



70 aniversario instaladores 2.0

PUBLICACIÓN INDEPENDIENTE DE LA ACTUALIDAD DEL SECTOR ELÉCTRICO

Nº19 - Época I - Primera Edición 2025

AUMENTA EL POTENCIAL DE OPTA

OPTA - PROGRAMMABLE LOGIC RELAYS Serie 8A, de Finder y Arduino Pro

OPTA

MÓDULOS DE EXPANSIÓN

Aumenta fácilmente el potencial del PLR

Multiplica el número y tipo de entradas/salidas con los módulos de expansión EMR, SSR y ANALOG



EMR

Tipo 8A.58.9.024.1600

ANALOG

Tipo 8A.26.9.024.0600

SSR

Tipo 8A.88.9.024.1600

FINDER ELECTRICA S.L.U.
Apdo Postal 234
Telf. Oficina Comercial 93 836 51 30
finder.es@findernet.com

opta.findernet.com





zenitniessen.es

ZENIT S

SIMPLEMENTE MÁS LIGERA



- Marco más fino
- Nuevos colores
- Adaptado a las tendencias
- Más funcionalidades
- Circularidad y sostenibilidad



Editorial

En un contexto de complejidad creciente del mercado, en el que confluyen los retos derivados de la progresiva digitalización, la afluencia de nuevas normativas, sobre sostenibilidad por ejemplo, o la necesidad de integrar herramientas de Inteligencia Artificial para agilizar los procesos, incrementar los datos y obtener un rendimiento necesario de ellos de cara a mejorar nuestros procesos, las urgencias de las empresas se multiplican y su competitividad se revela como una cuestión cada vez más decisiva.

Y a esa complejidad hay que agregarle un factor que es más bien una amenaza, en el horizonte y en el mismo suelo que pisamos cada día: la escasez de talento y personal que afrontan las empresas. Lo que empezó siendo una inquietud de futuro es ya hoy una seria preocupación del presente que tiene además la peculiaridad de que puede resultar aún más determinante cada día que pasa. En la misma medida en que los retos tecnológicos se agolpan a la puerta de nuestra empresa, nos encontramos con esa escasez de talento para darles entrada y ofrecerles un cauce adecuado para su integración.

Encuentros como el Debate sobre la Distribución organizado hace dos meses por Instaladores 2.0 -ampliamente detallado en esta misma edición- sirven para hacerse una idea de lo imperativo que ya resulta poner medios para tratar de paliar este problema. También, la llamada a una unión efectiva y real del sector para que la voz que lo denuncie sea única y lo represente en su totalidad. El momento que vivimos es de cambio y transformación, en el sector energético y en la realidad misma de casi cualquier ámbito empresarial, por eso ahora las debilidades pueden hacernos más vulnerables que nunca, igual que encontrar soluciones y ganar ventaja en la carrera es también más decisivo que nunca. No hay un segundo que perder.

En esta edición de Instaladores 2.0 La Revista



8

Entrevista a Eduard Sarto, presidente ejecutivo de Adime



Foro de Debate sobre la Distribución de Material Eléctrico

14



38

Quinta Cumbre de Autoconsumo de Unef



Entrevista a Albert Casado, director general EMEA de Simon

42



46

Aúna Partner Day en el RCDE Stadium de Barcelona



50

Entrevista a Antón López, director general de Dinuy

Otros contenidos en esta edición

30 Entrevistas a los fabricantes participantes en el Foro de Debate sobre la Distribución

56 La Noche del Gremi de Instaladores de Barcelona

58 Entrevista a Juan Luis López Bachiller, responsable de Prescripción de Chint Electric

64 40 Aniversario de Medori Electricidad: una empresa instaladora de Ibiza



Instaladores 2.0 La Revista es una publicación técnica sobre el sector eléctrico, con noticias, entrevistas, artículos y reportajes sobre la actualidad y un enfoque dirigido especialmente a empresas instaladoras y sus proveedores.

Instaladores 2.0 La Revista no se hace responsable de la opinión de sus colaboradores, ni se identifica necesariamente con ella.

Director Editorial: Luis García – lgarcia@instaladores20.com
Director Comercial: José Carrillo – josecarrillo@instaladores20.com

Edita: Smartnews, Marketing y Comunicación SL
C/ Mota del Cuervo 74 3ªA 28043 - Madrid
Tfno: 609 340 924 – 655 563 666
www.instaladores20.com – info@instaladores20.com
© Smartnews, Marketing y Comunicación SL
Depósito Legal: M-22723-2016

Responsable Técnico: Juan Antonio Peón –
Maquetación: Laura Hernández – Matizart

Reservados todos los derechos. No se permite la reproducción total o parcial de esta obra, ni su incorporación a un sistema informático, ni su transmisión en cualquier forma o por cualquier medio (electrónico, mecánico, fotocopia, grabación u otros) sin autorización previa y por escrito de los titulares del copyright. La infracción de dichos derechos puede constituir un delito contra la propiedad intelectual.

Estética mínima

Formato modular

Simon | 270

Base de enchufe CLEAN

Para dar un toque a tus proyectos, la base con sistema magnético queda enrasada con el marco. Evita la suciedad y se integra perfectamente en cualquier espacio.

Ahora también en formato modular compatible con los marcos estándar de la serie.

simonelectric.com | f t y i n

Hace sólo unos días, con motivo de un encuentro en la sede de APPA Renovables, Javier García Brea, reputado experto en política energética, relataba cómo recientes directivas europeas emplean el paradójico concepto de “energías renovables no fósiles”, como si hubiera algún tipo de energía renovable que sí lo fuera. De hecho, es que es eso mismo lo que defienden y

Europa ante su encrucijada energética

lo hacen con un argumento bastante cuestionable, a la vez que asombroso. El gas natural o la energía nuclear son considerados energías renovables en la medida en que sirven para ayudar a reducir las emisiones de CO2.



LUIS GARCÍA
Director Editorial
Instaladores 2.0

Lo que parece casi un sarcasmo anecdótico resulta que no es lo tanto, como defiende también García Brea, porque es la demostración práctica de cómo la propia Comisión Europea se ve obligada a ser laxa en sus criterios de descarbonización para subordinarse a los intereses específicos de cada país, de tal manera que cada gobierno acaba decidiendo cuánto de estricta es su transición energética, sin que haya rastro de una real política energética común. Además, la burocracia interna mata las iniciativas porque mientras gobiernos fuertes y centralizados como los de China y Estados Unidos toman decisiones rápidas, la UE necesita meses de debates y trámites, y más meses para trasponer las directivas, y eso siempre que haya acuerdo.

Sirva todo esto para entender por qué algunas urgencias no terminan por resolverse. El informe de APPA Renovables, “El Momento de la Electrificación” define y aporta los datos. El consumo de energía final proviene todavía mayoritariamente de combustibles fósiles -un 95 % en el caso del transporte- mientras la electricidad sólo supone una cuarta parte en él. Está claro que la descarbonización y la transición energética sólo llegarán con esa imprescindible electrificación, pero hace falta que el ritmo sea más vigoroso y, sobre todo, que no haya tentación de retrocesos.

El apagón del 28 de abril despierta dudas y será el germen de otras muchas que se están incubando. Y la complejidad del sistema, que retrasa y complica las respuestas a la incertidumbre, tampoco ayuda. Pero la apuesta y el camino a seguir no deberían estar en entredicho: hay que aspirar a la mayor autonomía energética posible y nuestro problema no es la generación sino la demanda; hay que desarrollar y adecuar las redes a su uso más óptimo y fomentar las tecnologías que favorecen la transición energética; hay que desarrollar el almacenamiento y fomentar la generación descentralizada, favoreciendo el autoconsumo colectivo y las comunidades energéticas; hay que adaptar el mercado eléctrico con criterios más lógicos. En una época que parece que obliga a apostar por una verdadera autonomía europea en casi todos los ámbitos, el energético no parece de los menos importantes. ¿Será viable o no?



toscano

Equipos de protección de
PUNTOS DE RECARGA
VEHÍCULOS ELÉCTRICOS

LUZ LED
SCHUKO
(Opcional)

SERIE ECO-VE

Encuentra más información en:
www.toscano.es



Reconexión automática

Sobretensiones permanentes y transitorias + IGA

Diferencial TIPO A





Eduard Sarto lleva al frente de la patronal de la distribución de material eléctrico desde el año 2012, primero como secretario general gerente y luego ya como presidente ejecutivo, una figura que hasta su nombramiento apenas se había prologado en el sector. También preside desde el año 2020 la Plataforma Electronet, sociedad conjunta de fabricantes y distribuidores en cuyo seno se desarrolla el proyecto de eCommerce auspiciado por ambos estamentos.

EDUARD SARTO, presidente ejecutivo de ADIME

“Hemos observado una tendencia clara en la distribución: las empresas más pequeñas pierden competitividad frente a las de mayor volumen y recursos”

ADIME cumple 30 años este 2025 y lo celebra el próximo 2 de junio con todo el sector, ¿Qué balance hace la asociación de este recorrido y cómo afronta el futuro en un contexto de incertidumbre y transformación, pero también de retos y oportunidades abiertas?

A lo largo de estos 30 años, ADIME ha atravesado distintas etapas, desde momentos de gran entusiasmo hasta períodos más complejos. Sin embargo, hemos logrado consolidarnos como una entidad sólida, reconocida y respetada en el sector, con una repre-

sentación que abarca casi el 80 % del mercado. Este recorrido nos llena de satisfacción y refuerza nuestro compromiso con el sector.

Miramos al futuro con optimismo, conscientes de que nuestro ámbito tiene un gran potencial de desarrollo. Factores como la descarbonización, la transición energética y la rehabilitación de infraestructuras representan oportunidades clave para la evolución del sector. Nuestro reto es adaptarnos con agilidad a estos cambios, garantizando un crecimiento sostenible y alineado con las necesidades del mercado.



En ese proceso de transformación, la distribución de material eléctrico tiene un protagonismo indudable porque ha de adaptar factores como la innovación o la digitalización para responder a las nuevas necesidades del mercado, ¿cómo valora ese proceso y en qué medida cree que deben cambiar para adaptarse a ese nuevo escenario?

Más que un desafío exclusivo de la distribución, es un reto sectorial. Todos los actores involucrados debemos evolucionar conjuntamente para responder a las nuevas exigencias del mercado.

En el ámbito de la distribución, hemos comprendido que la resiliencia por sí sola no es suficiente. Por ello, muchas empresas están redefiniendo sus estrategias e invirtiendo en herramientas digitales que les permitan aumentar su eficiencia, mejorar la productividad y aportar un mayor valor a sus clientes. Esta transformación es esencial para mantener la competitividad en un entorno en constante cambio.

Y, no obstante, ámbitos como el eCommerce siguen teniendo un impacto residual, ¿qué datos nuevos tienen desde Adime?, ¿de qué depende de que nos acerquemos a la realidad de otros países europeos en este apartado?

España sigue rezagada en el desarrollo del eCommerce dentro del sector eléctrico. Mientras que en los países europeos la media en las ventas digitales representa cerca del 30 % del mercado, en España este porcentaje apenas alcanza el 3 % y se ha mantenido estancado.

Uno de los principales obstáculos es la estructura empresarial del sector, que está compuesto mayoritariamente por pequeñas empresas con recursos limitados. En muchas de ellas, la digitalización no es una prioridad, ya sea por falta de conocimiento, inversión o visión estratégica. Para cerrar esta brecha es fundamental impulsar iniciativas que faciliten el acceso a la digitalización y fomenten una mayor cultura tecnológica en el sector.



“ En el ámbito de la distribución hemos comprendido que la resiliencia por sí sola no es suficiente. Por ello, muchas empresas están redefiniendo sus estrategias e invirtiendo en herramientas digitales que les permitan aumentar su eficiencia, mejorar la productividad y aportar un mayor valor a sus clientes



“ A pesar del contexto de incertidumbre, mantenemos una visión optimista. Nuestros asociados siguen proyectando un crecimiento para este año, lo que indica que, aunque los desafíos existen, el sector mantiene su fortaleza



¿Cuáles son las principales cuestiones que preocupan en la actualidad a la distribución, especialmente en su vínculo con los proveedores (fabricantes) por un lado y con los clientes (instaladores) por el otro?

Tras consultar a nuestros asociados, identificamos tres grandes preocupaciones:

- Atracción y retención de talento: encontrar, fidelizar y desarrollar profesionales cualificados sigue siendo un reto clave.
- Capacitación y formación continua: es esencial actualizar conocimientos y desarrollar habilidades en liderazgo y gestión dentro de las empresas.
- Revalorización del sector: necesitamos reforzar la percepción del sector como un ámbito estratégico, con un gran futuro y amplias oportunidades.

A estos desafíos se suman dos aspectos adicionales: la vigilancia de mercado para garantizar el cumplimiento normativo y la lucha contra el intrusismo profesional, así como la incorporación de la digitalización y la inteligencia artificial en los modelos de negocio.

El proceso de concentración de un sector tradicionalmente muy atomizado también supone un

cambio y una evolución, especialmente porque esa atomización no es ni mucho menos la misma en volumen de mercado, ¿cómo se valora el proceso desde ADIME y cómo consideran que va a evolucionar en el futuro?

Es cierto que el sector ha estado históricamente fragmentado, pero en los últimos años hemos observado una tendencia clara: las empresas más pequeñas están perdiendo competitividad frente a aquellas con mayor volumen y recursos. Esto se traduce en una concentración progresiva del negocio en manos de compañías más grandes.

No prevemos que esta dinámica cambie en el corto o mediano plazo. La adaptación a los nuevos desafíos requiere inversiones significativas y transformaciones estructurales que muchas empresas pequeñas no pueden asumir con facilidad. Por ello es probable que esta tendencia continúe, impulsando una mayor consolidación dentro del sector.

La atracción y retención de talento es un problema cada vez más recurrente en el sector de material eléctrico, ¿cómo valora estas dificultades en el ámbito de la distribución y cómo se puede contribuir a hacer del sector un espacio más atractivo para las nuevas generaciones, especialmente desde la labor que realizan las asociaciones?



Con DINUY
es más fácil



Nueva generación de
Programadores horarios
Sin pantalla

Ámplia gama de soluciones con programación desde APP Dinuy - configure



Este desafío es una de las principales preocupaciones del sector, especialmente porque afecta en mayor medida a la empresa instaladora, que es el cliente principal de la distribución.

Desde ADIME, en colaboración con AFME, hemos puesto en marcha un proyecto para reforzar la imagen del sector. Estamos elaborando un relato sectorial que destaca nuestra contribución a la transición energética y la lucha contra el cambio climático, con el objetivo de atraer talento y sensibilizar tanto a las Administraciones Públicas como a la ciudadanía. Además es clave contar con el apoyo de las asociaciones de instaladores para fortalecer la percepción del sector como un espacio dinámico, innovador y con un gran futuro profesional.

Por último, me gustaría pedirle una valoración de la situación actual del mercado y de dificultades concretas como la inestabilidad geopolítica, de aranceles, las dificultades de suministro de materias primas... ¿cómo cree que seguirán afectando estos y otros factores globales?

A pesar del contexto de incertidumbre, mantenemos una visión optimista. Nuestros asociados siguen proyectando un crecimiento para este año, lo que indica que, aunque los desafíos existen, el sector mantiene su fortaleza.

Es innegable que la inestabilidad geopolítica y las restricciones comerciales generan incertidumbre y pueden frenar algunas inversiones. No obstante, la economía española sigue mostrando mayor estabilidad en comparación con otros países europeos, y nuestro sector se mantiene en una posición privilegiada para los próximos años.

Además, factores como la transición energética y la necesidad de modernización de infraestructuras seguirán impulsando la demanda de soluciones innovadoras. La clave estará en la capacidad de adaptación de las empresas y en la implementación de estrategias resilientes que les permitan sortear los desafíos globales sin perder competitividad. ■



que vienen a representar aproximadamente casi un 80 % de la facturación total de este colectivo empresarial en España.

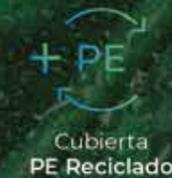
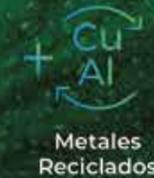
La asociación ha elegido el espacio ABC Serrano, un conjunto arquitectónico compuesto por tres edificios, de los que el más emblemático fue construido en 1899 para ubicar la sede de la publicación Blanco y Negro. Además, la asociación ha previsto para la mañana siguiente del día 3, la convocatoria de una nueva edición del Encuentro del Sector de Material Eléctrico, una cita ya tradicional e ineludible.

Adime celebrará su 30 Aniversario en el ABC Serrano, en Madrid

Adime ha previsto para este próximo 2 de junio la celebración de su 30 Aniversario en una gala que tendrá lugar en el ABC Serrano, en Madrid. El acto reunirá a toda la cadena del valor del sector del material eléctrico y supone la conmemoración de las tres décadas de existencia de la asociación, que se constituyó en 1995 y fijó como objetivo principal "la asistencia, coordinación, representación, gestión y defensa de los intereses legítimos de las empresas que la integran, en el sector del almacenaje y distribución de material eléctrico, así como el impulso de servicios y proyectos que favorezcan el desarrollo y la competitividad de sus asociados". En la actualidad engloba a 105 empresas, con 932 puntos de venta repartidos por todo el territorio y



e-SenS



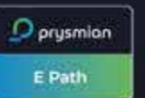
e-SenS, una nueva generación de cables para la nueva era Net Cero

- Compromiso con el planeta
- Emisiones de CO₂

Nuevos diseños más sostenibles que incorporan materias primas recicladas y de origen Bio-Atribuido, de fabricación km 0 con energía eléctrica 100 % renovable, fruto de nuestro compromiso en ayudar a nuestros clientes a conseguir una mayor **reducción de emisiones de CO₂** y **minimizar el impacto medioambiental** en sus proyectos.

Compromiso con el planeta es poner la innovación y la tecnología al servicio de la sostenibilidad.

Porque más que las palabras, nos gustan los hechos.





Foro de Debate sobre la Distribución organizado por Instaladores 2.0

PARTICIPANTES POR LA DISTRIBUCIÓN:

- Alberto González Director de GRUDILEC
- Alberto Martínez VP de Marketing de SONEPAR SPAIN
- Amparo Almiñana Directora General de GRUPO PEISA
- Gloria González Presidenta de NOU GRUP
- Iñaki Aramburu Director Comercial de GES
- Jorge Ruiz-Olivares Director de FEGIME ESPAÑA
- Jorge Villalgordo Director Comercial de GRUPO ELEKTRA
- Marcos Angulo Director Comercial de GRUPO NORIA
- María de Lucas Directora de RR HH de LUJISA (GRUPO AÚNA)

PARTICIPANTES POR LA FABRICACIÓN:

- Alfonso Canorea Director General y CEO LEDVANCE LIGHTING
- Javier Arbués Director de Distribución de SCHNEIDER ELECTRIC
- Joan Ferrán Director Comercial de PRYSMIAN SPAIN

Llamada a la unión real del sector para hacer lobby, darle mayor visibilidad y atraer talento

“Las asociaciones patronales son claves para vertebrar esa unión”

“Las empresas deben adaptarse al nuevo talento”

“En el diagnóstico estamos de acuerdo, pero hay que aterrizar y llevar a cabo acciones”

“La incertidumbre manda, pero la tecnología y los datos son una oportunidad para los distribuidores a través de la especialización”

Con la participación de



El Foro de Debate sobre la Distribución de Material Eléctrico que Instaladores 2.0 organizó a finales de marzo permitió un coloquio abierto con las principales empresas distribuidoras y grupos de distribución del país, y con la participación y colaboración también de

tres firmas líderes de la fabricación en sus respectivos ámbitos de actividad: Ledvance, Prysmian Group y Schneider Electric. A continuación, ofrecemos un resumen de este encuentro, que tuvo lugar en la Biblioteca de la Asociación de la Prensa de Madrid.

Las opiniones expresadas coincidieron en una visión optimista del mercado, con matices. En un escenario de incertidumbre y volatilidad, todos abogaron por la necesidad de un entorno estable para un mercado de oportunidades, pero necesitado también de trabajar en la especialización y en adaptarse a las tendencias de los nuevos consumidores. La digitalización y la innovación pasan por ser dos herramientas clave para ello, pero también otros factores como la flexibilidad o la inversión tecnológica para mejorar los procesos.

Entre las cuestiones más recurrentes en el debate, el problema de la escasez de talento que acucia al sector y la necesidad de adoptar iniciativas decididas para paliar esta deficiencia. Contribuir a darle visibilidad, hacerlo más atractivo y próximo a





la sociedad. Las empresas con protagonismo en el sector se ven obligadas cada día más a adaptarse a los imperativos de un nuevo escenario laboral en el que esa escasez de profesionales afecta a todos los ámbitos.

Cómo habituarnos a la incertidumbre

En el punto de partida, todos los participantes valoraron la situación del mercado y las perspectivas para 2025. **Javier Arbués** (Schneider Electric) se mostró optimista, “hay amenazas pero vemos en

ellas oportunidades y creemos que 2025 va a ser un año positivo”. Y se refirió a cuatro macro-tendencias, “la globalización, la revolución digital, la expansión del conocimiento y la emergencia climática”. Y a transformaciones necesarias como “la cultural que supone la necesidad de colocar a las personas en el centro”.

Alfonso Canorea (Ledvance) abundó en la cuestión normativa, “que en algunos momentos está paralizando el desarrollo del sector, más que favorecerlo”. Sobre la iluminación, “es una de las ca-

“En el diagnóstico estamos de acuerdo, pero hay que aterrizar y llevar a cabo acciones”

Joan Ferrán, Prysmian



“Estamos condenados a necesitar que nos elijan, nos eligen los clientes, los empleados y nos eligen también los fabricantes”

Alberto Martínez, Sonepar



Especialistas en eficiencia energética

Te ayudamos a hacer realidad los proyectos de eficiencia energética de tus clientes, encontrando la solución que mejor se adapte a sus necesidades.

Climatización sostenible, iluminación eficiente, energías renovables, hogar conectado, automatización y control industrial... Sean cuales sean las necesidades de tus clientes, te brindamos el asesoramiento integral que necesites.



Descubre más aquí



tegorías que más está sufriendo. Es un momento para vender valor añadido a un coste razonable y aún así nos cuesta conseguirlo”.

Joan Ferrán (Prysmian) lo valoró así, “2025 será mejor que el año pasado que fue lastrado por el autoconsumo y que ahora lo vemos bastante estable”, y en un orden más general, “estamos francamente preocupados por la corriente arancelaria. Hemos vivido una época de inflación estable, pero eso ha cambiado y tiene el efecto colateral del incremento del coste del dinero”.

“Conjugar la situación actual con el medio plazo”

En el turno de la distribución, **Iñaki Aramburu** (GES) también se mostró “optimista, prevemos un buen año”. **Alberto Martínez** (Sonepar), “lo más difícil no va a ser este año, en nuestro caso trabajamos en el medio plazo y se echa en falta en el sector, con la volatilidad que hay, cómo conjugar la situación actual con ese medio plazo”. Pero insistió también en “ser positivos sobre 2025”. Según **Amparo Almiñana** (Grupo Peisa), “las perspectivas optimistas están, aunque seguimos sumidos en un entorno de incertidumbre en el que no es bueno decidir, necesitamos estabilidad”. Para **Marcos Angulo** (Grupo Noria), “tenemos claros los vectores de crecimiento en los que queremos trabajar, creo que es muy atrevido lanzarse a adivinar lo que pueda pasar en los meses sucesivos”. En opinión de **Jorge Villalgordo** (Grupo Elektra), “este DAFO es diferente vinculado a la construcción que a la industria. Somos un país de servicios, todo lo vinculado a las infraestructu-



“El problema que supone que haya empresas instaladoras que no pueden acometer más proyectos porque no hay mano de obra cualificada no es algo de mañana, es lo que está pasando ya hoy”

Iñaki Aramburu, GES



ras debe continuar y también la sostenibilidad”. Y por otro lado, “con micropymes trasladar las nuevas tecnologías al mercado es complicado”.

Para **Alberto González** (Grudilec), “aquél que se especialice, que dé un buen servicio, asesoramiento técnico, buena logística, tendrá muchas más oportunidades”. **María de Lucas** (Grupo Aúna) puntualizó que “hay cierto desengaño con la fotovoltaica o con el vehículo eléctrico, que han funcionado menos de lo que se esperaba”. **Gloria González** (Nou Grup) destacó la importancia “de la digitalización” y sobre esos nuevos nichos de mercado “hay que observarlos más a largo plazo”. Para **Jorge Ruiz-Olivares** (Fegime) “la incertidumbre es imposible de predecir, la mayor en nuestro caso es cómo van a evolucionar las tendencias de los consumidores”.

Aramburu hay dos aspectos clave, “especialización e inversión tecnológica para mejorar tus procesos. Hay nuevas generaciones que ya no requieren el mismo contacto, es imprescindible trabajar para mejorar nuestra eficiencia en el mercado”.

Jorge Villalgordo incidió en la relevancia del papel del lobby, para reforzar la influencia, “nos ha costado mucho avanzar, el lobby es fundamental para darle visibilidad al sector, visibilidad en cifras y también para lograr aportar cierto glamour”. **Gloria González** puntualiza que “la distribución necesita un combinado de distintos aspectos en formación, una identidad formativa”

Para **Marcos Angulo**, “digitalización y especialización son fundamentales, pero la distribución lo está haciendo bien y rápido”. Y **Amparo Almiñana** cree que “lo importante es que lo ejerzan todos los eslabones de la cadena, que vayamos todos juntos”. Este último fue un aspecto recurrente durante todo el debate, unión sectorial para mejorar la visibilidad como colectivo esencial, para influir en la Administración y propiciar soluciones al problema de atraer el talento. Y para lograrlo, todos apostaron por el rol decisivo de las asociaciones patronales de fabricantes, distribuidores e instaladores.

Especialización e inversión tecnológica

La digitalización y los nuevos consumidores fue una de las primeras cuestiones introducidas en el debate. **Javier Arbués** apuesta por la necesidad de “dar una marcha más, la experiencia y la satisfacción del cliente cada vez va a ser más importante y debe ser diferencial versus el precio, y es importante contribuir a hacer más función de lobby en el sector, también para protegernos de otros actores, que lo hacen muy bien, pero no tienen nuestra experiencia”. Para **Iñaki**



“Depende de la zona en la que operemos la especialización te sirve o no, porque si los instaladores son generalistas nosotros debemos serlo también”

Gloria González, Nou Grup

“El ecosistema energético tiene que ir hacia un hogar inteligente de verdad, que tiene que llegar pero ha de hacerlo de una forma sencilla”

Jorge Villalgordo, Grupo Elektra





“De acuerdo en el diagnóstico, pero ¿y las acciones?”

Joan Ferrán alberga dudas, “cada asociación va labrando su propio camino y no hay una interconexión de objetivos y sobre cómo buscar sinergias y que esos objetivos sean comunes. En el diagnóstico estamos de acuerdo, pero hay que aterrizar y llevar a cabo acciones”.

Pasar del diagnóstico a la acción concreta es otra asignatura pendiente. Alfonso Canorea abordó la digitalización y el ecommerce, “el ecommerce son expectativas y las hemos creado muy elevadas a corto con respecto a lo que la demanda genera, pero no hemos establecido unos objetivos mínimos y cada uno deberá ir acompasando ese desarrollo. Enlazándolo con el lobby, estamos mejor preparados que nunca para defenderlo”, y añadió que “luego está la cuestión del talento, si no lo tienes, créalo, una opción es desarrollar el talento desde el propio sector”. Para Alberto Martínez “el mayor reto que tenemos es el relevo generacional y que nos permita tener una base suficiente para poder sobrevivir en el futuro como sector”.



“El tema de la rentabilidad va vinculado al talento, y la escasez de éste hace que se compita y haya multitud de movimientos y cada día es más duro porque se hace bajo parámetros que no son sostenibles”

Amparo Almiñana, Grupo Peisa

La urgencia por la escasez de nuevo talento

La escasez de talento ha llegado a un estado de urgencia alarmante. Jorge Ruiz-Olivares señaló que “no sólo faltan instaladores, también profesionales que fomenten buenas instalaciones y buenas prácticas. Y es quizá obligación del sector crear una base de instaladores dispuestos a dar ese valor añadido al sector”. Iñaki Aramburu puntualizó, “la pregunta es cómo hacerlo, porque no es fácil encontrar la solución. Que haya empresas instaladoras que no pueden acometer más proyectos porque no hay mano de obra cualificada es algo que está pasando ya hoy”. Para Joan Ferrán “hay que empezar desde abajo y contarles que sepan que existe esta opción”, Y Alberto González opinó que “supone también un cambio de mentalidad, porque las condiciones de las nuevas generaciones muchas veces van en contra de lo que exige un sector de servicios, que se debe a sus clientes”. Javier Arbués cree que “tenemos que cambiar de mentalidad nosotros, porque los que eligen las empresas son ellos” e Iñaki Aramburu puntualizaba, “las empresas deben adaptarse al nuevo talento”. Gloria González está de acuerdo, pero no olvida al cliente más tradicional, “también hay que



GRUDILEC
Distribución Material Eléctrico



**El cambio nos impulsa,
la innovación nos lidera.**

La unión nos hace únicos



“Estamos en un sector superpotente, deberíamos quedarnos también con la asignatura pendiente de dar visibilidad al sector de cara al talento”

Javier Arbués, Schneider Electric

compaginar ese cambio con los intereses de nuestros clientes de siempre, pero o nos adaptamos o no seremos atractivos ni para unos ni para otros”.

“Condenados a necesitar que nos elijan”

Alberto Martínez sentenció, “estamos condenados a necesitar que nos elijan, nos eligen los clientes, los empleados y nos eligen también los fabricantes”. Y **María de Lucas** cree que “al final el matiz es el servicio, no hemos avanzado porque el componente del servicio es esencial”. Para **Jorge Villalgorido** “se están haciendo cosas, en el foro entre Afme y Adime por ejemplo, quizá una opción es tender hacia una plataforma conjunta de la distribución”. **Jorge Ruiz-Olivares** señaló que “lo tenemos más fácil si nos fijamos en cómo se van adaptando en otros países y seguimos sus pasos”. Y **Alberto González** valoró

que en el ecommerce hay un componente cultural también muy importante, “*existe ese factor cultural que hace que difícilmente vayamos a llegar a los ratios que tienen ellos*”. **Iñaki Aramburu** coincidía, “*en efecto lo veo complicado, tenemos que segmentar muy bien las herramientas digitales y hacia dónde van dirigidas. El ecommerce está bien, pero el instalador necesita algo más. Depende mucho del tipo de cliente al que te diriges*”. En opinión de **Alberto Martínez** “*cuanta más oferta haya mejor será. La palabra omnicanal es clave, pero si nos quedamos en el offline no existiremos. Estamos hablando de 3 a 5 años*”. **Javier Arbués** concluyó que “*ponemos el objetivo de llegar a un número o una cifra exacta es un error, el objetivo tiene que ser que seamos mucho más productivos y eficientes, el dato ahora es muy mejorable seguro, pero sobre todo pasa por ser más eficientes*”.

“La incertidumbre manda, pero la tecnología y los datos son una oportunidad para los distribuidores a través de la especialización”

Joan Ferrán opinó sobre el futuro, “*me imagino a la distribución en el futuro vendiendo y ofreciendo soluciones al mercado, y eso no lo veo en la venta online. Hay una parte más transaccional que tiene que ver con ella, pero hay otra que consiste en aportar más valor y especialización, trabajando conjuntamente con sus clientes*”. **Jorge Ruiz-Olivares** rebatía, “*es verdad que la distribución debe acompañar y que el futuro es la especialización y aportar soluciones al cliente, pero no es incompatible eso con la digitali-*

zación y con el canal digital. Hay socios europeos con porcentajes muy altos en ecommerce, pero que también están ofreciendo soluciones a sus clientes”.

La especialización, presente y futuro

Iñaki Aramburu estuvo de acuerdo en que “*la especialización es clave para la distribución, no sólo por el aporte de valor, sino también por la rentabilidad. Es una de las palancas para mejorarla, hay que invertir*



LA FERIA DEL INSTALADOR PROFESIONAL
Te esperamos en

Feria Valladolid
12 de junio de 2025



Inscríbete aquí:



Pide el código de inscripción a tu distribuidor de confianza



JUNTOS, CRECEMOS CON FUERZA · aunadistribucion.com



“Es verdad que la distribución debe acompañar y que el futuro es la especialización y aportar soluciones al cliente, pero no es incompatible eso con la digitalización y con el canal digital“

Jorge Ruiz-Olivares, Fegime

“En iluminación tenemos datos y nuestro gráfico dice que no ha aumentado el número de especialistas, incluidos los instaladores también y, sin embargo, existe esa necesidad que nosotros, como fabricantes, no podemos cubrir por muy buenos que seamos”

Alfonso Canorea, Ledvance



en especialización porque es una de las vías para los próximos años”. Alfonso Canorea coincidió, “uno de los errores muy manidos es querer ser lo que no somos. Fabricantes, distribuidores e instaladores seguirán estando, el mercado seguirá existiendo, pero la cuestión es cómo vamos a estar cada uno. Especializarte es tu fortaleza. En iluminación tenemos datos y nuestro gráfico dice que no ha aumentado el número de especialistas, incluidos los instaladores también y, sin embargo, existe esa necesidad que nosotros, como fabricantes, no podemos cubrir por muy buenos que seamos”. Gloria González puntualizó, “pero depende de la zona en la que operemos la especialización te sirve o no, porque si los instaladores son generalistas nosotros debemos serlo también”. Iñaki Aramburu señaló que “a ese instalador lo podemos ayudar a especializarse yendo con él a su cliente. Esa fidelización que consigues aportándole especialización y una solución global se convierte en margen y rentabilidad porque implica que le aportamos mucho más que el precio. El commodity se seguirá vendiendo en ecommerce”. “Más que nada porque si no lo hacéis vosotros alguien lo hará”, apostilló Joan Ferrán. “Además, lo hará con modelos verticales

que, si se implantan, harán la competición desigual”, añadió Jorge Ruiz-Olivares.

Para Javier Arbués “la rentabilidad se apoya de la organización y de las personas, tiene que llegar a todos los departamentos de la compañía”, y Amparo Almiñana valoró que “el tema de la rentabilidad va vinculado al talento, y la escasez de éste hace que se compita y haya multitud de movimientos y cada día es más duro porque se hace bajo parámetros que no son sostenibles”. Alberto Martínez añadió que “invertir en formación y talento se destroza con esa competencia entre nosotros”.

¿Captar el talento o desarrollarlo?

Sobre talento Joan Ferrán aportó que “siempre hablamos de captar talento, pero el talento se puede desarrollar e integrarlo en la cultura empresarial. Poner la gente en el centro también es ser capaz de desarrollar un entorno en el que cada uno pueda sacar su mejor versión”. Y Jorge Villalgorido puso el ejemplo de un “ingeniero recién titulado que en cuanto le das un poco de visibilidad se va. Y eso vale



también para un mozo de almacén, algunas veces nuestro principal competidor como empleador es el fabricante”. Jorge Ruiz-Olivares opinó que “es un reto muy difícil para todas las empresas y es inversamente proporcional al tamaño, cuanto más grande es la empresa más complicado es, aunque también tienes más herramientas y más movilidad”. Marcos Angulo piensa que “los distribuidores estamos en un sándwich en el que se nos hace complicada esa inversión en talento, que estoy de acuerdo en que es totalmente necesaria. A lo mejor necesitamos una herramienta digital conjunta”.

Convencer al candidato más que él a la empresa

El modelo de empresa distribuidora no parece el más atractivo para las nuevas generaciones, más tendentes a implicarse en multinacionales o en startups. Para Alberto González “ahí también estamos limitados porque hay cosas que no podemos hacer”. Y también con respecto al modelo de los nuevos ins-

taladores. María de Lucas afirmó que “no hay un nuevo modelo de instalador, hay un nuevo modelo de sociedad entera, en una entrevista de trabajo tienes que convencerles tú a ellos, pero no es algo exclusivo de nuestro sector”. Según Alberto Martínez, “las necesidades cambian y nuestros trabajos también. Hay que replantearse los puestos de trabajo porque los candidatos no quieren un trabajo para toda la vida, quieren un proyecto”.

Nuevos negocios: en qué momento están

La parte final del debate se orientó a las nuevas alternativas de negocio. Javier Arbués se refirió a que “en residencial y en rehabilitación necesitamos que la Administración ponga cartas sobre la mesa y que todos seamos conscientes de la parte de negocio que suponen”, y añadió que “en el vehículo eléctrico las expectativas eran demasiado ambiciosas y en renovables, en eficiencia y gestión del consumo debemos tener una propuesta global. Una vía de ne-

“Lo que pasa es que muchas veces en los grandes desarrollos urbanísticos lo que se instala no es producto de calidad y eso es un problema“

Alberto González, Grudilec





gocio que tiene que ser consistente y no oportunista". Para **Alfonso Canorea** "en Ledvance creemos en la oportunidad que supone dar servicio al profesional. Lo vemos más claro en las renovables que en el vehículo eléctrico, con respecto a la iluminación hay tres vectores: eficiencia energética, sostenibilidad, a la que el sector no le ha sacado provecho, pero es un cambio disruptivo y, por último, el control inteligente. Pero en este aspecto no hay suficiente demanda, hay que hacer todavía mucha labor de generación de demanda". **Joan Ferrán** reflexiona sobre la electrificación, "una cosa es la generación, en la que se ha hecho un esfuerzo enorme en los últimos años, y otra la demanda, que no avanza", y añade también que "el mercado del almacenamiento va a despegar en el segundo semestre".

Jorge Villalgordo opina que "el ecosistema energético tiene que ir hacia un hogar inteligente de verdad, pero ha de hacerlo de una forma sencilla". **Alberto González** apunta que "en los grandes desarrollos urbanísticos lo que se instala no siempre es producto de calidad y eso es un problema". Para **Alberto Martínez** "la rehabilitación es mucho más intensiva que la obra nueva. El promotor invierte allí donde va a obtener más rentabilidad".

Falta demanda para la tecnología inteligente

Sobre el autoconsumo, **Iñaki Aramburu** valoró que "ha venido para quedarse, mientras la movilidad eléctrica es una oportunidad más allá del punto de carga, sino en torno a toda la infraestructura que genera en sí. En el smart home no hay suficiente demanda en el mercado". El buen síntoma en este sentido es el incremento de viviendas iniciadas, según **Joan Ferrán**, "estamos este año en 112.000, un 14 % más, un nivel como hace años que no teníamos". **Javier Arbués** cree que "constructoras y promotoras empiezan a apostar por la digitalización en las viviendas, el distribuidor tiene que ser un integrador de todas las soluciones". Para **Iñaki Aramburu** "hay que invertir en generación de demanda también en el instalador", y **Alberto González** afirmó que "hay que ser positivos, pero no es oro todo lo que reluce porque estas grandes promotoras son un riesgo importante para la distribución".

La Sostenibilidad como negocio es un vector cada vez más importante, la cuestión para **Alfonso Canorea** "es cómo se está implementando, cómo se implantan determinadas normativas medioambientales. En lugar de un beneficio, se convierte en un



"No hay un nuevo modelo de instalador, hay un nuevo modelo de sociedad entera, en una entrevista de trabajo tienes que convencerles tú a ellos, pero no es algo exclusivo de nuestro sector"

María de Lucas, Grupo Aúna



¿Estás preparado en caso de apagón?

Sistemas fotovoltaicos híbridos con back-up y baterías

Consulta a tu distribuidor  **FEGIME**





“Los distribuidores estamos en un sándwich en el que se nos hace complicada esa inversión en talento, que estoy de acuerdo en que es totalmente necesaria“

Marcos Angulo, Grupo Noria

perjuicio, es una cuestión cultural, aunque en nuestro sector se ha hecho bastante bien”. **Jorge Ruiz-Olivares** lo enlazó con los nuevos mercados, “está muy ligada con todos ellos”. **Joan Ferrán** se preguntó, “los fabricantes estamos muy alineados, pero, ¿el instalador va a pagar un euro más?, ¿se percibe la Sostenibilidad como valor añadido?”. **Alberto González** opinó que el cambio y la implementación “vendrá a través de la normativa, se penalizará a quien no cumpla” y para **Alberto Martínez** quienes lo valoran “son los nuevos usuarios finales, los más jóvenes”, y añade que “es un servicio más, la distribución deberíamos hacerlo por convencimiento”.

Conclusiones del Foro de Debate

Las reflexiones finales oscilaron entre el optimismo y la determinación. **Javier Arbués** apostó “por pasar a la acción. Deberíamos quedarnos también con la asignatura pendiente de dar visibilidad al sector de cara al talento”. **Gloria González** concluyó que “estamos en una revolución y tenemos que ser capaces de adaptarnos, tenemos muchas posibilidades para seguir creciendo, pero el mayor problema es la cuestión del personal”. Para **María de Lucas** es trascendental “la colaboración, la unión y la confluencia de sinergias en el sector a través de las asociaciones”.

Amparo Almiñana valoró que “el mercado demanda un servicio excelente, sin errores, con un buen asesoramiento, por el canal que sea más adecuado

y a un precio óptimo, y a partir de ahí hay que escuchar lo que se nos demanda”, y **Alberto González** se quedó “con una sensación optimista, somos un sector afortunado y tengo claro que tenemos que tender a ser especialistas o multiespecialistas para sobrevivir adecuadamente en él”. **Jorge Villalgordo** cree que “la oportunidad es clara, pero hay que convivir con el exceso de regulación y la incertidumbre”. Para **Marcos Angulo** se trata de “un mercado sostenible en el tiempo, que está de moda y tenemos que desarrollarlo de forma que sea sostenible también para trabajar en él, fomentar ese papel de lobby”.

Alberto Martínez, propuso “unimos a través de las asociaciones para atraer talento. La incertidumbre manda, pero la tecnología y los datos son una oportunidad para suplir algunas de las carencias con las que nos encontramos”. **Iñaki Aramburu** concluyó que “la captación de talento depende de la cultura que tenga la empresa, eso es una ventaja competitiva”. Y **Joan Ferrán** resaltó “el mensaje positivo, estamos en un sector que se va a desarrollar de manera importante y favorable. Y ante la incertidumbre, flexibilidad para adaptarnos e innovación”. **Alfonso Canorea** coincidió en que “hay muchas más oportunidades, aunque tenemos que pensar en cómo implementar unas exigencias mínimas, poner más en valor el sector”. Por último, **Jorge Ruiz-Olivares** compartió “el optimismo, se ha hablado mucho de un sector que yo mismo he elegido, de las oportunidades y de los retos y son tan necesarios que debemos avanzar sobre ellos”. ■



Protector contra arcos eléctricos

Más seguridad en menos espacio



El único dispositivo que te ofrece 5 tipos de protección

- ✓ Arcos eléctricos
- ✓ Cortocircuito
- ✓ Sobrecargas
- ✓ Diferencial
- ✓ Sobretensiones

Evita riesgos invisibles con la mejor protección

- ⚠ Previene incendios eléctricos detectando conexiones sueltas o cables dañados
- ⚠ Indicador de causa de fallo eléctrico

Más información en www.maxge.eu



MAXGE
Intelligence beyond vision

Ledvance, Prysmian y Schneider Electric valoran la actualidad de la distribución

- 01** ¿Qué valoración hace de un encuentro como este Foro-Debate con la Distribución? ¿Ha satisfecho sus expectativas?
- 02** En la actualidad, ¿en qué aspectos está más enfocada la relación de su compañía con sus partners de la distribución?
- 03** Hablamos continuamente de factores como la transformación digital, la omnicanalidad, la especialización o el aprovechamiento de los datos a través de la IA, pero ¿en cuáles de estos factores y de qué manera tiene que poner mayor énfasis la distribución a su juicio?
- 04** Por último, ¿cómo cree que la distribución de material eléctrico debe trabajar para atraer talento y retenerlo? Nuevas capacidades, estrategia, nuevos objetivos...



ALFONSO CANOREA

director general y CEO de LEDVANCE

“Aquellos distribuidores que ofrezcan un servicio de valor añadido con asesoramiento técnico y soluciones personalizadas tendrán una ventaja competitiva”

01 Primero de todo, quiero comenzar agradeciendo, tanto a Instaladores 2.0 como a todos los asistentes, su implicación y trabajo durante esta jornada, que sin duda ha sido satisfactoria desde multitud de aspectos.

El primero de ellos es que hemos sido capaces de extraer varios puntos en común que nos pueden permitir trabajar juntos con un mismo rumbo. La conversación ha sido muy enriquecedora para todas las partes, valorando las necesidades de toda la cadena de valor y aportando ideas y solu-



ciones para que nuestro sector siga siendo fuerte y atractivo.

02 El trabajo que hemos llevado a cabo desde Ledvance, nos ha permitido desarrollar una estrategia basada en la combinación de varios aspectos: escucha activa y constante de las demandas del sector; una tecnología de vanguardia cada vez más eficiente y duradera; un compromiso arraigado con la sostenibilidad y la iluminación centrada en el ser humano; y una mejora logística para garantizar los mejores tiempos de entrega posibles.

Asimismo, contamos con tres pilares fundamentales sobre los que se edifica nuestro día a día:

- El lanzamiento continuado de soluciones innovadoras para los canales profesional y residencial. En 8 años, hemos pasado de comercializar 200 referencias en luminarias para aplicaciones básicas, a ofrecer más de 4.000 productos que cubren aplicaciones específicas.
- La inversión en acciones que impacten en el reconocimiento de la marca Ledvance. Es vital que nuestros clientes tengan una garantía de marca extra y que los usuarios finales perciban el beneficio de nuestras soluciones. En ese sentido, nuestro reconocimiento de marca ya supera el 70 % entre los instaladores profesionales.
- El trabajo para garantizar nuestra presencia comercial en cualquier área geográfica de España para asegurar que cualquier cliente está atendido.

03 En el caso de la distribución, el mercado tiende a concentrarse todavía más, con actores que ganarán importancia gracias a economías de escala y una mejor capacidad de negociación con los proveedores. Asimismo, la especialización jugará un papel clave, por lo que aquellos distribuidores que ofrezcan un servicio de valor añadido con asesoramiento técnico y soluciones personalizadas tendrán una ventaja competitiva. Para llevar esto a término, creemos que la integración entre la presencia en puntos de venta, el desarrollo de un e-commerce fuerte y sus sinergias con los



“La colaboración entre fabricantes, distribuidores e instaladores es esencial para crear un ecosistema laboral más dinámico, innovador y alineado con las expectativas de las nuevas generaciones

marketplaces permitirá optimizar la experiencia de compra y obtener un mayor alcance, mitigando la presión inflacionaria, que obliga a los distribuidores a mejorar la gestión de su stock para mantener márgenes operativos manejables.

Siguiendo una estrategia de omnicanalidad aparecen nuevos actores que provienen de otros negocios o sectores (gran consumo, fontanería...) y las plataformas digitales, que intentan hacerse un hueco en el sector de distribución profesional.

También debemos tener en cuenta la actividad de aquellos fabricantes que venden directamente al profesional, que sin duda están redefiniendo la distribución, forzando a los mayoristas tradicionales a innovar en servicio, logística y financiación.



04 La captación y retención de talento es uno de los principales desafíos, especialmente en un contexto de transformación digital y transición energética. La especialización y cualificación de perfiles técnicos requiere de un enfoque integral por parte de fabricantes, distribuidores e instaladores. Como fabricantes, debemos apostar por la formación continua y la colaboración con centros educativos y universidades con programas de especialización y capacitación técnica. Asimismo, la digitalización de procesos productivos y la integración de tecnologías innovadoras, como la inteligencia artificial y el IoT en iluminación, pueden atraer a una nueva generación de profesionales con un enfoque más tecnológico e interdisciplinario.

Para hacer el sector más atractivo, es clave fortalecer su visibilidad y valor estratégico dentro de la sociedad. Debemos comunicar mejor el impacto de nuestras soluciones en la sostenibilidad, la eficiencia energética y la calidad de vida, destacando el papel clave de la iluminación en la construcción de ciudades inteligentes y en la optimización del consumo energético. Además, mejorar las condiciones laborales, fomentar la diversidad y apostar por entornos de trabajo flexibles y motivadores contribuirá a fidelizar talento. La colaboración entre fabricantes, distribuidores e instaladores es esencial para crear un ecosistema laboral más dinámico, innovador y alineado con las expectativas de las nuevas generaciones.



JOAN FERRÁN
director comercial de PRYSMIAN

“Para la distribución, la especialización es clave para acceder a nuevos mercados”

01 En un entorno magnífico, los organizadores lograron crear un ambiente distendido y de confianza, facilitado por el hecho de que muchos de los asistentes nos conocemos desde hace años. Este foro permitió a los participantes expresar y contrastar nuestros puntos de vista con colegas profesionales, y fomentar un intercambio de ideas muy enriquecedor. Personalmente, pude tomar nota de varias propuestas interesantes que se discutieron. En resumen, fue una experiencia francamente positiva y enriquecedora, que superó claramente mis expectativas.



02 Actualmente, estamos muy enfocados en desarrollar nuevos segmentos de mercado que surgen a raíz de la transición energética y digital. Actuamos de manera ágil en el desarrollo de productos, siempre bajo criterios de sostenibilidad, y promoviendo y potenciando activamente los trabajos de prescripción. En definitiva, trabajamos con dedicación en la generación de demanda y buscamos cubrirla a través del canal de distribución, que, gracias a su capilaridad y eficiencia, nos permite llegar a la mayor parte del mercado con la máxima calidad.

03 En mi opinión, la distribución debe poner énfasis en todos estos factores, pero de manera ordenada. Primero, se deben establecer unas bases sólidas mediante la digitalización, siempre con el objetivo de desarrollar el negocio y/o mejorar la competitividad. Paralelamente, la especialización es clave para acceder a nuevos mercados, con la oferta de soluciones a los instaladores en colaboración con los fabricantes, con un enfoque en la generación de valor.

Una vez consolidados la transformación digital (generación de datos) y la especialización, se puede abordar la llegada a los clientes a través de distintos canales, siempre con una estrategia coherente que garantice una experiencia de compra excelente. Finalmente, con un histórico de datos consolidado,

debemos buscar la monetización mediante la implementación de proyectos de inteligencia artificial.

04 Siempre nos hemos focalizado en atraer talento, y ciertamente debemos continuar intentándolo, haciendo que nuestro sector sea mucho más atractivo para los jóvenes que se incorporan al mercado laboral. Esto aplica tanto a instaladores, como a distribuidores y fabricantes. Atractivo en el sentido de que esté conectado con las inquietudes de la gente joven; debemos adaptar nuestras empresas a las nuevas generaciones, prestando atención a lo que les motiva.

Por otro lado, creo que a menudo olvidamos que el talento también se puede desarrollar internamente. ¿Cómo hacerlo? Creando una cultura empresarial que realmente ponga a las personas en el centro, invirtiendo en el desarrollo profesional dentro de las propias empresas y preocupándonos por crecer en el sector mientras hacemos crecer a nuestros empleados. Es fundamental fidelizar, hacer que las personas que integran la empresa se sientan importantes, que conozcan el propósito y los valores de la compañía donde trabajan. En definitiva, debemos prestar más atención al factor humano. Muchas veces buscamos talento fuera de nuestras empresas, cuando probablemente ya lo tengamos en casa si nos enfocamos en desarrollarlo.



“Creo que a menudo olvidamos que el talento también se puede desarrollar internamente. ¿Cómo hacerlo? Creando una cultura empresarial que realmente ponga a las personas en el centro”





JAVIER ARBUÉS

director de distribución de SCHNEIDER ELECTRIC

“En mi opinión, el primer énfasis que debe hacer la distribución es poner en primer lugar a las personas”

01 Fue un encuentro necesario en el que llegamos a un diagnóstico unánime, en el que todos tenemos claro que la especialización, la transformación cultural, fidelizar y atraer talento, y la capacidad de adaptación en contextos de incertidumbre son las áreas donde tenemos que focalizarnos para transformar el sector. Ahora debemos ser capaces de pasar a la acción, abordar los retos que tenemos por delante y, de cara a la próxima edición, medir los avances que hemos conseguido y ver en qué punto nos encontramos.

02 Actualmente nuestra relación con los partners de distribución se centra en tres áreas principales. Primero, la digitalización y la omnicanalidad. Estamos muy enfocados en mejorar la experiencia del cliente, haciendo que sean más autónomos y

puedan utilizar herramientas digitales para acceder al mercado y recibir un mejor servicio. Por otro lado, la omnicanalidad es clave porque permite que los clientes interactúen con nosotros a través de cualquier canal, ya sea físico o digital, y completen sus compras en el medio que prefieran. Esto nos ayuda a obtener una mayor trazabilidad y a entender mejor los hábitos de consumo de nuestros clientes, lo que nos permite tomar decisiones más informadas y basadas en datos.

En segundo lugar, la especialización. Nos esforzamos por ofrecer una formación continua y aportar valor en el mercado. Creemos que una mejor formación nos permite ofrecer soluciones más competitivas y de valor añadido. Hemos estado transformando nuestra política comercial y la manera de guiar y acompañar a nuestros clientes. Además, es crucial que la autonomía que delegamos a nuestros distribuidores esté acompañada de una cultura de precio, que significa ser conscientes de lo que debemos aportar al mercado para tener una rentabilidad acorde con las estructuras que tenemos y a lo que estamos ofreciendo.

Finalmente, la transformación cultural; para nosotros la más importante. Estamos adoptando nuevas formas de trabajar y capacidades, apoyándonos en herramientas digitales y en la inteligencia artificial para ofrecer mejores coberturas a nuestros clientes con



nou GRUP

Servicio Estatal
Agrupación de almacenes
de material eléctrico

Consulte el punto de
venta más cercano en
nougrup.net

Mallorca 1-1º · Oficina 6
08014 Barcelona
Tel.934 236 220
nougrup@nougrup-aie.com

los mismos recursos. Necesitamos nuevos liderazgos, compañías más diversas e inclusivas y con propósito. Y precisamente en relación con esto último, nosotros actuamos como activistas en la transición energética porque creemos en ella y predicamos con el ejemplo. Ésa es también una de las claves para atraer y fidelizar talento y hacer de nuestro sector un ámbito atractivo para las nuevas generaciones.

03 En mi opinión, el primer énfasis que debe hacer la distribución es poner en primer lugar a las personas. Para ello, necesitamos una transformación cultural que se adapte al contexto actual. Esto implica atraer talento de fuera del sector. Además, desarrollar a nuestros equipos en diferentes habilidades, capacidades, soft skills y un nuevo liderazgo. Si logramos cambiar esa mentalidad y cultura dentro de la compañía, será mucho más fácil abordar las transformaciones necesarias.

Además, estas transformaciones, ya sean de IA, omnicanalidad o especialización, deben verse como un todo dentro de la compañía, no como elementos aislados. Es fundamental tener una visión holística para que todo tenga coherencia y se sincronice perfectamente.

El aprendizaje -y el autoaprendizaje- también es clave. Este aprendizaje continuo es esencial para adaptarnos y prosperar en el entorno actual. Necesitamos potenciar una nueva mentalidad y, como decía an-

tes, atraer talento, y enfocarnos en las nuevas generaciones, diversidad e inclusión.

04 Ya estamos viendo una gran competencia por el talento, y las empresas que no se adaptan van a quedarse atrás. Las nuevas generaciones buscan empresas con un propósito, diversidad e inclusión, y una cultura de compañía fuerte. En Schneider Electric hemos tenido el honor de ser reconocidos como empresa más sostenible del mundo por Corporate Knights en 2025 y por TIME y Statista en 2024. Esto es algo que demuestra que tenemos un propósito claro y tangible y eso es algo que conecta a la perfección con los nuevos talentos.

Otros optan por trabajar en proyectos al estilo startup, donde el sentido de pertenencia es mucho mayor y pueden ser partícipes al 100% del proyecto, y aportar valor desde el primer día.

Las empresas que no se posicionen y no tomen medidas para desarrollarse y ser atractivas, van a tener dificultades. Ahora es el talento el que elige la compañía, no al revés.

La empresa debe ser un reflejo de la sociedad, representando todo el espectro de ésta. Esto hará mucho más fácil atraer talento. Además es importante que las empresas sean capaces de convivir con todas las generaciones, aprovechando las fortalezas de cada una y aprendiendo unas de otras.

“Estas transformaciones, ya sean de IA, omnicanalidad o especialización, deben verse como un todo dentro de la compañía, no como elementos aislados”



TE ACOMPAÑAMOS EN TU PROYECTO



30 Años diseñando soluciones para el instalador

ENDO
LIGHTING CORP.

© contáctanos al 659 28 28 28 o al correo proyectos@anselles.com

DESCRUBRE NUESTRAS NOVEDADES EN
NUESTRO NUEVO CATÁLOGO S18





“No diría que el Real Decreto de Autoconsumo está obsoleto, pero sí que requiere mejoras”, Miguel Rodrigo, director general de IDAE

La Quinta Edición de la Cumbre de Autoconsumo, que organiza la Unión Española Fotovoltaica, se celebró a finales de abril en el Hotel RIU Plaza de Madrid. El encuentro abordó los principales problemas del sector y se hizo efectiva una llamada conjunta en favor de medidas urgentes con las que impulsar la industria del autoconsumo, después del retroceso progresivo de los dos últimos ejercicios. El propio presidente de Unef, Rafael Benjumea, lo sintetizó así, “tenemos que hacer entre todos una apuesta decidida por el autoconsumo, si queremos alcanzar los objetivos que marca el PNIEC”, porque añadió también, “hemos superado los 8 GW de autoconsumo, pero la caída del 31 % en nuevas instalaciones en 2024 enciende todas las alarmas. No podemos desaprovechar el impulso conseguido”.

En la inauguración intervino el director general del Instituto para la Diversificación y Ahorro de la Energía, Miguel Rodrigo, que se felicitó por el récord de generación renovable alcanzado el 21 de abril. En su opinión, “no diría que el Real Decreto de Autoconsumo está obsoleto, pero sí que requiere mejoras”,

pero se mostró optimista al hablar de lo ya conseguido y lo que queda por lograr, “es importante seguir trasladando a la sociedad que el autoconsumo sigue siendo una gran opción desde el punto de vista económico y que los precios siguen siendo suficiente incentivo”. Respecto al almacenamiento específico



que “la línea de ayudas al almacenamiento de 700 millones de euros tiene que estar concedida y resuelta antes de final de año”.

Previamente, Rafael Benjumea se había referido a “las barreras regulatorias, económicas y administrativas que tenemos identificadas”, y también con respecto a las ayudas económicas, “las ideales son las deducciones fiscales, pero también otras como mejorar el mecanismo de compensación simplificada”, y respecto al autoconsumo colectivo, “que no ha acabado de arrancar”, destacó la figura del gestor de autoconsumo o sobre las comunidades energéticas, “que exista un registro de ellas”.

Barreras y propuestas para reactivar la industria

Entre las barreras que frenan el desarrollo del autoconsumo, surgieron en el debate de esta Quinta

Cumbre de Autoconsumo desde incoherencias regulatorias hasta trabas administrativas y económicas. Especialmente, se abordó la necesidad de eliminar límites injustificados en la tramitación, como el actual umbral de 100 kW para la tramitación simplificada, o la restricción en la distancia entre el punto de generación y el de consumo.

Y entre las propuestas para la reactivación de la industria sobresalieron la exención de la tramitación a las instalaciones que inyecten menos de 15 kW, ampliar la tramitación simplificada hasta los 450 kW de capacidad de acceso y aumentar la distancia permitida entre generador y consumidor a 5.000 metros. También agilizar trámites mediante la figura del gestor de autoconsumo colectivo, simplificar los acuerdos de reparto y eliminar requisitos como contadores adicionales innecesarios. Desde el punto de vista económico y fiscal, incrementar el término variable





de la factura para incentivar el ahorro, extender deducciones fiscales por eficiencia energética o incluir el IVA reducido para ciertos componentes de instalaciones solares, incluidas las baterías.

Igualmente se reivindicó el papel clave del almacenamiento en la flexibilidad del sistema y garantizar su integración en la normativa de autoconsumo, como un agente generador y consumidor. Con respecto a las distribuidoras, se apostó por el cumplimiento de los plazos y que las exenciones administrativas se apliquen de manera homogénea en todo el país.

Respecto al papel de las comunidades energéticas, se reclama un marco normativo estable que reconozca su carácter de interés público y facilite su desarrollo por parte de entidades locales. También se remarcó la necesidad de una actuación conjunta para avanzar en la electrificación de los consumos, promoviendo la integración de tecnologías como autoconsumo, almacenamiento y bombas de calor, así como la aplicación efectiva del sistema de Certificados de Ahorro Energético (CAEs). ■

COMUNICADO

“Mediante SJM núm. 3 de Valencia, de 27 de marzo de 2023, se ha apreciado la validez de la marca nacional de color naranja para antenas terrestres de televisión y radio que Televés ostenta desde 2019 y la comisión de actos de infracción marcaría por parte de Tecatel, consistentes en la comercialización de antenas terrestres de televisión y radio con uso del color naranja sobre el que Televés ostenta un derecho de exclusiva. Por ese motivo, Tecatel ha sido condenada a la cesación de su conducta infractora y al abono de una indemnización por los daños y perjuicios causados”. Tecatel s.l.



La solución SMART para un nuevo concepto de protección eléctrica

Nueva serie NB2 de CHINT todo en uno



La nueva serie NB2 ofrece protección por encima de la norma, monitorización de estados y consumos y control remoto del dispositivo. Todo ello mediante comunicación en tiempo real en el mismo aparato y sin accesorios adicionales. NB2 es el mejor aliado para el mantenimiento correctivo y predictivo y para el control y automatización del cuadro eléctrico.



Albert Casado forma parte de la estructura de Simon desde 1995 y ha ejercido como director internacional de negocio EMEA hasta su reciente nombramiento como máximo responsable para la misma zona geográfica. Además, desempeña también la representación de la compañía en la Junta Directiva de la Asociación de Fabricantes de Material Eléctrico.

ALBERT CASADO, managing director EMEA de SIMON

“Nos transformamos para pasar del enfoque en el producto a ofrecer soluciones integradas, conectadas y con alcance global”

La actualidad de Simon está marcada por sus soluciones en ámbitos tan variados como la iluminación, la recarga de vehículos eléctricos o la conectividad, ¿cómo se desarrolla la estrategia de la compañía en cada uno de ellos y qué previsiones y expectativas tienen?

Nuestra principal línea estratégica es la transformación que impulsamos para dejar de ser una compañía tradicionalmente enfocada en el producto y convertimos en una empresa de base tecnológica, capaz de ofrecer soluciones integrales, conectadas y con alcance global. En este sentido, la visión de Simon se centra en ofrecer soluciones que mejoren la vida de las personas en su relación con los espacios, un enfoque que guía toda nuestra innovación. La ambición es continuar siendo líderes en soluciones tecnológicas de iluminación, sistemas de control

y conectividad, respondiendo a los nuevos retos de sostenibilidad, eficiencia y bienestar.

Apostamos por la gestión inteligente de la energía y de la luz en todos los espacios, con el objetivo de crear entornos más confortables, funcionales y adaptados a las necesidades reales de las personas. En conectividad, nuestra apuesta clave es Simon iO, un sistema smart home que transforma las viviendas y permite gestionarlas como espacios inteligentes. En paralelo, desarrollamos herramientas pensadas para la gestión eficiente de edificios y entornos hoteleros, como el sistema MultiHome o SB Hotel.

En movilidad eléctrica, aportamos soluciones como Simon Xenon, SM34 y Simon Neon, que dan respuesta a las necesidades de infraestructura tanto en espacios públicos como privados. Y en iluminación



interior reforzamos nuestro liderazgo a través de una inversión constante en I+D+i, la incorporación de nuevos talentos especializados y la creación de un laboratorio fotométrico de última generación en Barcelona, que nos permitirá lanzar hasta diez nuevas familias de producto en los próximos dos años.

En definitiva, en Simon abordamos estos tres grandes ámbitos -iluminación, conectividad y recarga de vehículos eléctricos- con una visión global, integradora e innovadora, apoyados en nuestra experiencia centenaria y con el foco siempre puesto en el bienestar de las personas y en la construcción de un futuro más conectado, eficiente y sostenible.

Todos esos ámbitos y también la parte más tradicional del negocio de Simon tienen un gran protagonismo en el mercado residencial, ¿qué relevancia y qué porcentaje representa la compañía y qué factores determinan su presente y su futuro?, ¿y en el caso de la rehabilitación? ¿cómo cree que debe hacerse para lograr su verdadero despegue?

El mercado residencial ha sido históricamente uno de nuestros pilares fundamentales y sigue siendo muy relevante en nuestra actividad. Por ello mantenemos un fuerte compromiso con la mejora del entorno doméstico, en obra nueva y también en rehabilitación y reforma, así como con todos los actores que forman parte de la cadena de valor. Apostamos por un crecimiento sostenible y rentable del sector en el mercado español, con el instalador como figura clave de tracción. Con esta visión, hemos lanzado recientemente el programa de fidelización Club by Simon, que premia a los instaladores por cada compra de productos Simon, y también incorpora itinerarios formativos personalizados según el perfil de cada profesional.

Y esto es sólo el comienzo: en los próximos meses seguiremos ampliando y reforzando el programa. También sortearemos un espectacular coche eléctrico Cupra Born, acompañado de uno de nuestros puntos de recarga para vehículos eléctricos.

Creemos que el presente y el futuro del mercado residencial están marcados por varios aspectos esenciales: la eficiencia energética, la digitalización del hogar, el diseño accesible y el confort de las personas en los espacios. En este contexto, soluciones como nuestras series de mecanismos Simon 270 y Simon 100, junto con las nuevas propuestas de carga USB o el Clean Schuko, responden a las demandas de un usuario que busca viviendas más inteligentes, sostenibles y adaptadas a su estilo de vida.

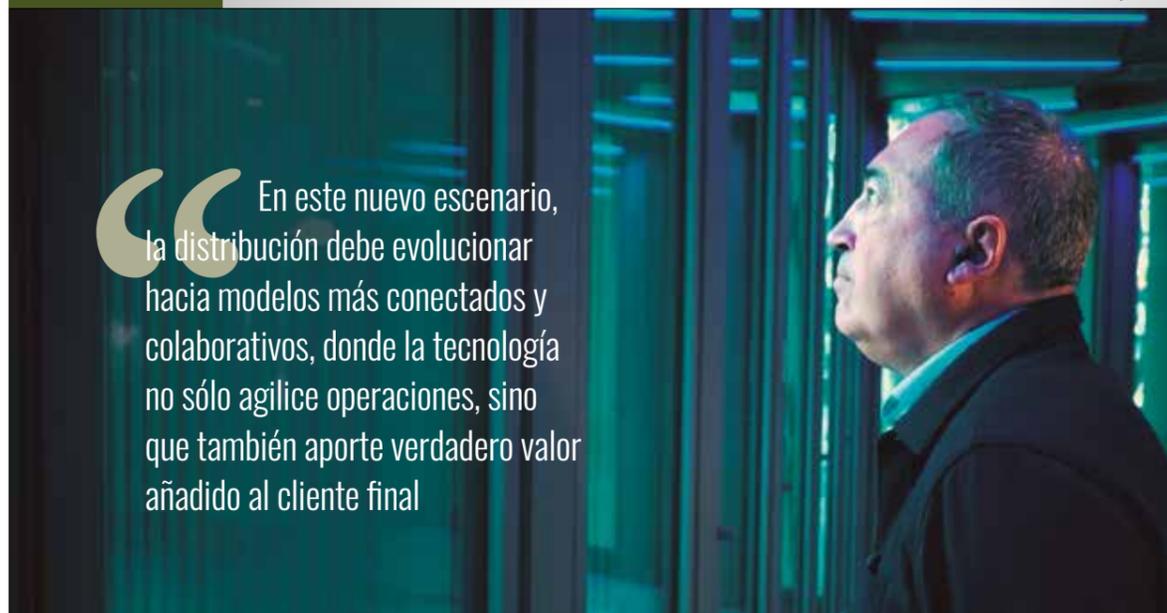
Y en lo que se refiere al sector terciario, ¿por dónde pasan su enfoque y estrategia?

Es un área estratégica, en el que desarrollamos soluciones específicas, conscientes de su peso y particularidades. Nuestro enfoque pasa por combinar tecnología, eficiencia y diseño para mejorar tanto la gestión de los espacios como la experiencia de las personas que los habitan o utilizan. Esta apuesta se materializa también en la creación de Simon Contract en 2024, una nueva unidad especializada en ofrecer soluciones transversales para grandes cuentas globales, con un enfoque en sectores como el hotelero, las oficinas y los espacios de trabajo.

En el primero está el concepto de SB Hotel, una solución pionera que permite un control inteligente de la energía y la iluminación en cada habitación, mejora la eficiencia energética, reduce los costes operativos para el gestor del hotel y mejora el confort del huésped. Para oficinas y espacios de trabajo, tenemos

“Estamos inmersos en un proceso de transformación para construir una organización todavía más ágil, dinámica y orientada al futuro, con un modelo comercial, una cultura corporativa y una propuesta de valor que nos permitan anticiparnos y adaptarnos con rapidez a nuevos escenarios”





“ En este nuevo escenario, la distribución debe evolucionar hacia modelos más conectados y colaborativos, donde la tecnología no sólo agilice operaciones, sino que también aporte verdadero valor añadido al cliente final

Simon 860, un sistema de iluminación lineal diseñado para optimizar la calidad del entorno laboral, potenciando el bienestar y la productividad de los empleados. Y para espacios interiores y exteriores que requieren alta resistencia, conectividad y seguridad hemos creado la caja de suelo estanca Simon K|45, con protección IP66 e IK08 y que soporta hasta 2.000 kg de carga y permite una integración estética gracias a su diseño reducido.

La conectividad es uno de los enfoques más reconocibles de la compañía, ¿cómo es la oferta de Simon en este sentido, que ha llevado recientemente a Light & Building o Matelec?

Creemos firmemente en la importancia de integrar la tecnología en los espacios para hacerlos más inteligentes, más eficientes y, sobre todo, más humanos. Esta visión se concreta en una oferta conectada que abarca desde la iluminación hasta el control energético y la automatización de entornos residenciales, terciarios e industriales. Entre los desarrollos más destacados es Simon iO, como ya explicaba, pero además, tanto en el sector terciario como en el residencial, hemos lanzado la plataforma LOLA, que permite una gestión integral y personalizada del consumo energético. Su capacidad de monitorizar variables como la temperatura, la previsión horaria o el comportamiento de los dispositivos, la convierte en una solución altamente eficaz para grandes comunidades con múltiples usuarios, como residencias, hoteles, co-livings o espacios de trabajo compartidos.

Otra prioridad es la digitalización y herramientas como Simon Pro, que fortalece su relación con la distribución, ¿cómo actúa y qué objetivos tienen con ella?, ¿cómo valora el presente de la distribución y cómo cree que debe evolucionar para adaptarse al mercado?

Simon Pro es la plataforma digital que hemos desarrollado para transformar y optimizar la relación con nuestros distribuidores, alineándonos con las exigencias del mercado actual. Necesitábamos una herramienta integral, ágil y eficiente con un servicio de máxima calidad. Es un entorno digital centralizado que simplifica todas las gestiones comerciales B2B y a través del que nuestros distribuidores pueden consultar pedidos, albaranes y facturas, acceder al catálogo completo de productos, comprobar la disponibilidad en tiempo real y gestionar directamente los datos de su cuenta. Además, pueden reportar incidencias de forma rápida. Cuenta con una atención personalizada mediante un canal exclusivo con un equipo especializado que garantiza un soporte cercano, ágil y eficaz. Esto no sólo refuerza la confianza mutua, sino que también consolida nuestra relación como socios estratégicos.

En este ecosistema digital también hemos integrado herramientas específicas, como Simon MiO, una solución intuitiva que selecciona automáticamente los productos necesarios para transformar una vivienda en un hogar inteligente, o el configurador del sistema de iluminación lineal Simon 860, para diseñar estruc-



“ En este entorno cada vez más cambiante e incierto, planificar a medio y largo plazo se ha vuelto especialmente complejo

turas personalizadas en función de las necesidades de cada proyecto, optimizando tiempo y precisión en la planificación.

Todo ello responde a un contexto en el que el canal de distribución está inmerso en una transformación profunda. El mercado demanda agilidad, conocimiento técnico, adaptación continua y una experiencia digital robusta. En este nuevo escenario, la distribución debe evolucionar hacia modelos más conectados y colaborativos, donde la tecnología no sólo agilice operaciones, sino que también aporte verdadero valor añadido al cliente final.

La atracción y retención de talento es un problema cada vez más recurrente en el sector, ¿cómo valoran estas dificultades desde Simon y qué relevancia le otorgan a factores como el relevo generacional o lograr hacer de este sector un ámbito más atractivo para las nuevas generaciones?

Igual que prácticamente en todos los ámbitos profesionales se ha convertido en uno de los principales desafíos y requiere la implicación tanto del ámbito público como del privado.

Uno de los retos más evidentes es el relevo generacional y la dificultad para atraer talento joven, agravados por el progresivo envejecimiento de la fuerza laboral o la percepción, especialmente entre las nuevas generaciones, de que se trata de un sector poco atractivo o con escasa proyección. La falta de visibilidad y reconocimiento contribuye a reforzarla, lo que subraya la urgencia de modernizar y dignificar la imagen del sector. Y a ello se suma la rápida evolución tecnológica, que lo transforma a un ritmo acelerado y genera una creciente brecha de habilidades que sólo puede abordarse mediante una apuesta firme por la formación continua y la especialización.

Tenemos una decidida apuesta por la formación continua, por ejemplo a través del programa Club by

Simon, con el que reforzamos las competencias de los profesionales, les ofrecemos un itinerario formativo que va desde los conceptos más básicos hasta las soluciones tecnológicas más avanzadas, como la digitalización de espacios, la conectividad o la movilidad eléctrica. Y somos conscientes de la importancia de trabajar en colaboración con el entorno educativo, por lo que hemos llegado a acuerdos con centros de FP para acercar a los jóvenes al sector, acompañarlos en su desarrollo técnico y despertar vocaciones.

Por último, me gustaría pedirle una valoración de la situación actual del mercado, especialmente en su ámbito de actuación EMEA, con la perspectiva de los diversos problemas globales, dificultad de suministro de materias primas, inestabilidad geopolítica, de aranceles, etc y qué perspectivas ve para él a medio y largo plazo.

En este entorno cada vez más cambiante e incierto, planificar a medio y largo plazo se ha vuelto especialmente complejo. La inestabilidad geopolítica, las tensiones comerciales y la evolución de los mercados estratégicos plantean desafíos continuos.

Ante esta realidad, en Simon estamos inmersos en un proceso de transformación para construir una organización todavía más ágil, dinámica y orientada al futuro, con un modelo comercial, una cultura corporativa y una propuesta de valor que nos permitan anticiparnos y adaptarnos con rapidez a nuevos escenarios, sin perder de vista nuestra hoja de ruta.

En la región EMEA, mantenemos un rumbo claro: seguir creciendo y generando valor en los mercados donde ya somos líderes, al tiempo que reforzamos nuestra presencia en áreas en desarrollo. Contamos con una propuesta de valor sólida y diferencial, reconocida y valorada por nuestros clientes, y un plan de futuro claro que, estoy convencido, nos permitirá transformar los desafíos en oportunidades reales de crecimiento y consolidación. ■





El primer Aúna Partner Day de 2025 bate el récord de inscritos y alcanza 2.150 visitantes profesionales

La primera edición del evento de referencia para el Grupo Aúna tuvo lugar el jueves 8 de mayo en el RCDE Stadium de Barcelona, con 155 expositores, 14 patrocinadores, 2.150 visitantes y un récord de profesionales inscritos.

Esta primera convocatoria de 2025, que tiene su prolongación en la Feria de Valladolid, el 12 de junio, y en el Centro de Exposiciones, Ferias y Convenciones de Córdoba, el 18 de septiembre, ha supuesto una novedad en el formato con respecto

a otras ediciones anteriores, porque la exposición se ha desarrollado en torno al óvalo del pasillo interior de conexión con las gradas del estadio. De esta manera y para completar el recorrido, los visitantes debían realizar una visita circular que no les



daba opción a evitar tramos parciales de la zona de stands, detalle que ha favorecido la circulación de todos ellos a lo largo del recinto completo de exposición.

El certamen organizado por el Grupo Aúna registró de nuevo un éxito de convocatoria y se consolida como uno de los encuentros más multitudinarios del sector, un foro en el que compartir impresiones y perspectivas sobre el mercado, generar e incrementar oportunidades de negocio y acercar, de primera mano, las últimas novedades que presentan los propios fabricantes, en los apartados de FCC (fontanería, calefacción y clima), material eléctrico y energías renovables.



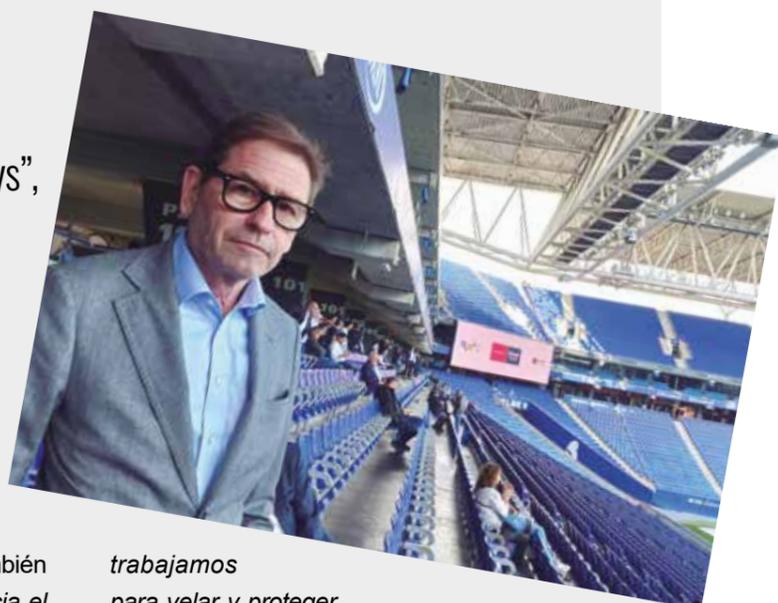


Además abarca también una Zona Demo para demostraciones de producto y diversas actividades de networking diseñadas para fortalecer las relaciones comerciales y personales.

Entre ellas, un torneo de fútbolín junto al césped o la actividad solidaria, "Pedalea con Aúna", que permite contribuir con el esfuerzo propio para engrosar una donación económica para una causa benéfica. ■

“La propia demanda del evento entre los proveedores no nos permite un año sin Aúna Partner Days”, Josep Domingo, director general de Aúna Distribución

Instaladores 2.0 conversó con Josep Domingo, director general de Aúna Distribución, que fue explícito con respecto a esta primera edición, “mi valoración no puede ser otra que el feedback positivo que recibimos de nuestros proveedores”, y añadió también en este sentido que “su propia demanda hacia el evento no nos permite parar y plantearnos otra periodicidad que la anual. Nuestro empeño con los APD es generar valor para toda la cadena, por eso



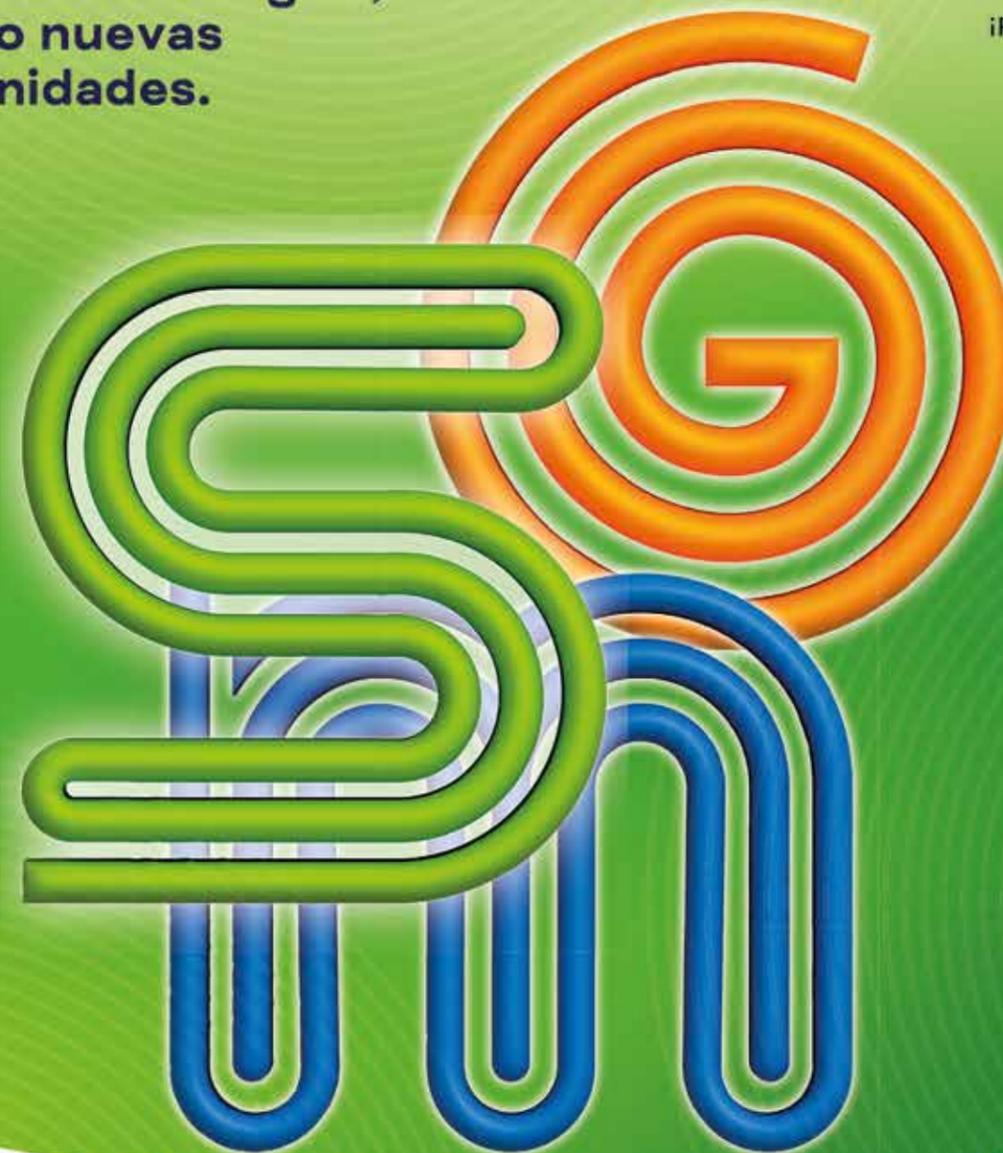
trabajamos para velar y proteger la exclusividad en cada Partner Day para los proveedores que nos dan su confianza y apoyo, exponiendo en nuestras ferias”, afirmó.



S SEMANA INTERNACIONAL DE LA ELECTRIFICACIÓN Y LA DESCARBONIZACIÓN

genera + matelec

Conectando energías, creando nuevas oportunidades.



En coincidencia con:



¡PARTICIPA!

**18-20
Nov**

2025
Recinto Ferial
ifema.es



Director general de Dinuy desde hace 4 años, Antxón López cuenta con una dilatada experiencia en el sector de material eléctrico, gran parte de ella desarrollada en ABB, donde desempeñó puestos de responsabilidad en el área del marketing, tanto en España como en Brasil, y también en la dirección de ventas en diferentes apartados.



ANTXÓN LÓPEZ, director general de DINUY

“No comparto que falte atractivo en el sector eléctrico, los que nos dedicamos a esto desde hace más de 30 años podemos asegurar que vivimos en un sector apasionante”

Con el 75 Aniversario celebrado hace dos años aún reciente, Dinuy conjuga en la actualidad su impronta de tradición y experiencia por un lado con un presente basado en factores como la innovación, la digitalización o la sostenibilidad, ¿cómo se expresa y se refleja esa dualidad en la estrategia de la empresa y de cara a su evolución futura?

Hace ya tres años comenzamos nuestra celebración del 75 aniversario y en el evento con nuestros principales clientes renovábamos nuestro compromiso con el mercado de mantener y conservar nuestros valores que nos habían traído hasta aquí y fortalecer aquello que nos hace singulares y nos ayuda a seguir construyendo la transformación de la cadena de valor. La digitalización y sostenibilidad

ya no son una opción y desde Dinuy lo tenemos muy claro, de tal manera que forma parte de múltiples iniciativas en nuestra estrategia empresarial y siempre desde la honesta y activa colaboración con los distribuidores e instaladores, ya que este *viaje* lo tenemos que seguir haciendo juntos.

Nuestra dilatada experiencia en el canal del distribuidor y en el diseño de dispositivos electrónicos para la eficiencia energética, nos permite anticiparnos ofreciendo innovaciones tanto en productos como en servicios, y tratando con ello de elevar nuestro valor añadido en un sector cada vez más saturado y tal vez más banalizado. Prueba de ello son los más de 45 productos que lanzamos el año pasado en estándares como el KNX y DALI, o en la gama de detectores

res liderando el cambio tecnológico, mediante ajuste desde una app y pasando con ello a la digitalización del producto.

Ese mismo aniversario ha servido de telón de fondo al inicio de una etapa en la que Dinuy ha apostado por una imagen y una comunicación mucho más activa de cara al mercado, a través de la cual poder difundir también el peso de esos factores de futuro en sus procesos de fabricación, ¿qué balance hace de esa evolución y de la de la empresa en la etapa también paralela desde que accedió a su dirección, en 2021?

El balance es muy positivo. Conozco a Dinuy y a sus responsables desde hace más de 30 años y no es una casualidad que estuviese donde está, abriéndose camino entre grandes multinacionales, evitando las lógicas tentaciones de ser comprada e invirtiendo para generar riqueza en nuestro país y valor a nuestros clientes. Es fácil asociar que sólo ha sido posible porque la organización cuenta con un equipo de profesionales comprometidos, experimentados y con el entusiasmo necesario. En estos últimos cuatro años, Dinuy ha superado un crecimiento acumulado del 30 % lo que consolida la nueva etapa que estamos diseñando. Yo tan sólo tengo la suerte de llevar la batuta para que la orquesta no desafine y aportar mi larga experiencia en el mercado, pero es nuestro equipo el protagonista de estos buenos números. Añadiría que los resultados cualitativos obtenidos en este periodo son mucho más importantes, por ejemplo hemos preparado una organización más capaz con nuevos y más modernos medios, más solvente con la incorporación relevante de personal en I+D+i y más sostenibles con la certificación por Bureau Veritas en ISO 14006 de Ecodiseño.

Otro factor que ha querido reforzar durante su etapa ha sido el vínculo con la distribución, ¿cómo es en la actualidad esa colaboración y cómo prevé que evolucione?, ¿en qué medida acompaña a la de un mercado en el que la carrera hacia productos más innovadores y eficientes es cada vez más vertiginosa?

Siempre he estado cercano al canal de los distribuidores y puedo decir que lo conozco profundamente. Y por ello algo que me identificó con Dinuy es que desde sus orígenes siempre apostó por la venta exclusiva a través del distribuidor mayorista. Y seguimos fieles a nuestro compromiso y fortaleciendo este vínculo con un servicio de plazos de entrega ágiles, hemos añadido en nuestra página web la información de la disponibilidad en stock del producto, también un Marketplace con el botón de *compra online* a través de nuestros distribuidores, con la opción de dirigir la compra online a sus eCommerce, o dando visibilidad a nuestra red de distribuidores también en nuestra web, es decir un servicio al alcance de muy pocos y que nos hace por ello singulares en el mercado. Unimos la información que el profesional instalador quiere conocer de un producto y su disponibilidad con el lugar donde lo puede adquirir del distribuidor profesional.

Otro paso muy importante es la apuesta por la digitalización de los productos. Hemos conseguido aportar productos con hasta tres funciones diferentes, como nuestro último lanzamiento de detectores, que pueden ser de movimiento, de presencia o sólo crepuscular, consiguiendo reducir el número de referencias en un 60 %, tanto para los stocks de los distribuidores como de los instaladores.

“Conozco a Dinuy y a sus responsables desde hace más de 30 años y no es una casualidad que estuviese donde está, abriéndose camino entre grandes multinacionales, evitando las lógicas tentaciones de ser comprada e invirtiendo para generar riqueza en nuestro país y valor a nuestros clientes”



“ En nuestro Marketplace unimos la información que el profesional instalador quiere conocer de un producto y su disponibilidad con el lugar donde lo puede adquirir del distribuidor profesional

Con estos proyectos tratamos de fortalecer los vínculos entre ambas partes, con lealtad y confianza, pero este camino debe ser realizado y puesto en valor conjuntamente. A modo de sensibilización, quisiera mencionar que en el peor momento reciente, con la pandemia, no paramos ni una hora de fabricar, mantuvimos toda la cadena de suministro a nuestros clientes porque nuestra capacidad y flexibilidad como fabricante local nos permitió seguir diseñando y fabricando lo que los clientes nos demandaban. Ese servicio, ese esfuerzo y esa demostración del valor de una empresa de kilómetro 0 siento que nuestra querida distribución lo pone en valor, pero tal vez no tanto como en ocasiones los fabricantes nacionales necesitamos.

En esa carrera, Dinuy valora como un aspecto esencial la formación de los profesionales, especialmente en apartados como partner KNX, ¿qué valoración puede hacer de este ámbito que han potenciado con su nuevo showroom y un nuevo espacio diseñado al efecto?

Los fabricantes nos esforzamos por ofrecer productos cada vez más sofisticados, más completos y multifuncionales, lo que nos obliga a mantener siempre activo nuestro compromiso con la formación y divulgación del conocimiento. Además, estamos inmer-

tos en un marco normativo cambiante, más exigente y con nuevas directivas que, en ocasiones, cuesta absorber.

Es por lo que hemos cubierto una nueva página con estas nuevas instalaciones, mediante un showroom multifuncional preparado para la formación y medios didácticos, haciendo realidad nuestro compromiso con los profesionales en esta materia de compartir el conocimiento.

No quisiera entrar en debates migratorios, pero es una realidad la necesidad de mano de obra y el apoyo con profesionales de todos los territorios y países. El cambio de paradigma que vivimos nos exigirá ayudarles y formarlos adecuadamente en nuestros productos, nuestros servicios y nuestras regulaciones y directivas, que no tienen por qué conocer viniendo de otros países. Y Dinuy ya está preparándose y entrenándose en ello. Hace unos meses organizamos la primera formación en KNX, con ocho nuevos profesionales entre KNX Partner y Advance graduados. Todo un hito para una compañía como la nuestra que, de forma singular, diseña y fabrica en España productos del estándar KNX.

Precisamente, una de las dificultades que arrastra nuestro sector tiene que ver con esa esca-



pemsa

PRESENTA SU NUEVA WEB

Ahora más sencilla,
más intuitiva y más rápida



• www.pemsa-rejiband.com •



“ No habrá digitalización, ni sostenibilidad, ni eficiencia sin rentabilidad. Las empresas, todas, deberemos de esforzarnos por hacer nuestros negocios rentables, y no hablo sólo de comprar mejor, sino también de vender mejor

sez de profesionales cualificados y la dificultad para atraer y retener el talento ¿cómo lo valora y cómo cree que puede paliarse y también hacer de nuestro sector un espacio más atractivo para los profesionales?

Es una dificultad para todos fabricantes, distribuidores e instaladores. Hace poco compartía con una colega que cada vez más nos encontramos en redes sociales con profesionales con formación universitaria que muestran cómo se usa o instala tal o cual producto, pero cada vez hay menos que lo ejecuten. Muchos que nos dicen cómo se hace y cada vez menos haciéndolo de verdad. Por eso no comparto que falte atractivo en el sector eléctrico. Los que nos dedicamos a esto desde hace más de 30 años, podemos asegurar que vivimos en un sector apasionante, con tecnología y materiales y con digitalización, que ha logrado como ningún otro contar con una evolución brutal de los productos y servicios con los que, por ejemplo hoy en día, podemos equipar una vivienda. Ya no es necesario ir a ciegas tocando una pared para encender la iluminación, se conecta al detectarnos, podemos regular el nivel de iluminación tan sólo con un mensaje de voz. Algo estaremos haciendo mal entre todos si falta atractivo en una profesión que hemos cuidado con soluciones más completas, más seguras y fáciles de ejecutar.

Desde nuestra humilde aportación hemos contribuido mediante acuerdos de colaboración con el mun-

do de la formación y en especial con el Instituto de Formación Profesional local. Cada año colaboramos con varios contratos en formación Dual, con la entrega de material didáctico y hemos consolidado esta colaboración con dos empleos indefinidos en los últimos años. Creemos en la formación como elemento de retención del talento, como medio para mejorar nuestras competencias y base para ser mejores personas, y por ello en el año 2024 invertimos 1.500 horas en ella.

Y me gustaría añadir que no podemos descuidar la inclusión como medio de generar un mejor atractivo y retención del talento. La publicación de nuestro Plan de Igualdad es el mejor exponente de nuestro compromiso.

Conectividad, Rehabilitación, Digitalización, Sostenibilidad, Eficiencia... ¿cómo se puede resumir la apuesta de Dinuy en estos ámbitos y por cuáles cree que el rumbo del mercado será más efectivo de cara al futuro?

Sin duda todo está relacionado. Pero no habrá digitalización, ni sostenibilidad, ni eficiencia sin rentabilidad. Las empresas, todas, deberemos de esforzarnos por hacer nuestros negocios rentables, y no hablo sólo de comprar mejor, sino también de vender mejor. Esa será nuestra clave de futuro.

Mire, me gustaría dar un dato, acabamos de lanzar una línea de detectores nuevos con bornas de co-



nexión automática, con ajuste desde un dispositivo móvil, por lo que no hay que subirse a una escalera para ajustarlo, en definitiva, que reduce los tiempos de instalación entre un 40 % y un 60 %. Si a esto le añadimos que hay escasez de mano de obra, o falta de capacidad de abordar o abarcar todos los proyectos por parte del instalador, yo me pregunto ¿Cuándo los profesionales van a pensar en la rentabilidad y optar como criterio de compra por aquellos productos y servicios que les reducen los tiempos de instalación? Y poder dedicar así sus esfuerzos a las tareas que realmente les aportan valor.

En términos de sostenibilidad y eficiencia en Dinuy ya disponemos de 23 detectores de movimiento y presencia ecodiseñados según la ISO 14006. Ofrecemos todas las instrucciones de producto en QR, evitando derrochar papel, hemos reducido todo el plástico en fabricación, contamos con una planta de autoconsumo y compramos la energía de fuentes totalmente renovables y seguiremos haciendo el viaje hasta que nuestra planta sea cero emisiones y sostenible. En digitalización hemos lanzado el Marketplace en nuestra web y seguimos actualizando nuestro catálogo BIM. Desde hace más de 3 años, somos el sexto fabricante de un total de 125 en el ranking de Electronet en “calidad de la información”, enviamos a nuestros clientes de forma digital y automática los albaranes de cada expedición de mercancía, justo en el momento en el que sale de nuestro almacén, y seguiremos anunciando otros avances en productos y servicios digitalizados. En conectividad, nos acabamos de adherir a la Connectivity Standards Alliance CSA-IoT, que deparará sorpresas a lo largo del año.

En Dinuy para afrontar los desafíos futuros nos encontramos llenos de energía, de ideas y de recursos, para transformarlos en valor añadido a nuestros clientes y seguir creciendo juntos de forma rentable. Porque realmente lo que nos gusta más es hacer

que contarlos, y ello tal vez viene de nuestro ADN guipuzcoano.

Finalmente, me gustaría pedirle una valoración de la situación actual del mercado, especialmente en el contexto de los problemas de carácter global con los que nos enfrentamos, dificultad de suministro de materias primas, inestabilidad geopolítica, de aranceles, etc.

Me gustaría tener una bola de cristal, pero en un entorno que sufre cambios tan bruscos y frecuentes es difícil predecir algo responsable. La situación geopolítica influye muy negativamente en nuestra industria, los mercados de exportación que tan sólo hace unos años eran objetivo ya no lo son y eso nos obliga nuevamente a reformularnos completamente. Y por otro lado nuestro mercado de la Unión Europea que otros grandes mercados hasta ahora no necesitaban, ahora puede convertirse en refugio para toda su producción excedentaria, resultante de las barreras arancelarias. Dicho de otro modo ¿dónde va a llevar por ejemplo China toda su producción excedente si no encuentra acceso en mercados que fueron “amigos”? Europa puede ser uno de sus destinos y quien quiera aprovecharse de forma oportunista de esa situación deberá tener en cuenta que puede contribuir a debilitar los recursos y la capacidad local y, una vez estos flujos vuelvan al origen, quedamos sin alternativa alguna y atrapados en una dependencia productiva deslocalizada.

La industria en general y muchos de sus sectores en particular hemos demostrado tras la pandemia en España una enorme capacidad de resiliencia, pero tenemos que demostrar ahora una enorme capacidad de colaboración conjunta que aún es tarea pendiente entre los fabricantes, los distribuidores y los instaladores, para fortalecer nuestras actividades, complementar nuestros servicios y elevar nuestros compromisos. ■

“ La industria en general y muchos de sus sectores en particular hemos demostrado tras la pandemia en España una enorme capacidad de resiliencia





La Nit del Gremi BCN 2025 reivindica el carácter esencial de los instaladores

Alrededor de 325 invitados se reunieron el pasado viernes 16 de mayo en la Masia Rosàs, en Sant Cugat del Vallés, junto a Barcelona, para celebrar una nueva edición de la Nit del Gremi BCN, que hizo una reivindicación de la figura indispensable del profesional de la instalación, desde su lema inicial, que defendía en primera persona la aseveración, “Éramos, somos y seremos esenciales”. La cita se inició con un cóctel en el jardín de la finca y contó con la presencia y participación de la directora de Comercio de la Generalitat de Cataluña, Marta Angerri, o el secretario general de Pimec, patronal catalana de la pequeña y mediana empresa, Josep Ginesta.

Precisamente esa labor de refuerzo de los intereses de las empresas instaladoras estuvo presente en la intervención, durante la cena, del presidente del Gremi d'Instal·ladors de Barcelona, Alfredo Martínez Sabadell, que se preocupó también de problemas acuciantes del colectivo como la escasez de profesionales o la necesidad de profundizar

en la labor formativa de los mismos. “Sin profesionales cualificados no hay transición energética posible”, afirmó Martínez Sabadell. Igualmente hizo mención a que el Gremi BCN está inmerso en una búsqueda de espacios para una nueva escuela, con la que poder ampliar su oferta formativa para los asociados y mejorar también las condiciones



de ésta. Asimismo, se refirió también a la importancia de poder contar con una mayor presencia femenina en las empresas, otro de las cuestiones que son todavía deficitarias en un sector, que precisaría ahora mismo de 20.000 profesionales más sólo en Cataluña.

“Prestigiar una Formación Profesional de calidad”

Por su parte, la directora de Comercio de la Generalitat, Marta Angerri, destacó la relevancia del colectivo y su papel troncal en el funcionamiento social, aludiendo por ejemplo a la importancia que tiene para el ámbito comercial del que ella se ocupa, “ningún comercio puede funcionar sin que los espacios urbanos estén debidamente iluminados por vuestras empresas”, y reivindicó también la importancia de “prestigiar una Formación



Profesional de calidad”. Asimismo, en la parte final de la jornada intervino también el gerente del Gremi, Daniel Carrasco, que puso el énfasis en la relevancia de un colectivo formado por empresas tecnológicamente muy evolucionadas y que conviven en un entorno de gran exigencia técnica y reglamentaria. La Nit del Gremi BCN 2025 incluyó diversos homenajes -uno de los reconocimientos fue para Javier Serrano, director comercial de FINDER, en la imagen superior-.



Jornada técnica previa

La celebración del Gremi BCN tiene un preámbulo en la jornada técnica que ya es también una tradición y que se celebró el jueves 15 de mayo. En ella se tratan cuestiones técnicas y normativas relevantes para las empresas instaladoras en una

sesión matinal, que en este caso se ocupó, entre otros, de los trámites digitalizados en relación con la compañía distribuidora, la oportunidad de negocio que representan los Certificados de Ahorro Energético, o sobre cómo la implementación de la Inteligencia Artificial puede ayudar esas mismas empresas asociadas.



Juan Luis López Bachiller forma parte de la estructura de CHINT ELECTRICS como responsable de Prescripción desde hace poco más de un año, cuando se integró en la compañía. Anteriormente había desempeñado diferentes responsabilidades en ABB durante casi dos décadas. Diplomado en Ciencias Empresariales por la Universidad Oberta de Cataluña, cuenta con MBA en dirección de empresas.

JUAN LUIS LÓPEZ BACHILLER, responsable de Prescripción de CHINT ELECTRICS

“Nuestro objetivo en el medio y largo plazo es una energía eléctrica más segura, más verde, más conveniente y eficiente, creando valor para nuestros clientes”

La actualidad de Chint Electrics pasa por el lanzamiento de la nueva serie de interruptores NB2, que lleva el concepto smart a la protección eléctrica, ¿cuál es la estrategia que ha diseñado la compañía para llevarla a todas las esferas del mercado y lograr una presencia masiva en él?

La estrategia de Chint se centra en aquellos segmentos de negocio en los que se demanda eficiencia energética y gestión de las instalaciones, como el residencial en sus distintas modalidades, desde el BTS al BTR, pasando por el flexliving, coliving y el gran número de residencias que se están proyectando en todo el territorio nacional. Las promotoras y los fondos de inversión demandan proyectos sostenibles,

respetuosos con el medio ambiente y eficientes en consumo energético, cumpliendo con los niveles de exigencia que marcan certificados tan reconocidos como BREEAM, LEED y WELL o los recientes CAE (Certificados de Eficiencia Energética). Será fundamental dar a conocer la solución entre constructoras e instaladores, ya que ellos son nuestros prescriptores. Además, nos apoyaremos en nuestros partners de distribución para conseguirlo. Chint quiere continuar siendo un fabricante innovador, fiable y cercano al mercado.

La compañía refuerza progresivamente su presencia en el ámbito de la distribución de material eléctrico, pero ¿y con respecto a la prescripción?

¿cómo trabaja en este segmento y qué objetivos tiene para el futuro a corto, medio y largo plazo?

Chint reforzó su departamento de ventas hace un año creando el área de Prescripción, cuyo foco es la promoción de la marca dentro del colectivo de ingenierías y constructoras para presentarles sus productos y soluciones adaptados a todo tipo de proyectos residenciales y terciarios. Contamos con recursos como las bases de datos Bc3o, FieBdc y Presto que facilitan el trabajo al colectivo prescriptor a la hora de incluir nuestras soluciones en sus proyectos.

Por otro lado, nuestro portfolio está incluido en softwares de diseño eléctrico como Eplan y, en breve, dispondremos de un software propio de diseño de cuadros para instaladores y cuadristas, que les facilitará la creación de un esquema unifilar con soluciones Chint para sus proyectos. La prescripción es un proyecto estratégico a medio y largo plazo de nuestro departamento de ventas. Apostamos por el futuro siendo proactivos con la prescripción en el presente.

La propia distribución de material eléctrico e incluso los fabricantes se refieren a que no existe aún una demanda consolidada hacia las tecnologías inteligentes en el hogar y en los edificios, ¿cuál es la valoración que desde Chint se hace de esa carencia y cómo se plantean paliarla de cara a la introducción de la nueva serie?

La gama smart NB2 es un nuevo concepto de protección eléctrica que complementa las actuales soluciones domóticas que el mercado ofrece. Si bien el uso de la domótica en viviendas no es mayoritario, existe una demanda creciente en el sector de la construcción, apoyado por las necesidades de control y gestión de la energía en todo tipo de edificios. Por otro lado, las exigencias de las certificaciones

de sostenibilidad ya mencionadas son cada vez mayores.

En Chint somos conscientes de que las necesidades de las instalaciones eléctricas han crecido y requieren de mayor control, gestión y monitorización. La gama NB2 es el resultado de un proceso de I+D que aporta valor a todo tipo de proyectos mediante una solución propietaria o al integrar los equipos en sistemas de gestión de edificios (BMS) en entornos Modbus, MQTT y/o KNX.

Otro ámbito de futuro fundamental es la rehabilitación y en ella también resulta complicada aún la introducción de productos que apuestan por la conectividad, ¿qué valoración hace la compañía de la situación actual del mercado de rehabilitación y qué esperan de cara al futuro?

Existen datos reveladores acerca de la necesidad de abordar este sector con urgencia. El Observatorio de Rehabilitación de la Vivienda en España (Oreve) indica que el 81 % de los edificios existentes se sitúa en las letras E, F y G en cuanto a la clasificación energética de los edificios en términos de emisiones, y el PNIEC se ha fijado como objetivo la rehabilitación



“Con la nueva serie de interruptores NB2 será fundamental dar a conocer la solución entre constructoras e instaladores, ya que ellos son nuestros prescriptores”

ción energética de 1,3 millones de viviendas hasta 2030. En este contexto, es necesario introducir elementos de medida, control y comunicación que reflejen el ahorro energético. Si añadimos la protección magnetotérmica y diferencial que ofrece la gama smart NB2 tenemos un “todo en uno” que lo convierte en un facilitador de las rehabilitaciones eléctricas, minimizando el espacio y aprovechando las envolventes existentes.

Automatización, mantenimiento predictivo y seguridad son conceptos que están vinculados y enlazan de uno a otro, ¿en qué medida la apuesta de Chint pasa por estos factores y cómo orienta progresivamente sus productos hacia ellos y hacia qué otros conceptos esenciales?

La apuesta es total y el primer resultado es la gama smart NB2, un nuevo concepto de protección eléctrica

ca que evolucionará a versiones más exigentes con respecto a normativas IEC en la protección de instalaciones y personas. Los siguientes pasos de Chint irán orientados a introducir el “todo en uno” en otras gamas de productos como los interruptores de caja moldeada MCB y los bastidores abiertos ACB. La digitalización del cuadro eléctrico aporta información para afrontar el mantenimiento de instalaciones en remoto, en múltiples localizaciones geográficas o en cualquier cuadro de distribución de un edificio. Queremos aportar amplia funcionalidad en un espacio reducido y con equipos compactos.

Por último, me gustaría pedirle una valoración de la situación actual del mercado, especialmente en su ámbito de actuación y con la perspectiva de los diversos problemas globales, dificultad de suministro de materias primas, inestabilidad geopolítica, de aranceles, etc., y ¿qué perspectivas ve para él a medio y largo plazo?

La electricidad es la fuente de energía más sostenible y el sector tiene presente y futuro. No cabe duda de que la actual situación geopolítica, los conflictos bélicos y la nueva política arancelaria de Estados Unidos provocan y provocarán situaciones difíciles para fabricantes y distribuidores. Nuestro plan de acción se mueve en un entorno más VUCA (volatilidad, incertidumbre, complejidad y ambigüedad) que nunca. A pesar de todo, Chint sigue apostando por la investigación y el desarrollo de soluciones innovadoras que ayuden a crear una sociedad más sostenible y respetuosa con el planeta. Tenemos un propósito, no sólo ofrecer productos, sino soluciones inteligentes iluminando posibilidades sin límites. Nuestro objetivo en el medio y largo plazo es una energía eléctrica más segura, más verde, más conveniente y eficiente, creando valor para nuestros clientes, desarrollando a nuestros empleados y comprometiéndonos con la sociedad. ■



Los siguientes pasos de Chint irán orientados a introducir el “todo en uno” en otras gamas de productos como los interruptores de caja moldeada MCB y los bastidores abiertos ACB



Colabora:  **Consejería de Industria, Comercio, Sector Primario y Bienestar Animal**

Organizan:



www.congresoconaif.es



Patrocinadores Oro:





La figura del instalador: protagonistas de la nueva era de hogares inteligentes y sostenibles

El sector residencial está experimentando una transformación radical gracias a la llegada de la digitalización y la inteligencia artificial. Hoy, la gestión energética eficiente ya no es solo una aspiración, sino una necesidad ante el reto de reducir las emisiones y optimizar el consumo en los hogares. En este contexto, los instaladores se convierten en figuras clave para llevar la innovación a cada vivienda.

Las soluciones inteligentes para el hogar, como las plataformas integradas de Schneider Electric -Wiser Home y Schneider Home-, están revolucionando la forma en la que los usuarios interactúan con la energía. Estas soluciones *todo en uno* convierten cada vivienda en un nodo activo dentro del nuevo modelo energético, permitiendo controlar desde una sola aplicación todos los aspectos del ecosistema energético doméstico: producción fotovoltaica, almacenamiento en baterías, climatización, iluminación, carga de vehículos eléctricos, gestión de persianas y notificaciones de seguridad. Esta centralización facilita la vida diaria y aporta tranquilidad a los usuarios,

que pueden monitorizar y gestionar su consumo de forma sencilla y eficiente.

La inteligencia artificial es el motor que permite que estos sistemas aprendan de los hábitos de consumo, analicen las condiciones meteorológicas y ajusten automáticamente el funcionamiento de los equipos para maximizar el ahorro y el confort. Por ejemplo, la solución *todo en uno* de Schneider Electric puede programar la carga del coche eléctrico en las horas más económicas, ajustar la temperatura cuando la vivienda está vacía o aprovechar al máximo la luz solar para calentar el hogar de forma pasiva. Además de reducir el gasto

energético, estas soluciones ayudan a evitar sobrecargas eléctricas y contribuyen a la estabilidad del sistema, yendo más allá del simple consumo responsable para gestionar y almacenar energía de manera inteligente.

Para los instaladores, la llegada de estas tecnologías supone una oportunidad única para ampliar su oferta de servicios y posicionarse como asesores energéticos. La posibilidad de personalizar cada instalación según las necesidades del cliente, y de ir añadiendo funcionalidades a medida que evolucionan sus hábitos, permite crear relaciones a largo plazo y ofrecer un valor añadido diferencial. La gestión activa de la energía, además, se traduce en una mayor satisfacción para los usuarios y menos incidencias para los profesionales.

Formación y colaboración: claves para el éxito

La transición hacia hogares más sostenibles y conectados requiere que los instaladores estén al día en formación y cuenten con el respaldo de fabricantes y distribuidores. Schneider Electric, por su parte, apuesta por la formación continua, el soporte técnico y el desarrollo de herramientas digitales que facilitan la labor diaria de los profesionales.



El trabajo conjunto entre instaladores, promotoras y distribuidores es esencial para impulsar la adopción de estas soluciones y acelerar la descarbonización del parque residencial.

La gestión inteligente de la energía en el hogar ya es una realidad al alcance de todos. Los instaladores que apuesten por la innovación y la formación continua serán los grandes protagonistas de este cambio, ayudando a sus clientes a disfrutar de viviendas más eficientes, seguras y sostenibles. La revolución energética empieza en casa, y los profesionales del sector tienen la llave para abrir la puerta al futuro.





Medori Electricidad celebra 4 décadas en Ibiza y ejemplifica el relevo generacional en la empresa instaladora

El pasado 21 de marzo, Medori Electricidad celebró 40 años de actividad instaladora en Ibiza, con un evento que reunió a casi 300 invitados, entre personal, clientes, proveedores y amigos de la empresa fundada en 1985 por Juanjo Medori Brissio. Precisamente la jornada festiva sirvió también para ejemplificar el relevo generacional en la empresa, una de las tareas más complicadas para las empresas instaladoras en la actualidad, y que en su caso sirve para otorgar ahora el protagonismo a Javier Medori Morales, destinado a llevar las riendas de la compañía en el futuro inmediato y a medio y largo plazo.

No son muchas las empresas instaladoras que alcanzan las cuatro décadas y que lo hacen con el futuro despejado. Para lograrlo no sólo se necesita solvencia profesional y empresarial y buenas prácticas, sino también una sucesión para garantizar el futuro. Cuando Juanjo Medori fundó la compañía en 1985, Ibiza no representaba el nombre mítico que supone hoy día, muchas veces falsamente asociado sólo al lujo y la fiesta. En este tiempo la misión de la empresa ha consistido en ofrecer soluciones eléctricas innovadoras, con un servicio de confianza y con la mirada puesta en factores como la calidad y la sostenibilidad. Con el tiempo, esa confianza se fue afianzando y ha perdurado como una garantía de éxito para una compañía que ha progresado no sin vicisitudes, según cada época, pero siempre con el objetivo puesto en ser un referente

en instalaciones eléctricas, energías renovables y eficiencia energética en la isla balear. En todo caso, nunca ha faltado la pasión y esa es la misma seña de identidad que hoy quiere imprimir Javier Medori a la trayectoria que queda por delante y que se basa en factores como la cercanía al cliente.

El crecimiento y desarrollo de la empresa ha ido paralelo a las necesidades de una isla que ha evolucionado de forma imparable. De un inicio centrado en la instalación eléctrica más tradicional, ese desarrollo se ha movido luego entre la domótica, los proyectos de eficiencia energética, la iluminación, las energías renovables y la recarga de vehículos eléctricos y especialmente también de la mano del asesoramiento como agentes energéticos de Fenie Energía. Juanjo Medori defiende que



“cada cliente es un proyecto personal” y la presencia y afabilidad de éstos en el 40 aniversario de la empresa así lo atestiguan sin duda. El acto de celebración fue más que un homenaje a la empresa y a su recorrido, un reconocimiento personal y profesional a la figura de quien la gestó y fue el origen de todo, y también al de quien ha estado luego a su lado secundándolo y comandando también el proyecto y ha sido también figura esencial de todo, el segundo de a bordo, Sergio Pera.

“No son muchas las empresas instaladoras que alcanzan las cuatro décadas y que lo hacen con el futuro despejado. Para lograrlo no sólo se necesita solvencia profesional y empresarial y buenas prácticas, sino también una sucesión para garantizar el futuro”

Javier Medori, desde las canchas de basket a la instalación eléctrica



La trayectoria de Javier Medori, el relevo al frente de Medori Electricidad, viaja de una *bombilla* a otras, desde la zona de una cancha de basket, en la que vivió una década como pívot de alto nivel, hasta el mundo de la instalación eléctrica. Con un

recorrido profesional que le ha llevado a ser uno de los mejores jugadores de baloncesto de siempre de entre los nacidos en la isla balear, Medori pasó por las categorías inferiores del Estudiantes y ha jugado para equipos profesionales en escenarios y



“ La trayectoria de Javier Medori, el relevo al frente de Medori Electricidad, viaja desde la zona de una cancha de basket, en la que vivió una década como pívot de alto nivel, hasta el mundo de la instalación eléctrica

competiciones tan distintas como la liga profesional austríaca o la sueca, además de haber sido pieza destacada en equipos de Mallorca, de Galicia o de la propia Ibiza, por citar algunos.

Su formación ha estado orientada a la administración y gestión empresarial, de tal manera que se ha formado antes como empresario que como instalador, cuyas competencias técnicas ha adquirido en los últimos años. Precisamente las aptitudes en lo relativo a la gestión empresarial suelen señalarse como una de las dificultades más comunes en los instaladores.

En una conversación con él, Instaladores 2.0 pudo comprobar su implicación para lograr aquello que a tantos profesionales y empresarios de la instalación les cuesta llevar a efecto en la actualidad: la transmisión empresarial efectiva, ya sea familiar o no. Javier Medori valora la actual situación del mercado como “positiva”, dentro de las dificultades habituales y menciona como una de las principales “la escasez de profesionales que nos lleva incluso a tener que rechazar trabajos por falta de personal para llevarlos a cabo”. Medori Electricidad trabaja en la reforma de sendas instalaciones hoteleras en la localidad de San Antonio, con la urgencia que impone la temporada turística en la isla, “trabajamos muy condicionados por la temporalidad, que determina también



la disponibilidad de personal y condiciona mucho a las empresas, porque necesitamos muchos trabajadores para acabar una obra en un momento determinado”. Y la propia isla complica esa temporalidad con precios del alquiler desorbitados y dificultad para rentabilizar cualquier trabajo estacional.

De cara al futuro, Javier Medori piensa en un crecimiento sostenido y sostenible para la empresa, tratando de estar presentes en todos los ámbitos de la instalación que trabaja actualmente, “hacemos muchas instalaciones de autoconsumo y también muchas reformas e instalaciones residenciales, también para el sector de servicios, esencial en Ibiza, igual que trabajos de mantenimiento”. Medori Electricidad quiere afianzar también su labor de asesoramiento energético, paralela a su condición de agente energético de Fenie Energía, reforzada por la confianza y el compromiso de sus clientes, ganados en los 40 años de experiencia y de contribución al desarrollo de la isla. ■



SOLUCIONES
estancas



Todas las series



Todos los colores



Múltiples funciones



Todos los marcos

Transforma lo que ya tienes, IP44 es compatible con los mecanismos y marcos estándar.

935 610 526

bjc@bjc.es

www.bjc.es

Renovamos nuestra
imagen, pero nunca
nuestra **esencia**



¡Descúbrelo!

**general
cable**

Conexiones que nos inspiran
a seguir **creciendo juntos**

generalcable.es