas se han convertido en una opción muy popular entre este sector de la población. Muchos aprovechan esta época del año para renovar sus dispositivos o adquirir su primer vehículo eléctrico”. En concreto, precisa que “los productos de gama de entrada y gama media suelen ser los grandes protagonistas”. Y entre las innovaciones más destacadas en esta categoría de productos cita la inclusión de funcionalidades como el sistema NFC de arranque y bloqueo para una experiencia más segura o el desarrollo de aplicaciones móviles que amplían las posibilidades de personalización y control por parte del usuario, adaptando rutas y comportamiento del vehículo.



FOTO: LENOVO

Gigaset presenta los nuevos teléfonos IP de sobremesa Serie-P

Los nuevos dispositivos de teléfonos de sobremesa IP y el módulo de teclas, se suman al porfolio de Gigaset Profesional. Destacan por su configuración rápida y su conexión directa a los servicios de backend propios de la empresa, que se encuentran alojados en Alemania y gestionados en Europa, cumpliendo con todas las normas europeas de protección de datos. Además, ofrecen interoperabilidad con los principales proveedores de PBX.

Nueva gama de teléfonos IP Profesionales

Gigaset P710 IP PRO: El Gigaset P710 IP PRO es el modelo básico compacto y asequible de la Serie-P de teléfonos IP profesionales de sobremesa de Gigaset. Con su elegante diseño y tamaño compacto, encaja perfectamente en cualquier escritorio y en cualquier entorno de trabajo. El dispositivo tiene muchas funciones empresariales útiles, ofrece una excelente calidad de audio HD y una pantalla a color de alta resolución con 4 teclas de función LED libremente programables. El conmutador Gigabit compatible con PoE completa la gama de funciones del P710 IP PRO.

Gigaset P810 IP PRO y Gigaset P810B IP PRO: El Gigaset P810 IP PRO y el Gigaset P810B IP PRO tienen muchas funciones empresariales útiles, ofrecen una excelente calidad de audio HD y 4 teclas de función LED libremente programables. La interfaz Bluetooth 5.2 integrada del P810B IP PRO les permite utilizar cómodamente auriculares inalámbricos. El conmutador Gigabit compatible con PoE completa las prestaciones. Gracias a sus diseños elegantes y compactos, encajan perfectamente en cualquier escritorio.

Gigaset P820 IP PRO y P825 IP PRO: El Gigaset P820 IP PRO y el Gigaset P825 IP PRO combinan una versátil gama de funciones y una excelente calidad de voz en un diseño elegante y son el compañero perfecto para casi cualquier tarea en la vida cotidiana de la oficina. Equipados con una pantalla LCD de 5" de alta calidad, siempre proporcionan una muy buena visión gene-

Gigaset



ral independientemente de las condiciones de iluminación. Las 8 teclas de función de libre programación son ideales como teclas BLF o para almacenar diversas funciones relevantes para la empresa.

Gigaset P850W IP PRO y P855BW IP PRO: El Gigaset P850W IP PRO y el Gigaset P855BW IP PRO son teléfonos de sobremesa de manejo intuitivo, elegantes y cómodos con una amplia gama de funciones para una gran variedad de escenarios de trabajo.

Estos modelos tienen capacidad WiFi, 2 puertos USB, 10 teclas de función programables libremente, una interfaz Bluetooth (sólo P855BW IP PRO) y un conmutador Gigabit con soporte PoE. Por lo que están equipados para casi todas las tareas cotidianas de oficina.

Gigaset P800 KEY PRO: El Gigaset P800 KEY PRO es un módulo de expansión para los teléfonos de sobremesa profesionales de Gigaset. Tiene una pantalla a color de alta resolución de 6,8" que garantiza una óptima legibilidad del contenido de la pantalla. El módulo se puede conectar fácilmente al teléfono a través de USB. Tiene 20 teclas de función físicas y puedes asignar hasta 60 funciones en total. Esto le da aún más opciones para personalizar su teléfono de sobremesa según sus necesidades personales y tener todas las tareas y funciones que necesita al alcance de la mano.



Pando revoluciona la integración en cocina con sus nuevos frigoríficos americanos

Pando
integralcooking

Pando Integral Cooking, firma española con más de 45 años liderando el diseño y la innovación en soluciones integrales para la cocina, presenta sus nuevos frigoríficos americanos de cuatro puertas: PFLC AMER L Cristal Negro y PFLX AMER L Inox. Dos modelos que marcan un antes y un después en el concepto de integración, combinando diseño, eficiencia y máxima capacidad.

El gran protagonista de este lanzamiento es su fondo reducido de solo 60 cm (597 mm), que permite una instalación completamente enrasada con el mueble de cocina, sin necesidad de dejar espacio adicional a los laterales. A pesar de su compacta profundidad, estos frigoríficos ofrecen una impresionante capacidad total de 505 litros, lo que los convierte en una solución ideal para quienes buscan integrar perfectamente el electrodoméstico sin renunciar al almacenamiento.

Esta innovación tecnológica ha sido posible gracias a su avanzado sistema de disipación del calor por ventilación inferior y al uso de un condensador trasero, que permiten mantener los laterales fríos, favoreciendo una colocación directa junto a otros muebles sin riesgos de sobrecalentamiento ni limitaciones de espacio.

Además de su diseño inteligente, los nuevos modelos ofrecen una apertura de puertas a 90°, una pantalla inteligente, iluminación LED interior y una práctica alarma de puerta



abierta, lo que garantiza un uso cómodo, seguro y eficiente en el día a día.

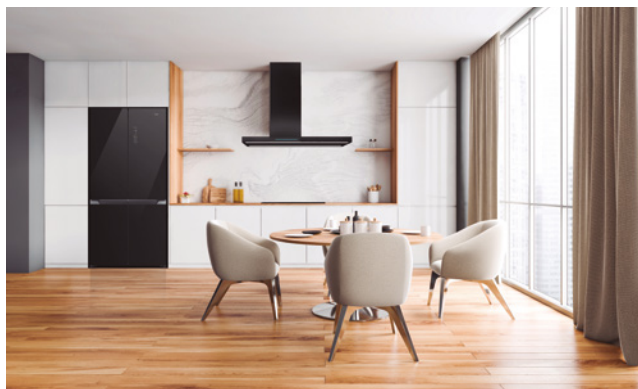
- Con una **capacidad total de 505 litros**, distribuidos en **349 litros para el refrigerador y 156 litros para el congelador**, los nuevos frigoríficos ofrecen un amplio espacio de almacenamiento adaptado a las necesidades de los hogares actuales. Equipados con **tecnología No Frost**, estos modelos garantizan una descongelación automática que evita la formación de escarcha y hielo en el interior.

- **Smart Zone** multifuncional con tres temperaturas adaptables según el tipo de alimento: +3 °C para productos maternos, 0 °C para alimentos frescos y -1.5 °C para congelación suave.

- El **Power Cool** es una función del refrigerador que permite enfriar rápidamente el compartimiento del congelador a una temperatura fija de **-25 °C**, ideal para una congelación intensiva y rápida de alimentos.

- El **Super Freeze** es una función del refrigerador diseñada para **acelerar el proceso de congelación** llevando el compartimiento del congelador a la **temperatura mínima posible** que el equipo puede alcanzar.

Los nuevos modelos de frigoríficos destacan por su diseño sofisticado y funcional, disponibles en elegantes acabados de **cristal negro o acero inoxidable**, ideales para complementar cualquier cocina moderna. En su interior, ambos equipos están equipados con tres **cajones con guías telescópicas** que permiten un acceso cómodo y ordenado, así como **balcones en la puerta** para almacenar productos como mermeladas, zumos, condimentos y otros alimentos de larga duración.





Soluciones de Economía Circular

¿Fabricas, importas o distribuyes productos?

Cumplir con la normativa de residuos no tiene por qué ser complicado. Ayudamos a empresas como la tuya a gestionar tus obligaciones legales en materia de aparatos eléctricos, electrónicos, pilas y acumuladores. **Tenemos presencia internacional y soluciones adaptadas a tus necesidades.**



European
Recycling
Platform

A Landbell Group Company

Contáctanos



empresas@erp-recycling.org



91 806 30 42



erp-recycling.org/es-es/

cecotec

Placer granizado

Convierte tus bebidas favoritas en granizados caseros con texturas perfectas. Fácil, rápido e irresistible.

2,6L

Nivel de
textura



● ○ ○



● ● ● ●



Granizados caseros, infinitos sabores.

¿Quieres ser nuestro distribuidor?
partners@cecotec.es

Twist&Ice 2600 ▶

