

# instaladores 2.0

PUBLICACIÓN INDEPENDIENTE DE LA ACTUALIDAD DEL SECTOR ELÉCTRICO

Nº21 - Época I - Primera Edición 2026

## EL CLIMA PERFECTO

Elige el dispositivo que mejor se adapte a tus necesidades

Configura la temperatura rápida y fácilmente. Consulta y modifica la configuración desde tu smartphone, en cualquier momento y lugar.



### BLISS2

Termostato smart

Tipo 1C.B1.9.005.0007

Compatible con GATEWAY.  
Apto para sistemas multizona con actuadores de radiofrecuencia.  
Detección de humedad



### BLISS<sup>Wi-Fi</sup> NEXT

Cronotermostato smart

Tipo 1C.91.9.003.0W07

No necesita del GATEWAY  
Configuración semanal también sin app

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

findernet.com

 **finder**<sup>®</sup>  
RELAYING INNOVATION

# DINUY

by Versa Design

## Cargadores para Vehículos Eléctricos

- Inteligencia y Eficiencia Energética
  - Conexión eléctrica Rápida y Segura
  - Gestión y Supervisión Vía APP, Cloud y KNX
  - Conectividad y compatibilidad total
  - Productos Certificados
  - Pantalla a Color de 2,8"
  - Rodustez y Fiabilidad
  - Único, con integración
- 
- Fabricados en España
  - Garantía de 5 Años



**DINUY**

Auzolan, 2

20303 IRUN

T 943 62 79 88

E proyectos@dinuy.com

SAT 900 052 290

E soporte.emobility@dinuy.com

# Editorial

En Instaladores 2.0 siempre hemos creído que la función de un medio de comunicación profesional como el nuestro reside tanto en aquello que se propone como en lo que no debe proponerse nunca. Por ejemplo y como es evidente, no somos un medio que se dedique a hacer periodismo de investigación, porque carecemos de posibilidades para ello. La escasez de recursos es un mal endémico en el periodismo técnico y obliga a ajustarse a las empresas y editoriales que trabajan en él y hacerlo con honestidad y la mayor profesionalidad posible sí es un deber de todas ellas. Casi por la misma razón, tampoco efectuamos un periodismo de denuncia, aunque en el caso de que si tuviéramos recursos para hacerlo tampoco sería uno de nuestros objetivos.

En cambio, sí tenemos claras cuáles son nuestras funciones esenciales, o al menos, los criterios que deben guiar nuestro trabajo con el objetivo de aportar nuestra contribución al sector en el que lo desarrollamos. Y este puede ser un buen lugar para enumerarlas y hacer partícipes de ellas a nuestros lectores. Si tuviéramos que establecer un decálogo de prioridades, bien podría ser el siguiente.

1. Informar con la mayor puntualidad, objetividad, rigor y respeto al sector posibles sobre su actualidad
2. Servir de soporte informativo a sus empresas y organizaciones
3. Dar voz y visibilidad a los principales protagonistas del sector y reflejo a sus opiniones
4. Ofrecer pautas y pistas sobre alternativas del mercado y nuevos negocios para ayudar a orientar a los lectores profesionales
5. Informar sobre novedades reglamentarias, regulatorias, normativas que puedan también puedan serles de utilidad
6. Actuar como correa de transmisión en el debate sectorial que se propicia en el seno del sector
7. Ayudar a dar visibilidad al propio sector y a reforzar su prestigio profesional
8. Contribuir a la cohesión sectorial a través de la labor informativa y divulgativa de su actividad
9. Servir de soporte publicitario a las empresas y adaptarnos con versatilidad a sus necesidades
10. Propiciar foros y escenarios de debate y discusión con los principales actores para facilitar el diálogo común

Seguramente se podrían añadir detalles a esta vocación de servicio y contribución, pero todas deben tener presente que el foco y la orientación de nuestro trabajo no tiene un eco social directo, sino que su primer e ineludible objetivo es un público enteramente profesional.

## En esta edición de Instaladores 2.0 La Revista



Entrevista a Begoña Villacís,  
directora ejecutiva de Spain DC



Segunda Edición del Foro-Debate sobre  
la Distribución de Material Eléctrico



El Libro Blanco de Adime 2025: la foto fija de la distribución



Entrevista a Mikel  
Jaureguizar,  
presidente de  
Anfalum



Zaragoza acoge la primera edición de los Aúna Partner Days 2026



Entrevista a Ramiro Álvarez, presidente de AEIEZ  
(Zaragoza)

## Otros contenidos en esta edición

**40** Entrevista a José María González Moya, director general de APPA Renovables

**46** VI Cumbre de Autoconsumo de UNEF

**48** Entrevista a José Donoso, director general de UNEF

**54** ABB presenta su nuevo interruptor SACE Emax 3

**instaladores**<sub>2.0</sub>  
La Revista

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.



## PLATAFORMA DE FORMACIÓN ONLINE

Regístrate y forma parte de **Fegime Academy**, la plataforma de formación online exclusiva y gratuita para empleados y clientes de empresas del **Grupo Fegime**.

[www.fegimeacademy.es](http://www.fegimeacademy.es)

## MÁS DE 200 CURSOS DISPONIBLES

-  Domina la IA
-  Programación con Chat GPT
-  Grok, la IA para micronegocios y autónomos
-  Estrategias de Inbound marketing
-  Power BI Completo
-  Desconexión digital

El sector de material eléctrico demanda repetidamente una unión efectiva y real de sus diferentes estamentos para trabajar en favor de intereses comunes en diferentes ámbitos cuya defensa debería ser una prioridad para todos ellos. El Foro Debate sobre la Distribución que organizamos hace dos meses en Madrid lo hizo explícito: “¿Por qué no se puede crear una asociación única sectorial para hablar de retos comunes?”.

## El grito de todo el sector



LUIS GARCÍA  
Director Editorial  
Instaladores 2.0

Pero ¿cuáles son esos intereses y retos comunes? Por ejemplo, concienciar sobre la importancia de la labor de vigilancia del mercado que ayude a impedir la presencia de productos que no cumplen con los mínimos normativos y, por tanto, suponen un peligro para los usuarios. O por ejemplo también persuadir sobre lo relevante de que las instalaciones eléctricas tengan un mantenimiento y una revisión correctos y se incluyan en los programas de rehabilitación, también por una razón de seguridad para los consumidores. O también, por ejemplo, para insistir en la promoción del sector y en prestigiarlo de manera que se pueda ayudar a atraer a profesionales formados, teniendo en cuenta las alarmantes carencias de personal que padece y que va a seguir padeciendo los próximos años.

Hay bastantes más, no faltarían, pero estos de arriba sirven como muestra de lo relevante que son, porque los tres se refieren a cuestiones que preocupan al sector por completo y cuya resolución beneficia también a todos. Y además, porque paliarlos ayudaría también a otorgarle una cierta nobleza al propio sector, acreditarlo ante la sociedad y hacerlo más visible.

Esa es la otra queja que se repite cuando se demanda esa unión colectiva: la falta de visibilidad. O dicho de otro modo, el escaso atractivo que este sector tiene para la sociedad. Hay abundante tecnología sí, hay mucha innovación también y hay un enorme convencimiento de resultar esenciales, por supuesto, pero atractivo no parece que haya ninguno. Años llevamos ya oyendo aquello de que “estamos en el mejor sector posible” y lo mejor de todo es que es verdad. Ocurre que por alguna razón nos cuesta más interpretar la frase como una realidad presente que como un augurio para el futuro. Para ser lo más práctico posible que se puede ser en cuatro párrafos, concluiré afirmando que lo normal es que para alcanzar esa visibilidad uno necesite de músculo económico potente con el que invertir para lograrla. ¿Y si no se tiene? Pues si no se tiene, lo primero que uno puede hacer es gritar más alto, y la forma más práctica de hacerlo es gritando todos a la vez.



**ABB**



# EMAX 3 DE ABB. DISEÑADO PARA ANTICIPAR EL FUTURO

Seguro y preparado para adaptarse a la  
evolución de las infraestructuras

Descubre la última evolución en tecnología de interruptores automáticos. SACE Emax 3 de ABB está diseñado para que los sistemas de distribución eléctrica sean más adaptables y seguros.



**ENGINEERED  
TO OUTFRAN**



BEGOÑA VILLACÍS, directora ejecutiva de SPAIN DC

## “Los centros de datos son la casa de la IA”

**Las previsiones de Spain DC en su informe anual hablan de un volumen de inversión en el sector de casi 67.000 millones de euros hasta 2030 y una evolución de potencia instalada que iría desde los 439 MW actuales a más de 2.500, ¿cuáles son las claves para que esos datos sean una realidad?, ¿en qué sectores se basará ese desarrollo?**

Para comprender la magnitud del desafío, lo primero que hay que entender es que no se trata de una inversión sectorial más, sino de la infraestructura que sostiene toda la economía digital. Cuando alguien usa Bizum, ve una serie en *streaming*, hace una gestión con la Administración o lanza una consulta a una IA, detrás hay un centro de datos. Si queremos que esa economía digital se despliegue aquí, necesitamos capacidad aquí.

Las previsiones son muy ambiciosas, sí, pero son realistas si hacemos lo que toca. Hablamos de esa evolución de potencia e inversión que has mencionado y para que eso ocurra hacen falta cuatro cosas muy concretas: acceso efectivo a red, tramitaciones predecibles, seguridad jurídica y una

planificación pública que entienda que esto no va de proyectos aislados, sino de una oportunidad de país.

El crecimiento se nota especialmente en el *colocation* a gran escala, los campus hiperescalares y toda la demanda vinculada a *cloud* e inteligencia artificial. Pero no sólo. Hay sectores tractors muy claros que ya dependen de esta infraestructura: comunicaciones, medios y tecnología; administraciones públicas; servicios financieros; ocio... Es decir, no hablamos de una moda tecnológica, sino de la base operativa de la economía, de los servicios públicos y de la competitividad industrial.

**Un crecimiento así supone también un gran desafío desde el punto de vista tecnológico, industrial, de la propia red eléctrica, del empleo... ¿Dónde están los mayores retos?, ¿cómo se debe responder a cada uno de esos factores?**

Los mayores retos están bastante identificados. El reto en la red eléctrica (acceso, conexión y plazos), en las tramitaciones administrativas, en la búsqueda

de talento, en el desarrollo tecnológico que exige la inteligencia artificial...

La IA ha cambiado la escala de todo. Antes hablábamos mucho de conectividad y almacenamiento; ahora, además, lo hacemos de potencia, continuidad, electrónica de potencia, climatización de alta exigencia y tiempos de ejecución. Eso convierte a toda la cadena industrial en un factor crítico.

La respuesta, por tanto, no puede ser genérica. En red, hace falta planificación anticipada. En permisos, criterios claros, homogéneos y ágiles. En talento, formación mucho más conectada con lo que de verdad demanda el mercado. Y en industria, reforzar la cadena de valor nacional para poder ejecutar más rápido y con más contenido local. Cuanto más preparado esté ese ecosistema, más capacidad tendremos de convertir la demanda digital en infraestructura real.

**La implantación renovable y contar con la energía más barata de Europa son factores que ayudan e impulsan a España hacia el reto de convertirse en un *hub* digital, ¿qué cree que se requiere desde el punto de vista regulatorio, también industrial y en la vertiente de las decisiones de las diferentes administraciones?**

España cuenta con una combinación muy poderosa (y envidiada): conectividad, posición geográfica y capacidad renovable única. Además, el mercado eléctrico español tiene una ventaja competitiva clara y España es líder en contratación de PPA a nivel europeo, con el 31 % de la capacidad negociada en 2024.

Ahora bien, una ventaja no sirve de mucho si no se aprovecha. Para eso, desde el punto de vista regulatorio necesitamos marcos claros y previsibles, además de coordinación público-privada (algo sen-

cillo de decir y muy importante de hacer). Desde el punto de vista industrial es necesario acompañar el crecimiento digital con el crecimiento de la cadena de suministro eléctrica, mecánica y tecnológica. Si España ordena bien esa combinación, puede consolidarse como el *hub* digital del sur de Europa. Si no lo hace, la oportunidad no va a desaparecer: se irá a otro lado.

**¿Hasta qué punto la falta de disponibilidad de la red o los retrasos que suponen las tramitaciones administrativas son *hándicaps*?, ¿qué otros factores disuasorios añadiría y por qué razones?**

Afectan directamente a la viabilidad y al calendario de los proyectos. La incertidumbre siempre penaliza y si no hay cierta visibilidad sobre conexión, permisos o tiempos, las inversiones se retrasan, se encarecen o, peor, pueden desplazarse.

No es una cuestión menor, porque buena parte de la capacidad de red está ya tensionada y el cuello



“ Los mayores retos están bastante identificados. El reto en la red eléctrica (acceso, conexión y plazos), en las tramitaciones administrativas, en la búsqueda de talento, en el desarrollo tecnológico que exige la inteligencia artificial...



El debate no es si desarrollar centros de datos, la pregunta es si España quiere o no dotarse de las infraestructuras necesarias para competir en la economía digital

de botella afecta a múltiples sectores, no es algo exclusivo de los centros de datos. Por eso el debate no es si desarrollar centros de datos, la pregunta es si España quiere o no dotarse de las infraestructuras necesarias para competir en la economía digital.

**¿Qué alternativas tienen los operadores de centros de datos para intentar solventar los problemas de acceso y conexión a la red, teniendo en cuenta que la demanda aumenta y las redes no lo hacen en la misma medida?**

Los operadores se adaptan mientras llega la solución estructural. Eso significa acompañar los desarrollos a la capacidad disponible, estudiar ubicaciones con mejor acceso, explorar fórmulas de autoconsumo o acuerdos energéticos a largo plazo... Conviene aclarar algo: España no tiene un problema de generación, sino que el cuello de botella está en transporte, distribución, acceso y planificación. El reto, por tanto, no es si hay energía, sino cómo hacemos que esa energía llegue donde hace falta y cuando hace falta.

En esto los centros de datos tenemos algo muy positivo que aportar: somos una demanda estable, predecible y de largo plazo. Eso facilita planificación, da señal industrial y puede ayudar a acompañar nueva capacidad renovable si el marco está

bien ordenado. Las soluciones transitorias son útiles, pero no sustituyen la respuesta de fondo: ampliar y modernizar la red, planificar con más anticipación y ordenar mejor el acceso para priorizar proyectos viables y maduros.

**Defienden como clave que los procesos de digitalización deben sustentarse en infraestructuras resilientes, eficientes y sostenibles, ¿en qué medida cree que los centros de datos responden a ese triple objetivo?**

Es que los centros de datos ya lo son. No hay digitalización seria sin centros de datos. La cuestión es ésta, que no hablamos de una infraestructura accesoria, sino de la base física que hace posible que todo lo digital funcione de verdad.

Los centros de datos significan resiliencia porque sostienen servicios que no se pueden caer. Eficiencia porque permiten concentrar, ordenar y gestionar mejor toda la capacidad digital que hoy necesita una economía moderna. Sostenibilidad porque el sector está avanzando con estándares cada vez más exigentes en eficiencia energética, integración de renovables e innovación tecnológica. Más que preguntarnos si los centros de datos responden a ese triple objetivo, yo diría que son una de las infraestructuras que mejor lo representan.



# AFUMEX® BESSflex (AS) RZ1-K (AS)

## Clase B2<sub>ca</sub>-s1b,d1,a1

### Tensión asignada 1,8/3 kV

Diseñado para dar respuesta a las necesidades específicas de los sistemas BESS. Cable de baja tensión para la interconexión entre módulos de baterías y las estaciones convertidoras.



#### Más manejable

Especial diseño del conductor de cobre turonado que aporta más flexibilidad.



#### Mayor fiabilidad

Aumento de la tensión asignada, 1,8/3 kV, para soportar los picos de tensión.



#### Mejor reacción al fuego

Clase B2<sub>ca</sub>-s1b,d1,a1 que aporta una elevada seguridad frente al fuego.



#### Alta resistencia a los rayos UV

Según UNE-EN 50618 y UNE 21605.



#### Más sostenible

Con contenido en cobre reciclado y fabricado con energía eléctrica 100% renovable.



Descúbrelo



**La IA es uno de los motores principales de la demanda, ¿de qué manera este factor ha cambiado el sector de los centros de datos y cómo lo hará en los próximos años?**

La IA ha cambiado por completo la escala y la exigencia del sector. Ya no hablamos sólo de almacenar o procesar datos, lo hacemos de cargas de trabajo mucho más intensivas, que exigen más densidad, más potencia, nuevos esquemas de refrigeración y una infraestructura preparada para operar a otro nivel.

Me gusta decir que los centros de datos son la casa de la IA. Cada modelo que se entrena, cada consulta que hacemos, cada proceso automatizado que lanzamos ocurre en una infraestructura física concreta, lo que cambia por completo la conversación: la IA deja de ser sólo una cuestión de software y pasa a ser también una cuestión industrial, energética y geoestratégica.

**Empresas estratégicas del ámbito del material eléctrico como Schneider Electric o Prysmian y distribuidores como GES han entrado a formar parte de Spain DC, ¿qué cree que aportan y en qué medida cree relevante ese sector concreto?**

Aportan algo esencial: capacidad industrial y capacidad de ejecución. Un centro de datos no es sólo un activo digital, eso es la mitad de la película, un centro de datos también es un proyecto electrotécnico de enorme complejidad: requiere alimentación seguida, distribución interior, transformación, cableado, climatización, monitorización continua, etcétera. Sin esa base, no hay infraestructura digital que valga.

Es decir, que refuerzan la parte más tangible del sector: la que convierte la inversión en obra, la obra en instalación y la instalación en una infraestructura operativa, segura y fiable.

Además, la llegada de la IA eleva todavía más la importancia de este ecosistema.

**Spain DC tiene menos de 5 años de vida, pero ya una trayectoria reconocida, ¿en qué basa su estrategia y cuáles son los objetivos concretos hasta 2030? ¿Qué se necesita para lograr afianzar al ámbito de los centros de datos como un sector estratégico y una infraestructura crítica?**

Nuestra estrategia se basa en algo muy claro: explicar bien un sector decisivo para España y defender con datos una oportunidad que es real. Spain-DC nace para representar un sector industrial y también para ayudar a que el país entienda que los centros de datos no son un nicho tecnológico, sino una infraestructura esencial para la competitividad, la productividad, la autonomía estratégica y el despliegue de la inteligencia artificial.

Esto se está notando en nuestro propio crecimiento. Estamos prácticamente en los 300 miembros, con un crecimiento acumulado del 458 % desde 2021. En comunicación, cerramos 2025 con 531 impactos en medios, de los que el 96 % fueron de tono positivo hacia el sector y con una presencia institucional claramente al alza. Y de aquí a 2030, nuestro objetivo es muy concreto: contribuir a que España se consolide como el gran *hub* digital del sur de Europa.

¿Cómo lograrlo? Además de seguir haciendo pedagogía en todos los escenarios que se nos presenten y consideremos oportunos, con decisiones muy prácticas. Reconocimiento efectivo del sector como infraestructura estratégica, acceso oportuno a la red, procedimientos previsibles, seguridad jurídica, impulso a la cadena de valor industrial y más talento especializado. En el fondo, se trata de algo muy sencillo: si la economía digital es estratégica, la infraestructura que la sostiene también tiene que serlo. ■

“ Cuando alguien usa Bizum, ve una serie en streaming, hace una gestión con la Administración o lanza una consulta a una IA, detrás hay un centro de datos



La mayor red de distribuidores especialistas en fontanería, calefacción, climatización, electricidad y energías renovables con presencia en España, Andorra y Portugal.



**Centro Logístico AÚNA**  
Servicio diario a 465 POS  
23.000 referencias en stock

**CABEL**  
La marca del profesional

**Calidad y precio competitivo**  
Soluciones profesionales  
para cada instalación



**InstalPRO**  
Herramienta que  
optimiza la gestión  
del instalador



**+ 280 acuerdos**  
Con las mejores  
marcas del sector



**Pago Centralizado**  
Asegurado

Nuestros pilares. Tu ventaja competitiva.



**AÚNA PARTNER DAYS**  
Las ferias de referencia para  
el instalador profesional



**Revista AÚNA**  
Toda la actualidad del  
sector en un sólo clic



**Plan de MKT y comunicación**  
Acciones estratégicas para  
nuestros clientes

PREMIOS 2026  
**AÚNA**

RECONOCIENDO LA EXCELENCIA

**Premios AÚNA**  
El evento más reconocido  
y distinguido del sector

[aunadistribucion.com](http://aunadistribucion.com)

**AÚNA, conectamos profesionales**



II Foro de Debate sobre la Distribución organizado por Instaladores 2.0

## Un sector en crecimiento y con optimismo, que vive un año marcado por la inflación y la necesidad de ser más riguroso con los precios

**“Tanto distribuidores como fabricantes debemos trasladar al mercado una cultura de precio mucho más rigurosa”**

**“La falta de capacidad de ejecución de los trabajos hace que la visión de las empresas instaladoras sobre el mercado sea plana”**

**“La concentración en la distribución: ¿proceso natural o amenaza?”**





Con la colaboración de



#### PARTICIPANTES POR LA DISTRIBUCIÓN:

Alberto González	GRUDILEC
Alberto Martínez	SONEPAR SPAIN
Alejandro Gómez	FEGIME ESPAÑA
Amparo Almiñana	GRUPO PEISA
Gloria González	NOU GRUP
Iñaki Aramburu	GES
José Manuel Carrera	GRUPO NORIA
Josep Domingo	GRUPO AÚNA

#### PARTICIPANTES POR LA FABRICACIÓN:

Alfonso Canorea	LEDVANCE LIGHTING
Javier Arbués	SCHNEIDER ELECTRIC
Joan Ferrán	PRYSMIAN SPAIN

La segunda edición del Foro-Debate sobre la Distribución de Material Eléctrico que tuvo lugar el pasado 25 de marzo, en Madrid, organizada por Instaladores 2.0 y con el apoyo y patrocinio de las firmas Ledvance, Prysmian y Schneider Electric, reunió a una amplia de las principales empresas y grupos del ámbito de la distribución en España. A continuación, efectuamos un repaso del debate, que se centró inicialmente en la situación del mercado y también en la digitalización y el e-commerce.

En primer lugar intervinieron los representantes de la fabricación para exponer su visión inicial del sector. **Joan Ferrán (Prysmian)** afirmó que “ *vemos un mercado fuerte, de la mano de la transición energética, la apuesta por las renovables y la electrificación*”, y enfocó los riesgos “ *en las tensiones geopolíticas, que nos afectan en forma de incrementos de precios y en la volatilidad del mercado, aunque la tendencia general sea positiva*”.

**Javier Arbués (Schneider Electric)** reafirmó ese optimismo, “ *creemos que el año puede ser incluso más positivo que el 4 %*”. Y respecto a los precios, “ *va a ser un año marcado por la inflación, muy similar a lo que ocurrió en 2022, aunque parece que no habrá la escasez de materiales que sí hubo entonces*”. Y a propósito insistió también en “ *trasladar una cultura de precio mucho más rigurosa, tanto distribuidores como fabricantes*”.

**Alfonso Canorea (Ledvance)** observó la ventaja en esta última cuestión, “ *en iluminación, creo que va a ser un año en el que se pueda consolidar una subida de precios y revalorizar las soluciones de valor añadido*”, y se apuntó también a la “ *evolución positiva del mercado*”, aunque con la sombra “ *de la dependencia de la evolución en Europa y el reto que supone la situación económica en Francia y Alemania*”

Por parte de la distribución, **Alberto Martínez (Sonepar)** fue el primero en intervenir, “ *estamos de acuerdo en que la visión macroeconómica nos ayuda, la electrificación que se debe acelerar, pero por otro lado la falta de mano de obra, la falta de capacidad de ejecución de los trabajos hace que la visión de*



«Hay que invertir en desarrollar talento porque es un problema estructural, no coyuntural, y esa inversión redundará en creación de cultura, en fidelidad del personal, calidad... Y además te permitirá una palanca de diferenciación con respecto al resto»

**Joan Ferrán, Prysmian**



*nuestros clientes sea plana”, y añadió, “aunque la situación fuera mucho mejor, no podrían hacer mucho más por esa carencia de personal”. Sus expectativas coincidieron en el crecimiento, “aunque será un año muy irregular y muy volátil”, y será clave “cómo vamos a gestionar la inflación y el stock, porque ante las subidas de precios que nos vais a anunciar, nosotros podemos tomar una decisión u otra, pero nuestros clientes no van a hacer acopio de material”.*

**Iñaki Aramburu (GES)** no desentonó en el optimismo, “un sector que prevé crecer un 4 % ó un 5 %, yo creo que es una muy buena noticia si lo comparamos

*con otros”, y añadió otro factor a la gestión del precio y del stock, “la productividad”, “son factores clave para ver cómo evoluciona el sector”, y concluyó que “si somos capaces de trasladar esas subidas y consolidar el precio, creo que será un buen año para todos”. Javier Arbués puntualizó, “no significa que no pueda llegar a ocurrir, pero por ahora esa escasez no la vemos”. Y Joan Ferrán abundó en ello, “no la vemos, pero sí que estamos garantizando el suministro de materiales, en una labor conjunta con nuestros proveedores”.*

**Amparo Almiñana (Grupo Peisa)**, también definió el año como “bueno”, aunque añadió que “de una



«Será clave cómo vamos a gestionar la inflación y el stock, porque ante las subidas de precios que nos vais a anunciar los fabricantes, nosotros podemos tomar una decisión u otra, pero nuestros clientes no van a hacer acopio de material»

**Alberto Martínez, Sonepar**



# GRUDILEC

Distribución Material Eléctrico

**ABC**  
Connectant amb tu

**araiz**  
SUMINISTROS ELÉCTRICOS

**coto**

**de**  
DIS-ELECTRIC

**ELECTRO  
IDELLA**

**EMSA**  
ELECTRICAL MATERIALS

**Grupo Coelca**

**grupopeisa**

**LCI**

**MESUR**  
DISTRIBUIDORES DE MATERIAL ELÉCTRICOS

**N-OSÈS**

**Sumelga**  
MATERIAL ELÉCTRICOS



**Innovar. El arte de mirar al futuro de manera diferente**

Calle de Alcalá 96, 5º  
centro 28009 - Madrid



[info@grudilec.com](mailto:info@grudilec.com)



«En 2022 el margen se mejoró en la distribución, no veo por qué no podemos hacerlo también ahora»

Javier Arbués, Schneider Electric

agresividad inusitada en el último trimestre” y apostó por “repensar” ese comportamiento. Igualmente abordó la incertidumbre ante una posible escasez de materiales, “lo que me preocupa es que se tratara de un problema logístico, de servicio”. **Alfonso Cano-rea** cree que “en la parte de logística las tensiones sí pueden ser muy importantes en el caso de que sigamos en la misma situación”, y **Jose Manuel Carrera (Grupo Noria)** observó que “hay que tener en cuenta que las compras de ahora por parte de los instaladores tienen que ver con las ofertas de hace un año y creo que muchas ventas se van a ralentizar, también por el factor añadido vinculado a la cuestión de los problemas de personal”.

**Alejandro Gómez (Fegime)** lamentó la falta de estabilidad, “no sabemos las decisiones que van a tomar gobiernos terceros como el norteamericano. Dependemos de una decisión de hoy mismo y todo eso puede cambiar la evolución del año”. Y en ese punto introdujo otro concepto nuevo en el debate, “lo que sí vemos es que ocurra lo que ocurra se deteriorará el margen de ventas”. **Gloria González (Nou Grup)** piensa que “estamos en un mercado de oportunidad, pero realmente nos va a costar ser rentables”. Y para **Alberto González (Grudilec)**, “ahora las empresas, aparte de hacer sus previsiones, están obligadas a aprender y adaptarse rápido a la situación que hay, porque el escenario puede cambiar rápidamente”. **Javier Arbués** intervino para señalar que “en 2022 el margen se mejoró en la distribución, no veo por qué no podemos hacerlo también ahora”. “Tienes razón”, observó **Alejandro Gómez**, “pero la diferencia es que entonces hubo razones que obligaron a manejar la logística y los precios de una manera, y ahora dependemos de las decisiones de otras per-

sonas”. “Ahora no existe el nerviosismo de 2022 porque me quedo sin el producto, sino que es por un incremento de tarifa”, puntualiza **Alberto González**.

“Nosotros, lo que estamos haciendo es introducir salvaguardas”, señala **Joan Ferrán**, “si tenemos que abordar un proyecto de, por ejemplo, seis meses, le decimos abiertamente al cliente que no le podemos garantizar el precio más allá de un mes y medio o dos meses”. Y también añadió, “tenemos que anticiparnos a lo que puede venir, y hablo de toda la cadena del sector, ir empujando el precio hacia arriba”. **Josep Domingo (Aúna Distribución)**, por su parte, celebra ese debate sobre los precios, “seguro que no era un término tan recurrente en anteriores convocatorias como ésta”, y añade igualmente que “estamos trabajando en la cultura del pricing hacia nuestros socios, y creo que va calando, en el sentido de darle más importancia a la última línea de la cuenta de resultados que a la primera”. E introdujo también otro asunto de preocupación, “el relevo generacional de





«Estamos trabajando en la cultura del *pricing* hacia nuestros socios, y creo que va calando, en el sentido de darle más importancia a la última línea de la cuenta de resultados que a la primera»

**Josep Domingo, Aúna Distribución**

las empresas, una cuestión que nos preocupa y que hay que planificar».

**Alberto Martínez** señala que “nuestras ventas no son las ventas facturadas, es el margen y cuanto más margen tengas es porque más se aprecia en el mercado tu valor como distribuidor”, y es que “ha habido muchos ejemplos en nuestro sector, especialmente en la distribución, de cifras enormes y batacazos también enormes”. “Cómo te financias cobra mucha importancia en momentos críticos”, puntualizó **Josep Domingo**, “en la crisis financiera vimos cómo las empresas que salían adelante eran las que estaban bien financiadas y las que no, pasaron a mejor vida”.

Para **Iñaki Aramburu** “depende mucho también de la cultura de cómo mides a tu equipo, si lo has hecho sólo por las ventas o por el crecimiento. Es un trabajo interno para cambiar la mentalidad del equipo y vincular esos factores a la rentabilidad”.

El debate abordó a continuación el proceso de concentración en la distribución. Para **Alberto González**, “es la respuesta lógica ante la presión de los márgenes, porque empresas o grupos con facturaciones grandes, pueden permitirse tener recursos o invertir en proyectos que lamentablemente empresas con cifras más bajas no pueden afrontar, aunque el reto pendiente está en integrar bien todas esas adquisiciones”. **Javier Arbués** piensa que “más que una concentración, yo creo que es un proceso de selección natural”, y **Gloria González** apuesta “por poner en valor también a las empresas pequeñas”. **Iñaki Aramburu** cree que es “la evolución natural en un mercado muy atomizado”, y **Alberto Martínez** celebra “oír que es natural y que no es una amenaza”, y añade que “necesitamos capilaridad y capacidad para afrontar todos los ámbitos y ser ágiles, lo que requiere de un tamaño que irá en aumento por esos dos motivos: las adquisiciones y la selección natural. Cuesta muchísimo aguantar con estos márgenes y el retorno hace que las inversiones sean menos atractivas”.



«Sabes qué empresa de talento tiene contratado cada distribuidor, porque te llaman directamente. Eso es lo que creo que no se está haciendo bien en el sector»

**Amparo Almiñana, Grupo Peisa**





**Amparo Almiñana** enfatiza dos situaciones diferentes, “por un lado, empresarios cansados, sin relevo o seducidos por buenas condiciones de compra y por el otro, la necesidad de reforzar la unión de las sociedades nacionales para aprovechar las ventajas de ser pequeños y estar juntos”. Y **Alejandro Gómez** no coincide con las visiones más optimistas sobre la concentración, “personalmente pienso que siempre es mejor tener muchas opciones y la variedad de tener muchas empresas y oportunidades de comprar y vender”. Y alerta también sobre que, “el primer escalón es la concentración de la distribución, pero el segundo será la concentración del fabricante también”. **Josep Domingo** también apunta a la ventaja competitiva de las empresas pequeñas, “sus propietarios tienen la cuenta de resultados en la cabeza y al ir a ver a un cliente, el conocimiento de sus necesidades es lo que le da esa ventaja competitiva”.

### Nuevas alternativas de negocio

“A veces, por apostar por los nuevos negocios nos olvidamos de la rentabilidad del negocio tradicional, debemos diversificar de forma coherente”, reflexiona



«¿Por qué no se puede crear una asociación única del sector? Para hablar de retos concretos, no de nada más»

**Iñaki Aramburu, GES**

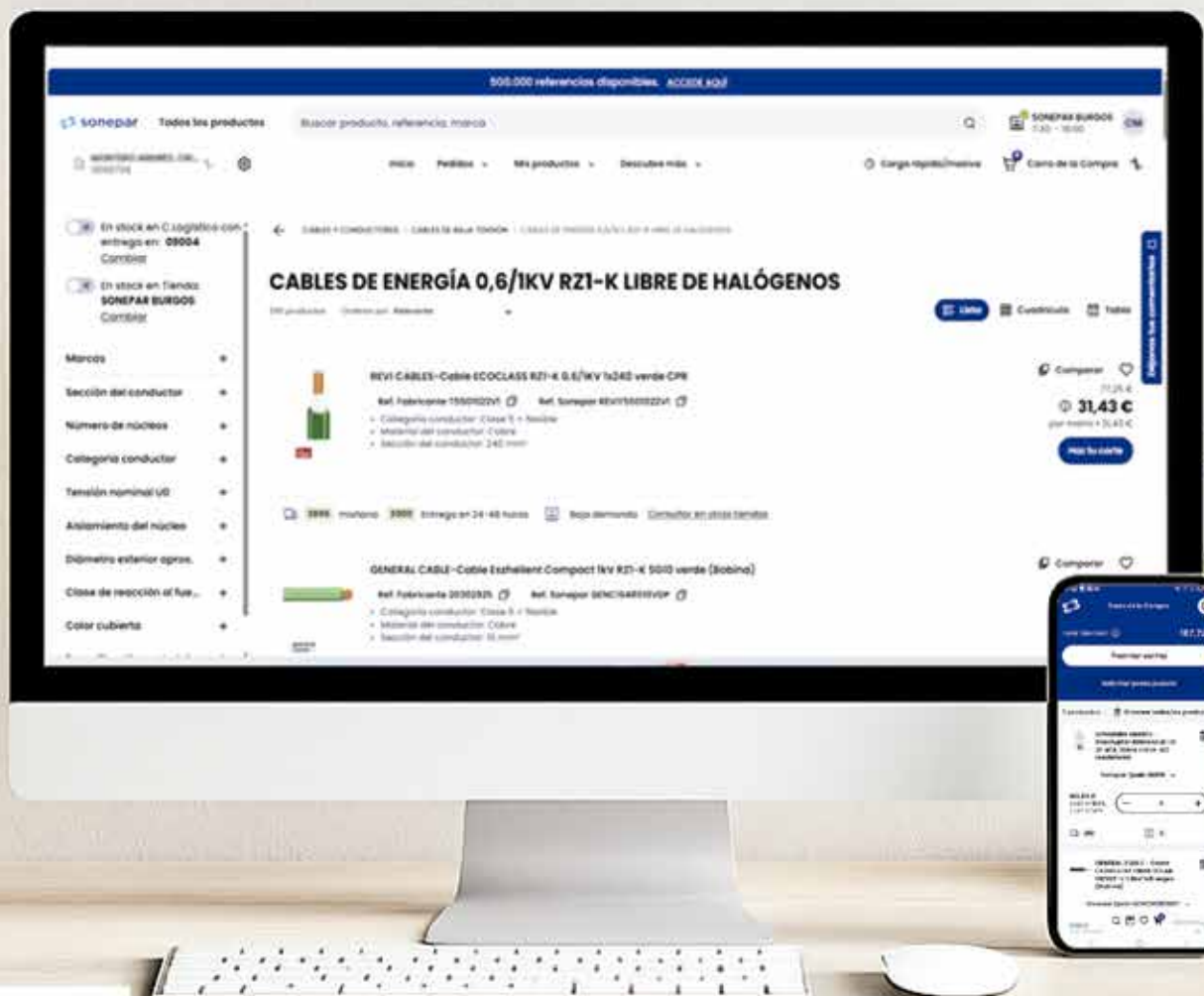
**Gloria González.** “¿Hacia dónde creéis los fabricantes que se va a decantar el negocio del vehículo eléctrico?”, pregunta **Josep Domingo**. Y **Javier Arbués** responde, “estamos enfocados en dar una solución completa, una gestión integral de la energía y el software”. Para **Alberto Martínez**, “los nuevos mercados son una oportunidad, pero nosotros creemos que no se debe abordar de forma oportunista, sino que necesita estrategia y especialización, a la vez que se sigue trabajando el mercado tradicional”. **Joan Ferrán** coincide con la visión anterior, “me parece muy interesante lo que comentaba Javier sobre hablar de gestión de la energía, no del vehículo en sí mismo”. **Iñaki Aramburu** aporta que “conlleva una especialización que hasta ahora no teníamos, debe haber también una estrategia y una inversión técnica que aporte algo más al instalador que el simple precio”. **Alfonso Canorea**, con la experiencia del negocio fotovoltaico, señala que “en las nuevas tecnologías, en cualquier nuevo negocio hay que diferenciar lo oportunista y el negocio estable, y abordár segmentación y estrategia, porque hay que saber dónde estás, por ejemplo, si apuestas y eres fuerte en el instalador, como ocurre con la distribución, focalizarte en él”. ■

«No creo que la concentración sea buena porque sí, personalmente pienso que siempre es mejor tener muchas opciones y la variedad de tener muchas empresas y oportunidades de comprar y vender»

**Alejandro Gómez, Fegime**

# Descubre Sonepar Online.

Todo lo que necesitas,  
cuando lo necesitas.





## Fabricantes y distribuidores demandan una voz única que defienda, dé visibilidad y represente a todo el sector

“La formación de los equipos en IA es una cuestión clave y también que sea parte de la agenda de la dirección”

“Si los pequeños distribuidores no sabemos averiguar dónde están las oportunidades que nos dejan las empresas más grandes estamos perdidos”

“Todos necesitamos salir al mercado a contratar, pero hay formas cuya estrategia es el acoso y derribo a los equipos”

“¿Por qué no se puede crear una asociación única sectorial para hablar de retos comunes que nos afectan a todos?”

El inicio del segundo bloque se enfocó en la digitalización y el e-commerce.

**Joan Ferrán** inició las intervenciones, “yo era de los que pensaban que nos habíamos digitalizado bien, hasta que llego la Inteligencia Artificial y hemos visto que sí, pero no lo suficiente y que ahora debemos preguntarnos si tenemos datos suficientes y de bastante calidad”. **Javier Arbués** cree que “ha habido una ola que nos ha llevado a introducir los datos más allá de conocer si eran o no de buena calidad”. **Iñaki Aramburu** lo ve “como una oportunidad enorme, porque hablamos de gestión y de eficiencia, precisamente lo que le hace falta a la distribución”. **Alberto González** coincide, “son herramientas para mejorar la rentabilidad y la productividad de la empresa”. **Alberto Martínez** opina que “implica un cambio de cultura y varios cambios de paradigma”, pero añade inquietudes, “de su fia-

bilidad depende el riesgo de que cualquier pequeño error pueda escalar exponencialmente”, y lanza una alerta, “o cambiamos nuestra empresa por dentro o podría atropellarnos, porque hay muchas áreas que son automatizables, es sencillo hacerlo”. **Iñaki Aramburu** ve vías de escape, “aparecerán nuevos puestos de trabajo, nuevos modelos de negocio, es un problema y también una oportunidad”. Y **Amparo Almiñana** cree que “necesitaríamos un manual más sólo para el uso que el personal de la compañía debe hacer de los datos, para tratar de reducir los errores”. Para **José Manuel Carrera**, “lo importante son los datos y la productividad”. Y de cara a sacarle un partido directo a la rentabilidad, **Gloria González** se pregunta si “¿seremos capaces de unir todos esos procesos y también de adaptar a todo el personal para llevarlo a cabo?”. Precisamente “la formación de los equipos en IA es una cuestión clave”, para **Josep Domingo**, y **Javier**

**Arbués** lo corrobora, “es un tema cultural que hay que iniciar con los equipos comerciales, por ejemplo, ¿cuántas empresas distribuidoras en España tienen CRM propio?”.

Entre las interrogaciones pendientes muchas preguntas todavía sin respuesta. **Joan Ferrán** se refiere “a todas las interacciones de los equipos comerciales, porque la información de todas ellas también se debe digitalizar y es una cantidad de información enorme”. Por su parte, **Alejandro Gómez** lo ve desde la perspectiva de los pequeños distribuidores, “si no sabemos averiguar dónde están las oportunidades que nos dejan las empresas más grandes, estamos perdidos”. E **Iñaki Aramburu** vuelve a la importancia de la formación, “si tu equipo no está entrenado para interpretarlo bien, no sirve de nada, pero no va de edades, sino de actitud y de curiosidad personal. Y también de que forme parte de la agenda del comité de dirección”.

El e-commerce sigue siendo otra de las asignaturas pendientes en el sector de material eléctrico. Inició esta parte **Iñaki Aramburu** afirmando que “no hemos evolucionado mucho en este último año” y

añadió una clave, “depende mucho de la segmentación de los clientes a los que te diriges”. **Alberto González** señala que “no se trata sólo de la venta online, sino de poner tus servicios a disposición de tu cliente, dotarle de cierta autonomía”. Y **Alberto Martínez** puntualiza que “nosotros seguimos creciendo fuerte en digital”, y coincide también en ampliar el foco, “no sólo es precio, es disponibilidad, claridad, son presupuestos, informaciones, múltiples valores añadidos. En nuestra opinión, la delegación acompaña al digital y el digital, a su vez, amplifica a la delegación”. **Joan Ferrán** añade en ese punto que “siguiendo tu relato, Alberto, creo que la clave está en la omnicanalidad y en poder llegar al cliente final ofreciendo soluciones, huyendo del mero concepto producto”

Para **Alejandro Gómez** “nuestro cliente quizás no está demandando compra online, pero sí está demandando servicios digitales que no estamos siendo capaces de proporcionarle, sobre stocks, sobre plazos de entrega..., no somos capaces de ofrecerlo porque el distribuidor no dispone de esa información que debe proporcionar el fabricante”. En su opinión es “una primera barrera a eliminar”.



«Creo que la única forma activa de atraer talento es invertir económicamente en la formación ya existente, en colegios y centros de formación»

Alfonso Canorea, Ledvance

«A veces, por apostar por los nuevos negocios nos olvidamos de la rentabilidad del negocio tradicional y no sé si eso es bueno o debemos diversificar, pero de forma coherente»

Gloria González, Nou Grup



Pero **Javier Arbués** cree que *“en una página web no tienes por qué perder la cercanía. Si la experiencia del cliente es 360 grados, puedes configurar la compra de un cuadro eléctrico, y que el distribuidor te lo suministre en 24 horas y creo que eso es lo que está buscando el cliente”*, y añade que *“las nuevas generaciones valoran mucho más que tengas un precio competitivo en tu e-commerce, si lo tienen optan por comprar en la web, pero tiene que haber una generación de confianza en ella”*. **Iñaki Aramburu** añade que *“si esa transacción cuenta con una plataforma para poder comprar, con un precio pactado y competitivo, se beneficia de un ahorro en eficiencia y productividad, que también lo es para nosotros”*. Aunque **Alberto González** tercia también para señalar que *“conocemos infinidad de casos en los que incluso cuando el fabricante ha pactado el precio con el cliente, llega el instalador y se pone en contacto con varios distribuidores para saber dónde obtiene un mejor precio. Es decir, depende mucho del tipo de cliente, porque los hay que valoran un precio competitivo, junto a un buen servicio y disponibilidad de información, pero hay otros que no”*. **Iñaki Aramburu** puntualiza que *“el e-commerce no es una herramienta para cerrar una operación de 50.000 euros, pero para el negocio transaccional, del día a día, creo que es imbatible”*. Y **Javier Arbués** cree que *“esa parte transaccional hoy en día es mucho. Además, contar con un e-commerce operativo y con condiciones competitivas permite liberar al equipo comercial para prescribir un proyecto determinado donde aporta mucho más valor”*.

Tras una pausa, el tercer bloque del debate estuvo dedicado a las personas y los problemas para



atraer talento al sector. **Josep Domingo** fue el primero en intervenir para comentar que *“en el ámbito de los instaladores es un problema cultural, el oficio de instalador no es una opción para los jóvenes”*, y añade *“creo que las asociaciones tienen mucho que ver, pero hay que hacer una labor de lobby que involucre a quienes toman decisiones”*. **Alfonso Canorea** opina que *“se ha mejorado la Formación Profesional, pero no lo suficiente y, especialmente, en la parte de oficios”*, y aborda el factor económico, *“creo que la única forma activa de atraer talento es invertir económicamente en la formación ya existente, en colegios y centros de formación, patrocinarla para que puedan salir jóvenes formados y llegar directamente a las empresas”*. **Canorea** piensa que *“no tenemos acceso a la administración y como lobby no hacemos nada de ruido. Y ese cambio estructural pasa por acceder a la Administración”*, y añade, *“la otra parte pasa por nosotros mismos y por emprender acciones concretas”*. **Gloria González** lleva el problema al lado de la distribución, *“en nuestro caso la formación hay que adaptarla,*

**«En el e-commerce no se trata sólo de la venta online, sino de poner tus servicios a disposición de tu cliente, dotarle de cierta autonomía»**

**Alberto González, Grudilec**



# nou grup

¡En **2026**, cuarenta años  
**CONECTANDO**  
**PRESENTE Y FUTURO!**



## Servicio Estatal

Agrupación de almacenes de material eléctrico

Consulte el punto de venta más cercano en  
**[nougrup.net](http://nougrup.net)**

Mallorca 1-1ª · Oficina 6, 08014 Barcelona · Tel.934 236 220 · [nougrup@nougrup-aie.com](mailto:nougrup@nougrup-aie.com)



necesitamos por un lado formación como técnico, pero también formación como comercial". Para **Amparo Almiñana**, "si hay un conocimiento previo del material, a partir de ahí es más sencillo", e **Iñaki Aramburu** cree que hace falta en todos los ámbitos y es común a todo el sector, "tenemos retos comunes y creo que si las asociaciones de cada uno de los tres sectores se unieran para hablar de ellos, se avanzaría".

**Joan Ferrán** está convencido de que "hay que invertir en desarrollar talento porque es un problema estructural, no coyuntural, y esa inversión redundará en creación de cultura, en fidelidad del personal, calidad... Y además te permitirá una palanca de diferenciación con respecto al resto". "Lo único que no se puede copiar son las personas", puntualiza **Amparo Almiñana** "pero invertimos en ellas sin garantía de que se queden contigo y a otro le puede salir más barato". **Joan Ferrán** interpela, "siempre podrán irse, pero igual porque no hacemos el trabajo completo". Por su parte, **Iñaki Aramburu** piensa que "en el caso de los instaladores son pocos los que adoptan una estrategia para solucionarlo". Trabajar lo mejor posible la cultura de empresa es un punto de acuerdo para todos, **Amparo Almiñana** señala "creemos en ello, pero hay un entorno del

mercado actual que es innegable y unas amenazas externas". Para **Joan Ferrán** "lo importante es contar con un buen plan de formación y desarrollo profesional, también de promoción interna. Si hay un estilo de liderazgo moderno, que tiene en cuenta al personal, con flexibilidad... Se podrán ir, siempre se podrán ir, pero la tasa de rotación será baja". **Amparo Almiñana** insiste en las amenazas, "sabes qué empresa de talento tiene contratado cada distribuidor, porque te llaman directamente. Eso es lo que creo que no se está haciendo bien en el sector". Para **Gloria González**, "las nuevas generaciones valoran lo que les aporta su empresa en términos de formación, posibilidades de crecer y de proyectos". En ese punto, **Alberto Martínez** valora que "a veces es como predicar en el desierto". En el caso de los instaladores cree que "la única solución es que las asociaciones trabajen juntas, con más recursos y más de prisa". Y en la distribución, "en un entorno ideal, hacemos todos lo mismo, buscar talento, formarlo, tratar de mejorar su sentimiento de pertenencia, observar el ratio de rotación, que no sea muy alto ni muy bajo, porque ambas cosas son malas", pero lamenta también que "aunque hagamos todo ese trabajo chocamos con estrategias de mercado que van en contra, como incrementar los salarios de forma desmesurada, llamar a la gente



«Lo importante son los datos y la productividad»

José Manuel Carrera, Grupo Noria



*de forma desmesurada, de forma que creamos una rueda, provocamos la inflación del mercado y hay situaciones imposibles. Todos necesitamos salir a buscar al mercado, pero hay determinadas formas de estar en él cuya estrategia es el acoso y derribo sistemático a los a los equipos humanos. Y en esto, que ya lo hablamos el año pasado, siento que estamos peor, porque el recurso cada vez es más escaso y la agresividad es superior”.*

**Joan Ferrán** apuesta por “un desarrollo interno de cada empresa, con la ventaja de que al transmitirle esa cultura de empresa, consigues que no se diluya, pero no es un trabajo de hoy para mañana, requiere años de inversión en ello”. Y **Alberto Martínez** puntualiza, “buscar atajos sale muy caro y es muy caro también para el sector, y son prácticas que creo que deberíamos erradicar”.

**Alberto González** piensa que a las nuevas generaciones “les importa el salario, pero también la flexibilidad. Y hay que saber compaginarlo y poder dar servicio al cliente, porque lamentablemente no todo el mundo podrá teletrabajar”. La clave para **Javier Arbués** está en que “antes las empresas elegían y ahora es al revés”. **Iñaki Aramburu** opta porque “nos preguntemos a cuántos hemos promocionado, a quiénes les hemos logrado dar planes de carrera y han crecido en la compañía, porque si consigues eso será más difícil que se vayan”.

**Josep Domingo** establece un paralelismo desigual entre “multinationales fabricantes con grandes departamentos de Recursos Humanos que trabajan sólo en la gestión de las personas”, y “el caso de la distribución, con empresas que a lo mejor no tienen la capacidad de hacer planes de carrera, porque qué plan puedes hacer en una empresa de 15 personas”. Y denuncia también “lo que llamaría empresas verticales, que cuando entran en un mercado arrasan con las estructuras de toda la vida”. **Joan Ferrán** afirma que “me sorprende que ese concepto generalizado en la distribución sobre que el cliente es de determinado comercial. Si algo he tenido siempre claro es que los clientes son de la compañía, son su activo”. Y **Josep Domingo** le responde que “como principio estoy de acuerdo, si eres fabricante y tienes una marca, el cliente es de esa marca. Pero en la distribución, el portfolio de productos de una empresa es similar al de otra y es evidente que se compran carteras de clientes y equipos comerciales completos y esto no nos gusta a nadie. Igual tendríamos que implementar un código de buenas prácticas en la distribución”. **Javier Arbués** contesta que “es cierto que tenemos departamentos grandes de Recursos Humanos, pero en las entrevistas, las personas son las mismas y los problemas también”. **Joan Ferrán** añade que “es importante un estilo de liderazgo que cuide a las personas, pero también que las rete a la vez, que les exija también”.



La urgencia y necesidad pendiente sobre la capacidad de visibilidad e influencia del sector fue la última de las cuestiones traída al debate. En este sentido, **Joan Ferrán** se pronunció a favor “de la iniciativa de **Iñaki** sobre buscar algún modelo de asociación que alinee esfuerzos comunes, creo que es razonable”. E **Iñaki Aramburu**, como aludido, puntualizó, “para hablar de retos concretos, no de nada más. Lo más complejo es saber quién lo tiene que liderar, Afme, Adime...”, “porque si no es muy difícil que prospere”, añadió **Gloria González**. **Javier Arbués** precisó que “en Portugal, por ejemplo, los distribuidores y los fabricantes van en un único bloque”. Y **Alfonso Canorea** se refirió a que “yo creo que eso va a pasar, lo que no sé es cuándo. Hoy en día, lo que ocurre con muchas asociaciones es que están debilitadas porque los socios no participan, es un tema cultural que es difícil de erradicar. Lo digo como crítica constructiva”. En su opinión, “esa participación de los asociados es clave, porque las asociaciones tienen muy poca estructura. No obstante, para ser positivos también es cierto que las cosas han cambiado para bien, hay más comunicación y mejores profesionales también, pero lo que no hay es implementación”. E **Iñaki Aramburu** pone el ejemplo de Spain DC, en el ámbito de los centros de datos, “su proactividad les ha llevado a ser capaces de generar ese lobby en apenas 4 años. ¿Por qué no se puede crear una asociación única del sector?

**Alberto Martínez** coincide con lo citado por **Alfonso**, “se habla bastante y se hace poco. Sí veo que hay cambios, aunque van despacio. Una asignatura pendiente es importar mano de obra de otros países. Creo que hay 3 ó 4 líneas de trabajo muy claras”. **Josep Domingo** cita que “en el sector del clima se ha llegado a barajar la posibilidad de una asociación conjunta de la distribución para determinados asuntos clave”. Y **Alberto Martínez** vuelve para aportar “una receta que necesitamos todos, la generosidad. Estar aquí nos supone tenerla y estar en una asociación implica lo mismo, pero también hay una cuestión de egos. Deberíamos estar dispuestos a la generosidad que supone dejar que te represente otro porque lo que se vaya a lograr también es bueno para ti”. Y añadió, “tenemos el viento de cola en nuestro sector como argumentario, el mundo va a ser más eléctrico, la apuesta por la sostenibilidad, hay demanda en la construcción... Por otro lado, tenemos la restricción de personal que es gravísima para nuestros clientes, y para nosotros también. Todo apunta a que es donde más habría que invertir”. Y **Joan Ferrán** apunta lo que podría ser un compendio a modo de resumen, “hay que asumir que ni los fabricantes puede ir pueden ir solos, ni los distribuidores ni los instaladores tampoco, de forma que si el sector quiere avanzar tenemos que ir alineados, porque si no todo lo que logramos son victorias pírricas que no se consolidan al final”. ■





SM30



SM40



## Puntos de recarga compactos para entornos residenciales

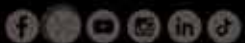
Simon SM30 y SM40 están diseñados para quienes buscan un cargador doméstico compacto, eficiente y fácil de usar. Pensado para usuarios individuales con cargador vinculado o para parkings comunitarios.

Simon SM40 permite el control de la potencia disponible en el hogar, la selección del horario más conveniente de carga, así como toda una serie de funcionalidades para la gestión de la energía.

simon



simon



# La foto fija de la distribución, según el Libro Blanco de Adime 2025

La edición de 2025 del Libro Blanco de la Distribución de Material Eléctrico, que edita Adime, efectúa una radiografía pormenorizada del sector, con datos y cifras para el análisis cuantitativo y un estudio detallado para el análisis cualitativo. Se trata de un manual con el que quiere ofrecer una herramienta práctica para la reflexión y la aplicación de ideas en las empresas distribuidoras. Por razones de espacio no podemos hacer un resumen de todo el contenido, pero sí queremos centrarnos en algunos detalles primordiales que definen la realidad del mercado.

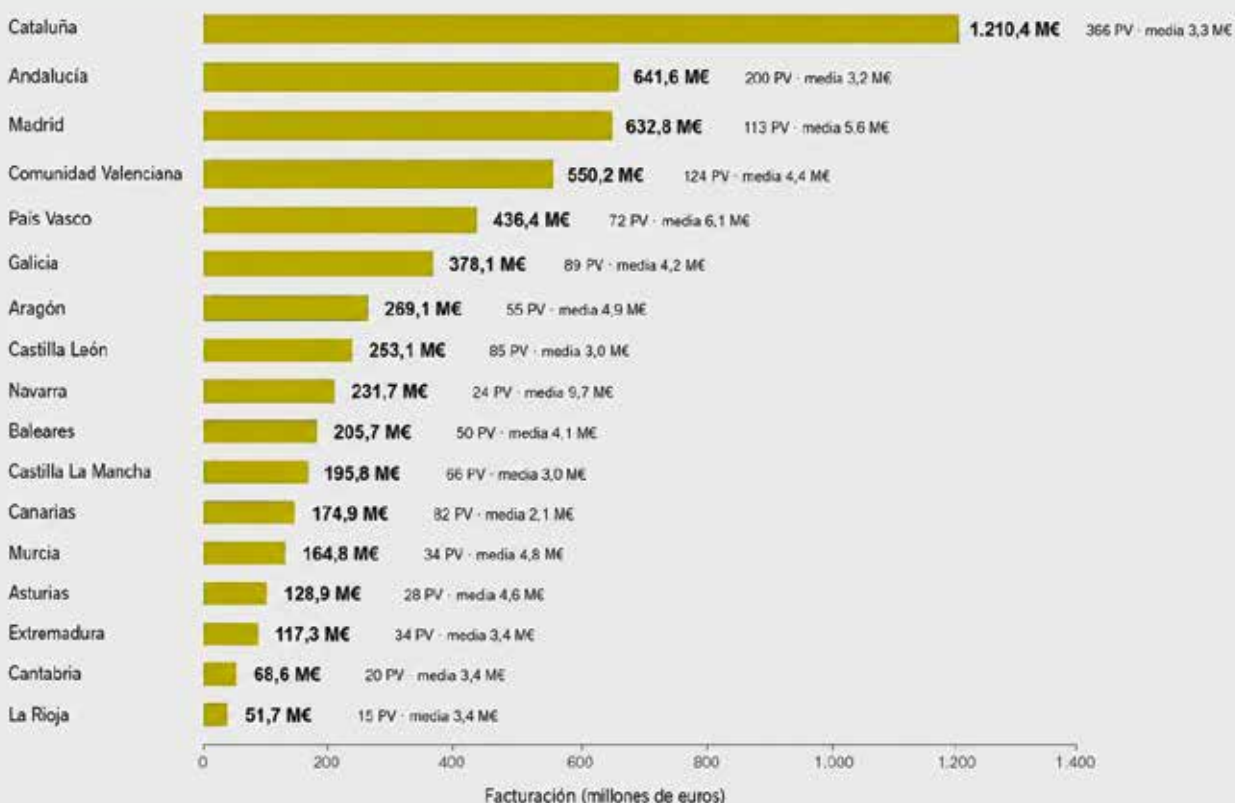
Con un total de 1.457 puntos de venta en todo el territorio nacional, el sector de la distribución de material eléctrico se caracteriza por su elevada capilaridad territorial y una fuerte presencia regional de las 406 compañías que lo integran. El tamaño medio de facturación de ese universo de puntos de venta es de 3,9 millones de euros, aunque supera los 5 millones si hablamos sólo de grandes grupos.

Desde el punto de vista geográfico, Cataluña concentra el 25 % de las delegaciones y el 21,2 % de la

facturación total, por delante de Andalucía y Madrid, que se sitúan en el 11,2 % y 11,1 %, respectivamente. Entre las tres rebasan el 43 % de facturación del país y entre las seis primeras (Comunidad Valenciana, País Vasco y Galicia completan esa lista) superan las dos terceras partes del montante económico total. Según esa capilaridad, nos encontramos ante un mercado atomizado con un gran contraste entre los grandes grupos y las pequeñas empresas, muy determinadas estas últimas por su presencia en una zona geográfica concreta. Ese factor y la creciente

## Facturación por comunidad autónoma

Datos de facturación, puntos de venta y media de facturación por puntos de venta



Fuente: Libro Blanco de Adime 2025



SEGMENTO	MÁS DE 50 M€	30-50 M€	20-30 M€	10-20 M€	5-10 M€	3-5 M€	MENOS DE 3 M€
EMPRESAS	19	17	11	40	57	41	243
% TOTAL DE EMPRESAS	4,40%	4%	2,60%	9,30%	13,30%	9,60%	56,80%
CIFRA DE NEGOCIO	3.178.121.229 €	701.952.685 €	263.889.713	542.609.207 €	359.282.859 €	152.473.305 €	281.551.370 €
CUOTA DE MERCADO	58%	12,80%	4,80%	9,90%	6,60%	2,80%	5,10%
EMPLEADOS	7.847	2.158	857	1.893	1.226	565	1.247
MARGEN BRUTO	19,60%	22,40%	25,10%	22,50%	21,90%	23,50%	24,90%
ROTACIÓN	6	3,9	4,3	4,4	4,5	6,3	4,6
COSTE MEDIO PERSONAL UNITARIO	41.107 €	40.477 €	38.644	37.102 €	37.571 €	35.283 €	33.357€
PRODUCTIVIDAD (VENTAS POR EMPLEADO)	508.597 €	364.329 €	335.983	416.132 €	320.899 €	303.358 €	251.278 €
COSTE DE PERSONAS / VENTA	9,30%	12,30%	12,20%	12,80%	12,60%	13,60%	16,10%

concentración lleva a lo que en el Libro Blanco se define como “estructura polarizada”, en la que las empresas de menor tamaño, las que no superan los 3 millones de facturación, suponen más de la mitad del total, un 56,8 %, pero tan sólo un 5 % del mercado. Por el contrario, los grandes grupos representan en volumen el 4 %, pero concentran casi el 62 % de la facturación y el 40 % de los puntos de venta.

### Evolución según el tamaño de las empresas

Ya en la última edición del Encuentro Adime, los datos pusieron de manifiesto que la evolución en la distribución además tiende a que ese porcentaje de facturación de las más grandes crezca, mientras disminuye la cuota de mercado de las más pequeñas. Una idea sobre cómo el funcionamien-

## Centrales y delegaciones de material eléctrico por comunidades

Radiografía territorial del sector



Fuente: Libro Blanco de Adime 2025

to de las empresas de mayor tamaño resulta más competitivo. El Libro Blanco 2025 insiste en que “combinan una mayor capacidad de negociación con estructuras más eficientes, lo que les permite mantener márgenes brutos más ajustados, pero una rotación de inventarios y rendimiento operativo notablemente superior”. Destaca que “su productividad por empleado supera el 500.000 €, mientras que en las pequeñas empresas apenas rebasa los 250.000 €”.

Esa evolución también quedó clara a raíz de la pandemia, sobre cuya recuperación las empresas más grandes la efectuaron con mayor rapidez. No

obstante, desde Adime puntualizan que “el reto sigue siendo común: encontrar el equilibrio entre margen, rotación y estructura de costes en un mercado cada vez más competitivo y concentrado”.

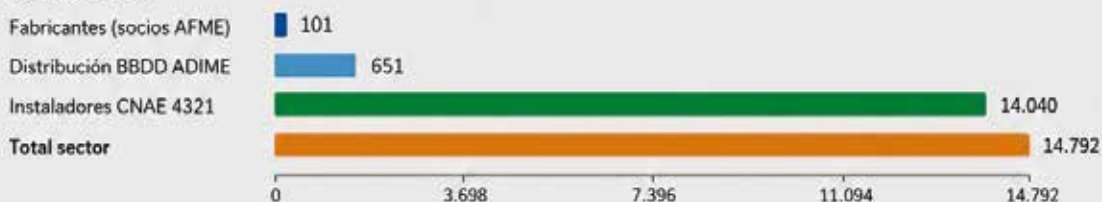
### Las cifras de la cadena de valor

El Libro Blanco amplía el foco también y dedica un apartado al conjunto de la cadena. El conjunto agregado del sector que agrupa a más de 14.700 empresas, con una facturación global de 38.821 millones de euros y un valor agregado de 11.343 millones lo que equivale al 0,71 % del PIB nacional y el 0.94 % del empleo. ■

## Radiografía del sector



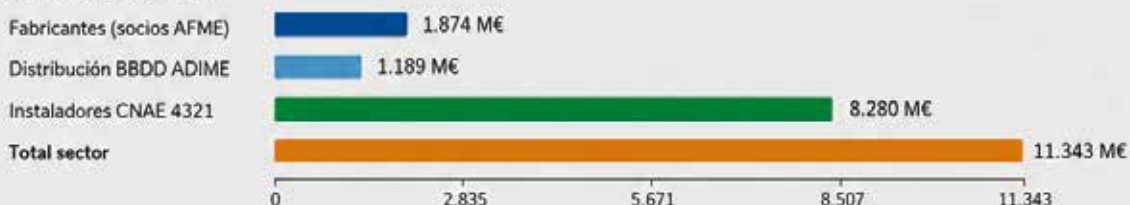
### 1) Empresas



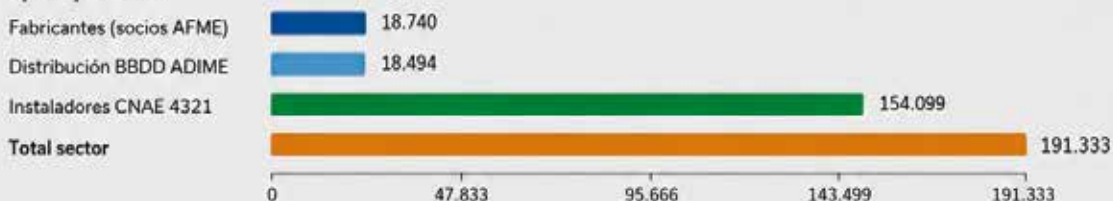
### 2) Facturación global



### 3) Valor agregado



### 4) Empleados



Fuente: Libro Blanco de Adime 2025



## Distribución BBDD ADIME vs base ampliada Clima y Agua

### Empresas



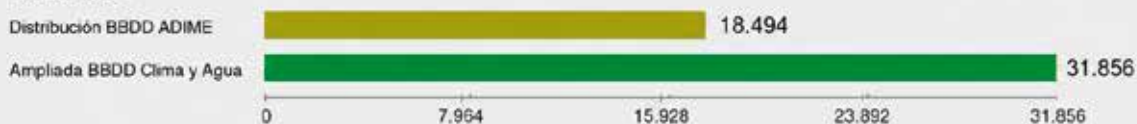
### Facturación global



### Valor agregado



### Empleados



■ Distribución BBDD ADIME ■ Ampliada BBDD Clima y Agua

Fuente: Libro Blanco de Adime 2025

## EL MODELO DE NEGOCIO DE LA DISTRIBUCIÓN



## SEGMENTOS DE CLIENTES





MIKEL JAUREGUIZAR, presidente de ANFALUM

## “Cuanto más avancemos hacia soluciones completas y de alto valor añadido, menos expuestos estaremos a una competencia basada exclusivamente en el precio”

**Acaba de acceder a la presidencia de Anfalum en un momento convulso, pero en el que el papel de las asociaciones es más necesario que nunca por su carácter aglutinador y generador de consensos, ¿cómo ve el escenario actual para la asociación y, en síntesis, ¿cuáles son sus principales objetivos para su mandato en el cargo?**

El escenario es exigente, pero también especialmente relevante para una asociación como Anfalum. Vivimos un momento de profunda transformación del sector, marcado por la transición energética, la digitalización y una creciente complejidad regulatoria, en el que el papel de las asociaciones resulta más necesario que nunca como espacios de consenso, representación y defensa del tejido industrial.

Los objetivos de nuestra presidencia se pueden resumir en cuatro grandes ejes:

- Representación y visibilidad: consolidar una voz sectorial fuerte, creíble y propositiva ante reguladores, prescriptores y la sociedad.
- Calidad, seguridad y cumplimiento normativo, como elementos diferenciales del mercado formal frente a prácticas desleales. En estrecha colaboración con los organismos reguladores y con los prescriptores, debemos de conseguir evolucionar las normativas existentes y dotar a las instalaciones de una mayor seguridad y de un mayor confort, que redunden en una mejora para la sociedad.
- Impulso de la innovación, la sostenibilidad y la eficiencia energética, alineando al sector con los grandes retos de transición tecnológica y ambiental. Debemos convertirnos en una antena tecnológica del sector.

- Gobernanza sólida y transparente, orientada a ofrecer más valor a los asociados y a reforzar la cohesión interna.

Podríamos resumirlo todo en único objetivo: aumentar el valor de Anfalum para el asociado, con más servicios, más información estratégica y más capacidad de influencia.

**El sector de la iluminación sufre la presencia en el mercado de productos no avalados en términos de calidad, cumplimiento normativo, etc., ¿cómo se puede reforzar la vigilancia de mercado que ejerce Anfalum y qué medidas cree necesarias para propiciar un mayor control que ayude a evitar su presencia?**

La vigilancia de mercado es uno de los ejes estratégicos de Anfalum y debe reforzarse desde varios frentes. Primero, colaborando estrechamente con las administraciones, aportando conocimiento técnico y apoyando campañas de control más eficaces, especialmente en frontera y en canales de venta digitales.

En segundo lugar, es imprescindible una mejor coordinación a nivel europeo, a través de nuestra participación activa en LightingEurope, para evitar que los productos no conformes entren por un país y se distribuyan libremente por todo el mercado interior.

Y, por último, es clave implicar a toda la cadena, incluidos distribuidores y plataformas de venta, porque la vigilancia de mercado no es un freno, sino una garantía de seguridad, competencia leal y confianza.

**Junto al relevo en la presidencia, Anfalum ha cambiado también su dirección ejecutiva que supone el reemplazo para una figura esencial en la trayectoria histórica de la asociación como es**

**Alfredo Berges, ¿en qué medida puede suponer un cambio también en la gestión de Anfalum o se trata más bien de un relevo natural que servirá para dar continuidad a la labor que ya realiza?**

Alfredo Berges es una figura clave en el desarrollo de Anfalum y un referente del más alto nivel en el sector. Se trata fundamentalmente de un relevo na-



“ Queremos una Anfalum cercana a sus empresas, que escuche, priorice y actúe con eficacia



tural de quien ha sido su mano derecha en la asociación durante muchos años, pero también debe abrir la oportunidad para reforzar la ejecución de un plan estratégico y se traducirá en hechos (ritmo, foco, herramientas, prioridades). La llegada de Ricardo Pomatta permite mantener esa base sólida, aportando además una nueva visión muy alineada con los retos actuales del sector.

**A su llegada al cargo ha enfocado también como objetivo lograr “una gobernanza más sólida y orientada a generar valor para los asociados”, ¿en qué aspectos se sustenta ese fin y de qué manera cree que se puede ayudar a crear ese mayor valor para las empresas?**

Una gobernanza sólida se basa, en primer lugar, en transparencia, participación y claridad de objetivos.

Queremos una Anfalum cercana a sus empresas, que escuche, priorice y actúe con eficacia.

Generar valor significa ofrecer más servicios útiles, mejor información estratégica, acompañamiento normativo, formación especializada y capacidad real de influencia. En definitiva, que el asociado perciba que Anfalum es una herramienta que le ayuda a ser más competitivo en un entorno cada vez más complejo.

**También ha enfocado como “desafío” la creciente presión competitiva sobre los precios, se venden más productos, pero la facturación no crece porque decrece el valor medio de cada unidad, ¿qué labor puede ejercer Anfalum para tratar de acabar con este problema y en qué medida ese trabajo para luchar contra la**

“ Alfredo Berges es una figura clave en el desarrollo de Anfalum y un referente del más alto nivel en el sector. El suyo es un relevo natural, pero también debe abrir la oportunidad para reforzar la ejecución de un plan estratégico y se traducirá en hechos



# EXPERTOS EN MEDICIÓN, CONTROL Y EFICIENCIA ENERGÉTICA

- ✓ Soluciones **Smart Grid**
- ✓ **Equipos** realizados a medida
- ✓ **Aplicaciones industriales**
- ✓ **Monitorización remota** de instalaciones

**DIGITALIZAMOS  
LA ENERGÍA**

**+80**  
años de  
innovación

[www.saci.es](http://www.saci.es)



“ El futuro del sector será exigente, pero claramente positivo para aquellas empresas que apuesten por la calidad, la innovación y la producción responsable, y Anfalum estará ahí para acompañarla

### **Llegada de productos muy banalizados puede ayudar a ello?**

Sin duda, la presión sobre precios es consecuencia, en gran medida, de la banalización del producto, pero también por la entrada de soluciones que no cumplen los estándares exigidos. Anfalum puede actuar defendiendo reglas de mercado justas, reforzando la vigilancia y poniendo en valor la diferencia entre precio y valor.

Nuestro papel también es reposicionar la iluminación como una solución tecnológica, ligada a eficiencia energética, digitalización, bienestar y sostenibilidad. Cuanto más avancemos hacia soluciones completas y de alto valor añadido, menos expuestos estaremos a una competencia basada exclusivamente en el precio.

**Por último, también ha querido lanzar un mensaje de confianza, en medio de este escenario de profunda transformación, marcado por la transición energética y la digitalización, pero también**

**por factores como la incertidumbre geopolítica y la inestabilidad, ¿en qué cree que se sustenta esa confianza y qué futuro le aguarda a un sector de la iluminación que también se beneficia del proceso de electrificación de la sociedad?**

Mi mensaje de confianza se basa en fundamentos sólidos y una larga experiencia. La iluminación es un pilar clave de la eficiencia energética, de la electrificación de la sociedad y del bienestar y seguridad de las personas. El sector está plenamente alineado con las prioridades europeas en sostenibilidad y descarbonización.

A pesar de la incertidumbre geopolítica y económica, las oportunidades son enormes: renovación del parque instalado, edificios inteligentes, integración con la gestión energética y nuevas tecnologías. El futuro del sector será exigente, pero claramente positivo para aquellas empresas que apuesten por la calidad, la innovación y la producción responsable, y Anfalum estará ahí para acompañarlas. ■



# MAXGE

## Nueva gama de estaciones de recarga rápida de 60 a 240kW.

### Versatilidad y conectividad máxima

MAXGE es la respuesta al reto de la carga rápida de vehículos eléctricos. La nueva gama de cargadores inteligentes de 60kW hasta 240kW robustos, silenciosos, de diseño sencillo e interfaz intuitiva. Una gama que te ofrece:

- Amplio rango de tensión de carga de 200 a 1000Vcc.
- Compatibilidad con sistemas de pago TPV.
- Protocolo OCPP, RFID, Balanceo de cargas, etc.

La elección perfecta para montaje en exteriores, idóneo en *espacios públicos, hoteles, hospitales, campings, gestión de flotas, etc.*



+ INFO GREEN SOLUTIONS



**“Si somos capaces de combinar electricidad renovable con la electrificación de nuestras empresas, España puede convertirse en un polo industrial europeo. Si no, lo harán otros”**



JOSÉ MARÍA GONZÁLEZ MOYA, director general de APPA RENOVABLES

**APPA Renovables insiste desde hace tiempo en la necesidad de una reforma fiscal que reduzca la carga que soporta la electricidad y favorezca la instalación de autoconsumo, ¿qué eco reciben en sus contactos con el Gobierno y qué perspectivas tienen de que alguna de ellas llegue a buen término? Y respecto a incentivar la electrificación de la demanda, ¿cómo se debería actuar?**

Nuestra interlocución con el Gobierno es constante y constructiva. Percibimos que el diagnóstico está cada vez más compartido: si España quiere aprovechar su ventaja renovable, debe trasladar esa ventaja a los consumidores, a la industria y al conjunto de la economía. El PNIEC ya sitúa la electrificación como uno de los vectores centrales de descarbonización, con un objetivo del 35 % en 2030 y un incremento de la demanda eléctrica del 34 % en la década, además de 19 GW de autoconsumo y 22,5 GW de almacenamiento. Ahora bien, una cosa es compartir el diagnóstico y otra convertirlo en medidas efectivas, porque a la vista está, desde hace ya algunos años, que no se van a alcanzar las metas, especialmente en la parte de electrificación.

Defendemos una reforma fiscal que deje de penalizar la electricidad frente a los combustibles fósiles. No tiene sentido que la energía que más se está descarbonizando, que hoy ya es en un 75 % libre de emisiones, soporte cargas que dificultan electrificar calefacción, movilidad o procesos industriales. También pedimos incentivos fiscales estables para autoconsumo: deducciones en IRPF e Impuesto de Sociedades, armonización de bonificaciones locales y seguridad temporal. La electrificación también necesita impulsarse y debe incentivarse allí donde sustituye consumo fósil; y, donde no sea posible, deben entrar moléculas renovables como biogás, biometano, biocarburantes o, en un futuro, hidrógeno renovable.

**Otro capítulo pendiente es la regulación, ¿qué esperan del nuevo real decreto de autoconsumo?, ¿y con respecto al almacenamiento y cuestiones pendientes como el acceso flexible a la red? ¿cuáles creen que son las principales asignaturas pendientes en relación con una tecnología que debe despegar definitivamente para poder otorgar flexibilidad y seguridad al sistema eléctrico?**

Esperamos lo mismo que del resto de novedades regulatorias que están por publicar: que sea una norma útil, práctica y ambiciosa. El borrador busca simplificar la puesta en servicio, impulsar el autoconsumo colectivo y facilitar el almacenamiento distribuido, algunas medidas ya se han incluido en el RDL 7/2026, pero hay ámbitos en los que todavía existen barreras administrativas y operativas relevantes. Para APPA, el autoconsumo colectivo es clave: permite que ciudadanos, pymes, comunidades de vecinos, polígonos industriales y administraciones compartan energía limpia cercana. Pero necesita procedimientos sencillos, coeficientes dinámicos ágiles, tramitación homogénea y una relación más fluida con distribuidoras y comercializadoras.

En almacenamiento, el reto es mucho mayor. El PNIEC reconoce que, sin almacenamiento, flexibilidad de demanda y señales adecuadas de mercado, no se podrá integrar de forma eficiente el volumen renovable previsto. Algo que ya estamos viendo con el aumento de vertidos que estamos sufriendo. Este año estaremos cerca del 20 % de la energía renovable desperdiciada y eso no es únicamente una pérdida económica para las empresas del sector, es una muestra de la grave descompensación de la transición energética. Perder energía limpia y competitiva es una mala noticia para ciudadanos y empresas.

Para el desarrollo del almacenamiento, un desarrollo real y no sólo vinculado a la necesidad puntual de instalaciones fotovoltaicas que están viendo unos precios capturados muy bajos, necesitamos muchas cosas. Faltan mercados de capacidad, servicios de flexibilidad, retribución adecuada de la disponibilidad, agilidad en permisos, planificación de redes y tratamiento específico para baterías detrás del contador. El almacenamiento no es un complemento: es infraestructura esencial para el sistema renovable. Y

nuestra infraestructura hidráulica constituye unos cimientos magníficos sobre los que construir un almacenamiento de bombeo hidráulico de calidad.

**La incertidumbre geopolítica ha devuelto a la actualidad el debate sobre la autonomía energética, ¿sabremos aprovecharlo para avanzar en la electrificación y en la oportunidad para la industria que supone el precio de nuestra energía?, ¿a qué ritmo deberíamos avanzar?**

España tiene una oportunidad histórica. Cada crisis geopolítica nos recuerda que depender de combustibles fósiles importados supone asumir volatilidad, déficit comercial y vulnerabilidad estratégica. Las renovables son generación autóctona, limpia y competitiva. En 2024, último año con datos, evitaron la importación de 14.700 millones de euros en importaciones fósiles, o emisiones valoradas en 4.500 millones. Sólo los ahorros al sistema eléctrico fueron cerca de 7.000 millones de forma neta (ahorros menos costes). Pero saber que las renovables son buenas para nuestra economía nacional no hace que aprovechemos todo su potencial.

Aprovechar esta oportunidad exige avanzar más rápido en electrificación, redes, almacenamiento e industria asociada. No basta con instalar renovables; hay que atraer demanda eléctrica: industria electrolítica, centros de datos, hidrógeno renovable viable, movilidad eléctrica, bombas de calor y nuevos consumos flexibles. No puede ser que hace una década la electricidad fuera menos del 25 % de la energía final y que hoy ese porcentaje sea el mismo. No hemos avanzado en electrificación, cuando era uno de los pilares del PNIEC. Y es necesario que nos preguntemos por qué y cuáles son las medidas que debemos tomar. Si somos capaces de combinar electricidad renovable abundante, estable y compe-

“ El autoconsumo colectivo es clave, pero necesita procedimientos sencillos, coeficientes dinámicos ágiles, tramitación homogénea y una relación más fluida con distribuidoras y comercializadoras ”

“ Este año estaremos cerca del 20 % de la energía renovable desperdiciada y eso no es únicamente una pérdida económica para las empresas del sector, es una muestra de la grave descompensación de la transición energética



titiva con una electrificación de nuestras empresas, España puede convertirse en polo industrial europeo. Si no lo hacemos, otros países captarán esa inversión.

**En este escenario de incertidumbre, precios negativos, restricciones operativas por la Operación Reforzada y cuestionamiento de la rentabilidad en muchos proyectos renovables ¿qué previsión realizan sobre el futuro a corto y medio plazo?, ¿qué les transmiten sus asociados?**

Nos trasladan mucha preocupación, pero también compromiso con el país. Preocupación por los precios bajos o negativos, por las restricciones operativas, por la lentitud de algunos trámites, por la dificultad de cerrar financiación, y por la incertidumbre regulatoria. La rentabilidad de muchos proyectos se ha estrechado y eso puede ralentizar inversiones si no se adoptan medidas.

Es importante recordar que, con la crisis energética por la invasión de Ucrania, los precios se dispararon por el gas. En aquel momento se recortaron los ingresos a las empresas renovables con la puesta en marcha de la Excepción Ibérica. Sin embargo, con la crisis de Irán, con más producción solar, los precios cero y negativos están concentrados en las horas solares sin que se haya estudiado ninguna solución. No podemos creer en el mercado cuando conviene y, cuando se disparan los precios, intervenirlos.

El mensaje no es que sobren renovables, sino que faltan herramientas para integrarlas y necesitamos demanda. A corto plazo veremos más prudencia inversora y mayor selectividad. A medio plazo, el sector seguirá creciendo si se aceleran almacenamiento, demanda flexible, hibridación, repotenciación, PPAs,

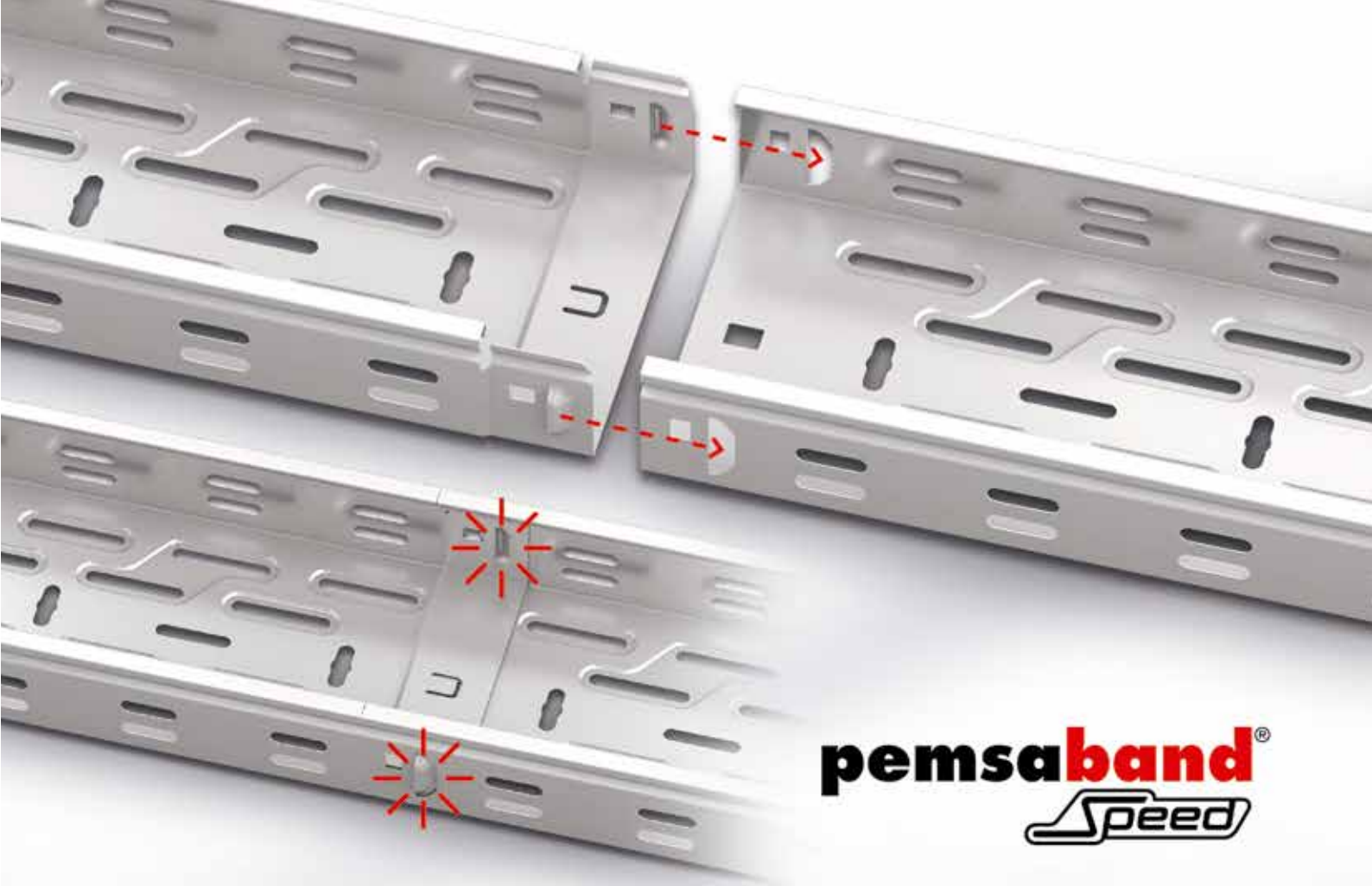
redes y electrificación. La transición energética no está en cuestión; pero si lo está si la haremos con planificación suficiente o a base de impulsos condicionados por los *cuellos de botella*.

**Precisamente ese escenario de precios también afecta de forma relevante a la generación renovable, ¿de qué manera resume APPA Renovables su postura en este aspecto?**

Nuestra posición es clara: no se combate el problema frenando renovables, sino acelerando la demanda limpia y la flexibilidad. Los precios bajos son una señal de que las renovables abaratan el sistema; el problema aparece cuando esa señal se concentra en demasiadas horas y no existen consumos, almacenamiento o interconexiones suficientes para aprovecharla.

El sistema se está beneficiando de los precios bajos de las renovables, pero también tenemos horas con precios muy altos fuera de las horas solares. Tenemos que ser capaces de integrar más renovables para que el beneficio sea más homogéneo y el precio capturado solar sea mayor.

Por eso defendemos cinco líneas, que no son revolucionarias porque todos los que vivimos el sector las compartimos: electrificación, almacenamiento, de-



**pemsaband**<sup>®</sup>  
*Speed*

## **Nueva gama de bandejas metálicas enchufables sin tornillos**

Conexión más rápida 



 **pemsa**

“ No puede ser que hace una década la electricidad fuera menos del 25 % de la energía final y que hoy ese porcentaje sea el mismo. No hemos avanzado en electrificación, cuando era uno de los pilares del PNIEC



manda flexible, refuerzo de las redes y el acceso, y, por último, diversificar tecnológicamente el mix renovable, volviendo a un equilibrio que hemos perdido.

**¿Hemos llegado al límite en los proyectos de generación en medio de un contexto en el que su volumen triplica el máximo de potencia que se consume, al almacenamiento le falta desarrollo y la rentabilidad ha mermado considerablemente?**

No creemos que España haya llegado al límite renovable, sino al de gestionar la transición sólo desde la oferta. Ahora el debate debe pasar de instalar potencia a integrar mejor: demanda, redes, almacenamiento, gestionabilidad, digitalización e industria.

Existe una cartera amplia de proyectos y no todos se construirán. Además, la demanda eléctrica no ha acompañado al ritmo previsto. Pero eso no significa que nos sobre ambición renovable, sino que debemos acompasar generación, consumo e infraestructuras, priorizando proyectos maduros, bien ubicados, con capacidad de evacuación, hibridación, almacenamiento o contratos de largo plazo.

Es urgente priorizar la electrificación de usos fósiles, la incorporación de los centros de datos y apostar por los procesos industriales intensivos en electricidad. Estamos perdiendo la oportunidad de atraer de

forma masiva esa industria tecnológica que nos ayudará a consumir energía barata, limpia y asequible, y a atraer conocimiento y desarrollo en relación a la digitalización, el Internet de las cosas o la IA.

**Durante la presentación del Informe Anual alertaron sobre la ejecución de las ayudas al autoconsumo el próximo 30 de junio, ¿ha habido algún avance?, ¿cree que las administraciones autonómicas están persuadidas sobre la importancia de acelerar los trámites?**

La fecha del 30 de junio de 2026 es crítica: para entonces deben estar resueltos, justificados y pagados los fondos a los beneficiarios finales. Ha habido notables avances en algunas comunidades autónomas, pero el ritmo sigue siendo desigual y persisten *cuellos de botella* administrativos.

El autoconsumo sigue siendo rentable para ciudadanos y empresas, y estratégico para el país, pero la incertidumbre en las ayudas, provocada por unas administraciones concretas, daña la confianza en todo el sector del autoconsumo. El cliente que esperaba una ayuda económica no va a culpar a la Administración, va a culpar al autoconsumo. Por eso pedimos máxima prioridad administrativa, transparencia en la ejecución y, a futuro, sustituir programas extraordinarios por una fiscalidad estable y sencilla. ■



## PROTECCIÓN, CONTROL Y MEDICIÓN DE ENERGÍA; TODO EN UNO

### Un nuevo concepto de protección eléctrica

La Serie NB2 de CHINT redefine la protección eléctrica tradicional integrando en un único interruptor compacto protección avanzada, medición de energía, comunicación y control remoto. Una solución inteligente diseñada para maximizar la seguridad, optimizar el mantenimiento y ofrecer un control total de la instalación desde cualquier lugar.



## VI Cumbre de Autoconsumo de Unef: El nuevo Real Decreto se espera para el verano

**Carlos Redondo, subdirector general de Energía Eléctrica del Ministerio para la Transición Ecológica y el Reto Demográfico, avanzó durante la 6ª Edición de la Cumbre de Autoconsumo de la Unión Española Fotovoltaica que el nuevo Real Decreto de Autoconsumo podría salir a la luz en verano. Previamente, Miguel Rodrigo, director general del Instituto para la Diversificación y Ahorro de la Energía, había citado al autoconsumo como “la forma más eficiente de producir electricidad”, mientras Rafael Benjumea, presidente de Unef, valoraba positivamente el RDL 7/2026, aunque demandó también que “necesitamos actualización regulatoria y ambición para acelerar su despliegue”.**

La jornada reunió en el Novotel Madrid Center a representantes institucionales, empresas y expertos del sector energético para analizar la evolución y las claves del autoconsumo en España, que atraviesa una fase de consolidación, tras alcanzar los 9,3 GW de potencia instalada a cierre de 2025, pero también de desaceleración con los 1,1 GW instalados en el último año y lejos aún del objetivo de 19 GW en 2030.

Carlos Redondo, fue optimista, “*puede haber un cambio de tendencia en el sector porque tenemos cuestiones coyunturales como el contexto de crisis energética a raíz del conflicto bélico y la presencia cada vez mayor de proyectos industriales de gran tamaño que, si eliminamos barreras identificadas que podían tener, pueden impulsarse aún más, porque salen realmente a cuenta*”, señaló. Y respecto al citado nuevo real decreto, añadió que “*vamos a*

*mejorar ciertas áreas que nos pedía el sector, como sistemas para incentivar el autoconsumo colectivo con esquemas aplicables y sencillos y claves para desarrollar el almacenamiento distribuido como nuevo modelo”.*





Unef reclama medidas como la simplificación administrativa, la ampliación de la compensación simplificada a instalaciones de hasta 500kW de capacidad de acceso y la exención de permisos de acceso y conexión para aquellas instalaciones que inyecten menos de 15kW a la red, aunque su potencia instalada sea mayor. También celebra la creación de la figura del gestor de autoconsumo, la ampliación de la distancia para compartir energía hasta 5 kilómetros y nuevas deducciones fiscales para instalaciones renovables y eficiencia energética.

Otro de los debates se centró en la calidad, seguridad y confianza en el sector, y en él participaron, además de Jorge Jimeno Bernal y Elena García González, jefes de área y servicio respectivamente en el Ministerio de Industria y Turismo, el secretario general de Fenie, Jesús Román. Elena García se refirió a que el nuevo borrador del Reglamento Electrotécnico de Baja Tensión introduce un nuevo apartado sobre instalaciones fotovoltaicas y Jesús Román, por su parte, subrayó la importancia del mantenimiento periódico como elemento esencial para garantizar la seguridad, la eficiencia y el correcto funcionamiento de las instalaciones en hogares, edificios y entornos industriales. ■

## Instaladores 2.0 modera el debate sobre almacenamiento



La Cumbre sirvió también para recordar demandas aún pendientes como la regulación de los excedentes compartidos, las mejoras en el autoconsumo colectivo y el desarrollo del almacenamiento distribuido. Flexibilidad, almacenamiento y digitalización fueron conceptos que circularon a lo largo de toda la jornada, especialmente en la mesa de diálogo sobre “Oportunidades para el Almacenamiento: flexibilidad y nuevos modelos”, moderada en este caso por Instaladores 2.0. La necesidad de avanzar hacia un sistema eléctrico más flexible, en el que la demanda sea capaz de adaptarse tanto a la congestión de la red como a la disponibilidad de recurso renovable es un factor clave que cuenta con herramientas como los permisos de acceso flexibles y el almacenamiento distribuido. Los primeros suponen un cambio de paradigma en el acceso y conexión a la red porque permiten aprovechar mejor la capacidad disponible, mientras el almacenamiento detrás del contador y distribuido gana protagonismo al permitir optimizar el uso de la energía autogenerada y gestionar de forma más eficiente la demanda.



JOSÉ DONOSO, director general de UNEF, UNIÓN ESPAÑOLA FOTOVOLTAICA

## “El nuevo RD de Autoconsumo debe incorporar los excedentes compartidos, mejoras en el autoconsumo colectivo y en el almacenamiento distribuido”

**Desde UNEF se han mostrado satisfechos con las medidas del RDL 7/2026, aunque subrayan las demandas pendientes, a la espera del nuevo Real Decreto de Autoconsumo, ¿cómo valora la situación regulatoria para el sector fotovoltaico y qué oportunidades se abren en el futuro?**

La situación es favorable y se han producido avances significativos, el RDL 7/2026 supone un paso adelante porque se han incluido demandas, pero necesitamos seguir avanzando. Por ejemplo, en cuestiones como el Quinto Hito, que actualmente está definido conforme a que es necesaria la intervención de las distribuidoras y creemos que no debe estar en manos de terceros, sino de la propia empresa. Tenemos seis meses de plazo en total para conectar la instalación y sólo la compañía distribuidora está

llegando a tardar cuatro meses en sus trámites, con lo que se hace muy difícil cumplir con los plazos y esto genera muchas dudas de cara a la financiación. Creemos que la conexión de las instalaciones no puede quedar a expensas de la rapidez en los trámites de terceros implicados.

**Entre esas demandas pendientes destaca la supresión del Impuesto a la Producción de Energía como una de las más significativas, un castigo doble además en el caso del almacenamiento, ¿por qué lo consideran un factor prioritario?**

Creemos que el Impuesto sobre el Valor de la Producción de la Energía Eléctrica (IVPEE) debe suprimirse, no tiene sentido en la situación actual. Se aprobó por unas circunstancias determinadas que

tenían que ver con el Déficit de Tarifa, que han desaparecido, de modo que no está justificado. La suspensión ahora en este trimestre es una medida útil, pero insuficiente. Necesitamos un marco fiscal estable y predecible para incentivar la inversión. Especialmente en las circunstancias actuales de bajos precios capturados por la energía solar, puede significar un poco de oxígeno para el sector. Además, el impuesto del 7 % castiga doblemente al almacenamiento y eso es más injusto aún.

**Han celebrado los avances en materia fiscal del RDL 7/2026, pero aún consideran pendientes muchas de sus reivindicaciones, ¿qué perspectivas de éxito auguran a sus demandas?**

Necesitamos un marco fiscal estable y que no genere sorpresas imprevistas, tampoco en las comunidades autónomas. Es clave el impulso al almacenamiento para poder seguir fomentando la flexibilidad del sistema, sin frenar la transición energética ni poner en riesgo la confianza de los inversores. También es necesario impulsar las comunidades energéticas, con el reconocimiento expreso de los ayuntamientos como promotores y partícipes de estos proyectos y el compromiso de dotarlas de un marco normativo reglamentario en un plazo breve. Nuestras demandas son razonables, por lo que esperamos que sean atendidas.

**Recientemente también han reclamado agilizar los procesos para la habilitación de instalaciones renovables de cara al control de tensión, ¿cómo valora la situación actual en este sentido?**

“ Hay que seguir avanzando en cuestiones como el Quinto Hito, que actualmente está definido conforme a que es necesaria la intervención de las distribuidoras y creemos que no debe estar en manos de terceros, sino de la propia empresa

En primer lugar, creemos que es fundamental, además de técnicamente viable por supuesto, que las instalaciones fotovoltaicas participen activamente en el control de tensión del sistema eléctrico para aumentar su robustez y fiabilidad.

Más allá de eso, el proceso está avanzando y tenemos ahora mismo alrededor de 5 GW en total de potencia fotovoltaica homologada para realizar ese control de tensión, pero el problema es que no hay un incentivo suficiente porque el precio tasado es mínimo para que a las instalaciones les compense. No estamos reivindicando el precio que ofertan los ciclos combinados, pero sí que la remuneración sea lo suficientemente atractiva en un primer momento como para que pueda incentivarse la participación de la tecnología fotovoltaica. Una vez que se consiga una masa crítica suficiente, ya será el mercado el



“ Es necesario impulsar las comunidades energéticas, con el reconocimiento expreso de los ayuntamientos como promotores y partícipes de estos proyectos y el compromiso de dotarlas de un marco normativo reglamentario en un plazo breve



que fije la retribución. Gracias a ello, una vez más, estaremos ofreciendo un servicio a los consumidores, reduciendo de manera considerable su factura.

**Y con respecto a ese esperado nuevo Real Decreto de Autoconsumo, ¿qué previsión hacen sobre las novedades y qué cree que sería más relevante que incluyese la nueva regulación?**

Valoramos mucho que el RDL 7/2026 haya incluido reivindicaciones largamente perseguidas como la creación de la figura del gestor de autoconsumo o la ampliación de la distancia para compartir energía hasta 5 kilómetros para instalaciones de hasta 5MW. También que se hayan contemplado deducciones fiscales en el IRPF por instalación de autoconsumo.

De cara al nuevo RD, creemos que deberá incorporar elementos clave como los excedentes compartidos, mejoras necesarias para el desarrollo del autoconsumo colectivo, así como también del almacenamiento distribuido. En concreto, permitir la combinación de autoconsumo sin excedentes con otros que sí los compartan a través de la red es una medida que ni siquiera exige un rango de ley. Como tampoco lo exige la tramitación y compensación simplificada a todas las instalaciones de autoconsumo con capaci-

dad de acceso de hasta 500 kW; o la modificación de la estructura de peajes. Son cuestiones pendientes sólo de la transposición de una directiva comunitaria.

Creemos que es un avance importante la inclusión de las entidades locales como participantes en las comunidades energéticas, si finalmente se incluye.

**Desde Fenie se han quejado respecto a la nueva regulación porque desplaza al usuario para que sea un cliente en lugar de un actor principal, ¿cree que existe riesgo de que los ciudadanos dejen de ser parte activa del sistema porque se dediquen a consumir la energía que otros generan?**

La regulación lo que hace es favorecer la extensión del autoconsumo, a la larga también se abre una nueva vía para extender el propio autoconsumo colectivo, de forma que hay una mayor alternativa para que los ciudadanos se conviertan en productores de la propia energía que consumen.

**Otra de las cuestiones pendientes tiene que ver con el autoconsumo colectivo y las comunidades energéticas, ¿por dónde creen desde UNEF que debe ir a aquí la regulación?, ¿qué problemas existen en la tramitación de ambos?**

# NUEVA ITC-BT-23

La protección contra  
sobretensiones **ya es obligatoria**

Accede a la **guía completa** y  
encuentra la **protección  
adecuada** según la nueva  
ITC-BT-23  
[www.toscano.es](http://www.toscano.es)



“ El problema respecto a la participación de las instalaciones renovables en el control de tensión es que no hay un incentivo suficiente porque el precio tasado es mínimo para que a las instalaciones les compense

El autoconsumo se encuentra con varias barreras. Por un lado, una barrera social, que tiene que ver con las dificultades para promoverlo en la propia sociedad. Por ejemplo, en el ámbito rural una evolución consistiría en promover el autoconsumo entre las cooperativas agrarias, pero no se consigue avanzar en esta línea. Otra barrera tiene que ver con los bajos precios de la energía, que desincentivan la inversión. Y otra, con la complejidad y lentitud de los trámites administrativos, que también supone otro desincentivo, además de las dificultades para obtener financiación.

Por eso es importante trabajar para favorecer el autoconsumo colectivo y las comunidades energéticas. Con respecto a estas últimas, necesitamos un marco normativo específico y completo que defina las bases y cree un entorno favorable para su desarrollo, aportando seguridad jurídica, estabilidad regulatoria y transparencia. Que permita que las comunidades energéticas puedan participar en igualdad de condiciones con todos los agentes habituales del sector eléctrico.

Los objetivos prioritarios tienen que ser asegurar la autonomía y el control efectivo de los socios, fomentar la posibilidad de participación de los ayuntamientos y asegurar el acceso a la financiación.

**Y en relación con el almacenamiento, sin el que ya el autoconsumo no se entiende, ¿cómo debe regularse su acceso a la red?, ¿qué reglas necesita para su desarrollo y en qué medida deben ayudar a que aporte flexibilidad a la red?**

Los proyectos fotovoltaicos con baterías y el almacenamiento independiente, deben acceder a red para conseguir demanda, por eso valoramos la propuesta de la CNMC sobre las conexiones de acceso flexi-



ble. Creemos que el RD 997/2025 ha generado un marco adecuado, pero ahora es preciso implementarlo y muchas veces el problema es que no existen recursos humanos suficientes en la propia Administración, ni en las subdelegaciones del Gobierno ni en las delegaciones autonómicas. Es importante que podamos adaptar la realidad en el día a día de la Administración a lo que promueven las propias normas.

Y luego necesitamos avanzar hacia un sistema eléctrico más flexible, en el que la demanda sea capaz de adaptarse tanto a la congestión de la red como a la disponibilidad de los recursos renovables. Los permisos de acceso flexibles suponen un cambio de paradigma para acceder a la red y permitirán que se pueda aprovechar mejor la capacidad disponible.

En el caso del autoconsumo, el almacenamiento ayuda a descongestionar las redes y a adaptar la demanda a los momentos de mayor producción renovable, ayudando a que ésta, que es más competitiva, se incremente y genere importantes beneficios para el conjunto del sistema eléctrico. Ya no entendemos un instalación fotovoltaica sin baterías. ■

Organizan:



[www.congresoconaif.es](http://www.congresoconaif.es)

36<sup>a</sup>  
EDICIÓN

1-2  
octubre  
2026

CONGRESO  
DE CONAIF

Salamanca

Palacio de Congresos



Patrocinadores Oro:





## ABB presenta su nuevo interruptor SACE Emax 3 en el Estadio Santiago Bernabeu

El Palco de Honor del Estadio Santiago Bernabéu, con más de doscientos invitados profesionales, acogió el pasado mes de abril el evento “La Jugada Maestra”, la puesta de largo del nuevo interruptor SACE Emax 3, de ABB, que introduce tecnología de vanguardia para minimizar el riesgo de cortes de energía.



Conducida por la periodista Cristina Ochoa, la jornada sirvió para ofrecer los principales detalles sobre una de las novedades más destacadas de la multinacional en este ejercicio de 2026. Roberto Chico, responsable de Producto de interruptores de baja tensión de ABB, destacó que *“la nueva generación de interruptores SACE Emax 3 esta equipada con los sensores de energía y análisis de datos más precisos del mercado y ha sido diseñada para grandes instalaciones con alta demanda de energía, como centros de datos, plantas de fabricación avanzadas e infraestructuras críticas como hospitales y aeropuertos”*, y añadió también



que “el nuevo modelo de interruptor automático está enfocado en abordar la creciente preocupación por la estabilidad de la red, la ciberseguridad y el aumento de necesidades energéticas de la Inteligencia Artificial (IA) en los centros de datos”.

Con SACE Emax 3, ABB hace llegar al mercado tecnología de vanguardia para minimizar el riesgo de cortes de energía y refuerza su compromiso con la innovación mediante el desarrollo de soluciones cada vez más avanzadas para entornos críticos, además de responder y anticiparse a las exigencias acompañando a operadores de centros de datos e infraestructuras críticas hacia sistemas energéticos más seguros y eficientes.

Durante la jornada, los asistentes pudieron disfrutar también de un coloquio con Tristán López-Chicheri,

director general y arquitecto sénior de L35, y Juan Francisco Paz Pascual, director de Arquitectura, Salud y Deportes de Sener. El primero de ellos ha sido el elegido para llevar a cabo la obra de remodelación del propio estadio Santiago Bernabeu que acogía la presentación, mientras el segundo es el artífice de la singular e innovadora solución ideada que permite ocultar el césped del estadio para preservarlo respecto de otros usos no futbolísticos que puedan llevarse a cabo en el recinto. Ambos abordaron los principales retos técnicos y arquitectónicos del proceso, así como las soluciones innovadoras aplicadas para transformar el estadio en un referente internacional en diseño, sostenibilidad y funcionalidad.

La parte final de la jornada estuvo protagonizada por la compañía teatral Yllana y su espectáculo



“Maestrissimo”, que conjuga el concierto de cámara, la comedia satírica y el retrato de época, y en el que narran las aventuras y desventuras de un cuarteto de cuerda en un periodo indeterminado entre los siglos XVII y XVIII.

A su término, todos los asistentes al acto pudieron departir en torno a un cóctel, que propició el networking e intercambio de impresiones entre ellos. ■



## El Campeonato del Mundo de Fórmula E llega por primera vez a España

Con la celebración el sábado 21 de marzo de una prueba en el Circuito del Jarama de Madrid, el Campeonato del Mundo de Fórmula E ha visitado España por vez primera y ABB lo celebró junto a medios de comunicación especializados.

La competición promueve la adopción de vehículos eléctricos y prácticas sostenibles y es el primer deporte global certificado con huella de carbono cero desde su inicio.

Para suministrar electricidad a la veintena de bólidos que protagonizan la competición, el cargador ABB Formula E Race Charger permite a las escuderías recargar dos autos simultáneamente con 80 kW de potencia, reduciendo emisiones y optimizando tiempos. ABB se unió

al campeonato en 2018 como resultado de “la convergencia de dos visiones compartidas para un futuro más ágil, limpio y sostenible”, y desde 2020 proporciona la tecnología de carga para los monoplazas GEN3 que compiten en este campeonato.



# **S** SEMANA INTERNACIONAL DE LA ELECTRIFICACIÓN Y LA DESCARBONIZACIÓN

**genera + matelec**

QUIERO EXPONER



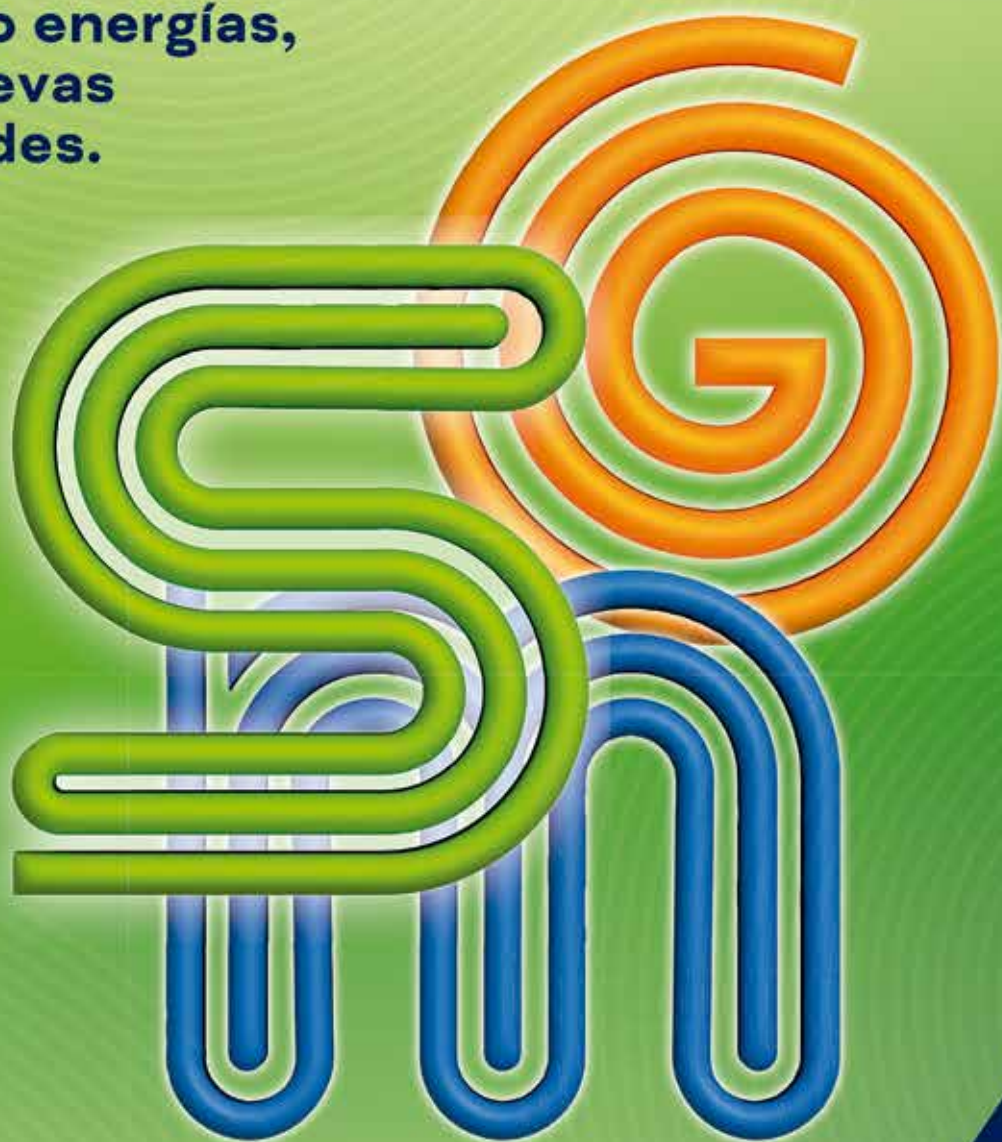
**Conectando energías,  
creando nuevas  
oportunidades.**

**+59k**  
Visitantes  
profesionales

**+800**  
Expositores

**+120**  
Jornadas

**+34k**  
m<sup>2</sup> de exposición



**24-26** 2026  
**Nov**  
ifema.es





## Normagrup lanza Graphia, su nueva línea de alumbrado exterior

**Normalit, división especializada en iluminación técnica y arquitectónica de Normagrup, presenta Graphia, una línea de alumbrado exterior concebida para integrarse de manera natural en la arquitectura contemporánea mediante un lenguaje formal coherente y una clara vocación de durabilidad, eficiencia y respeto por el entorno.**

Graphia se estructura en cinco familias: Monem, Grafo, Trama, Signe y Lexa, diseñadas para responder a distintas aplicaciones sin perder una identidad común. Cada una de ellas parte de una misma lógica compositiva, en la que las luminarias actúan como unidades modulares capaces de construir un paisaje lumínico continuo y legible. Este enfoque permite articular el espacio exterior con precisión, acompañando recorridos, marcando ritmos, definiendo límites y reforzando la percepción arquitectónica sin generar interferencias visuales innecesarias. La colección se concibe así, como un sistema que facilita la coherencia estética en proyectos de diferente escala.

Desde el punto de vista técnico, todas las luminarias han sido desarrolladas con materiales de alta resistencia y acabados de elevadas prestaciones, pensados para garantizar un comportamiento fiable en condiciones exigentes. La gama está preparada

para soportar la exposición prolongada a agentes climáticos adversos, incluidos entornos salinos, donde alcanza niveles de protección superiores a 1.400 horas gracias al tratamiento superficial NG-Protect. Este enfoque constructivo no sólo asegura una larga vida útil, sino que también contribuye a mantener la calidad estética de las piezas a lo largo del tiempo, reduciendo el desgaste visible y las necesidades de sustitución.

El enfoque medioambiental constituye uno de los pilares fundamentales de Graphia. La colección ha sido diseñada incorporando criterios de eficiencia energética y reparabilidad, favoreciendo soluciones que prolongan el ciclo de vida del producto y optimizan el consumo. Las distribuciones lumínicas han sido cuidadosamente estudiadas para adaptarse a cada aplicación, evitando emisiones innecesarias y maximizando el rendimiento. Parte de la gama, es-



pecialmente las balizas Trama y Signe y el aplique Lexa, responde a criterios “Dark Sky”, eliminando la emisión de luz hacia el hemisferio superior y reduciendo de forma significativa la contaminación lumínica. Este planteamiento permite preservar la calidad del cielo nocturno y minimizar la alteración de los ecosistemas.

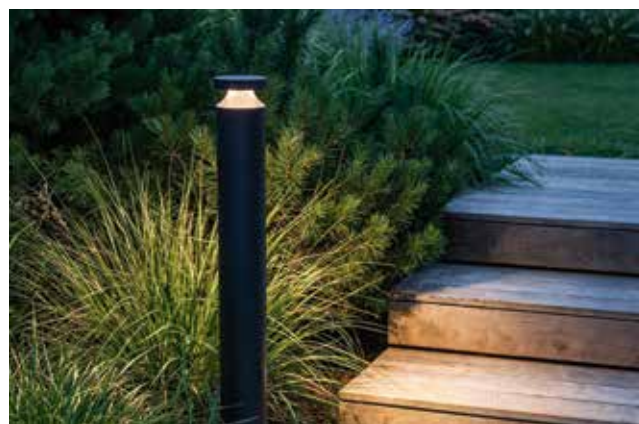
La elección de temperaturas de color cálidas, como 3000K y 2700K, refuerza este enfoque respetuoso. Estas tonalidades contribuyen a generar atmósferas más confortables y equilibradas, mejoran la integración con el paisaje y favorecen una percepción más natural de los materiales. Al mismo tiempo, ayudan a reducir el impacto de la iluminación sobre el entorno,

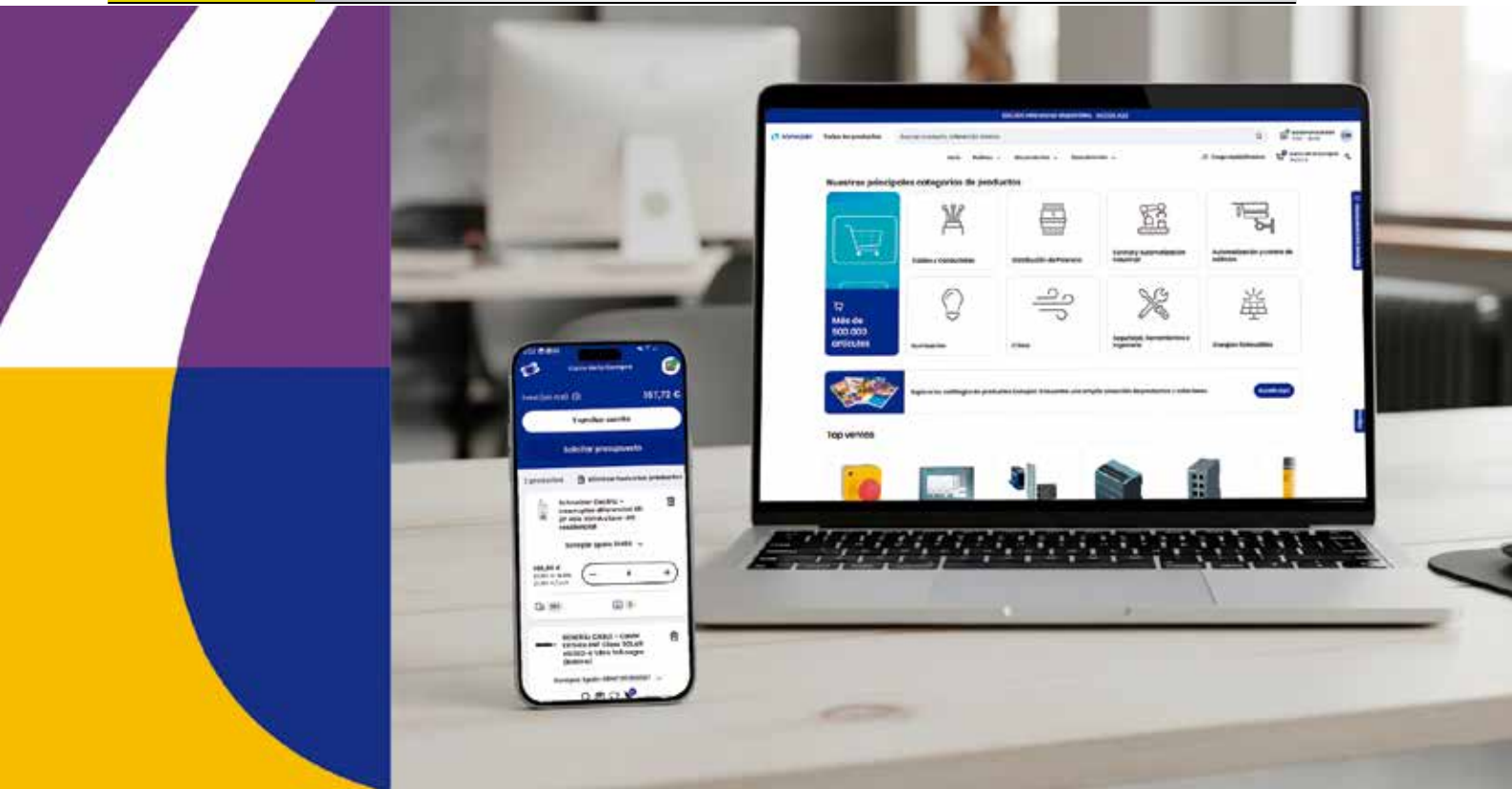


alineándose con criterios actuales de diseño responsable en espacios exteriores.

La nueva elección se plantea como una herramienta versátil para el diseño lumínico, en la que la luz actúa como un elemento estructurador del espacio. A través de una combinación de precisión técnica y coherencia en cuanto a diseño, la familia permite configurar entornos nocturnos legibles, jerarquizados y visualmente armónicos. Su planteamiento facilita la continuidad entre arquitectura y paisaje, generando soluciones que acompañan el uso del espacio sin imponerse sobre él.

En definitiva, Graphia ofrece una respuesta equilibrada a las necesidades actuales del diseño exterior, integrando eficiencia, durabilidad y control lumínico en un sistema capaz de adaptarse a distintos contextos arquitectónicos y paisajísticos, siempre desde una perspectiva de respeto ambiental y espacial.





## Sonepar acelera su transformación digital con más automatización logística, una nueva Plataforma Omnicanal y un evento diseñado para presentar los avances

La multinacional distribuidora cerró 2025 en España con un crecimiento de las ventas digitales del 35 % y una facturación total de 906 millones de euros.

**Sonepar estrena una nueva Plataforma Omnicanal combinada con la IA y “funcionalidades únicas”**

**En mayo ha presentado también su nueva unidad de negocio, Sonepar Industry Solutions**

Instaladores 2.0 ha tenido acceso en exclusiva a los nuevos planes de Sonepar España, la filial de la multinacional distribuidora que acaba de anunciar una cifra récord para las ventas registradas el pasado 2025, que concluyó con 906 millones de euros de facturación en nuestro país, y cuyo crecimiento se ha basado por una parte en el crecimiento orgánico y, por el otro, en adquisiciones selectivas como la llevada a cabo el pasado año con la incorporación de Grup Carol.

En una conversación con su presidenta, Bárbara García Florén, nos ha detallado los planes a corto

plazo de la compañía y los principales proyectos que aborda en el presente y futuro inmediato, dentro de este ejercicio de 2026, algunos de ellos inéditos aún para el mercado de material eléctrico.

El proceso de transformación digital en el que está inmersa y los detalles de su propuesta omnicanal son dos de los más importantes para Sonepar, que en 2025 vio como sus ventas digitales se incrementaban un 35 %. Para su presidenta el objetivo del desarrollo de esa propuesta basada en la omnicanalidad reside en “*nuestra misión de hacer más fácil la vida de nuestros clientes*”. Para ello, la compañía ha

fijado una serie de hitos que están vinculados a los apartados que tienen que ver con ella.

### “Acelerar la automatización logística”

En un primer plano relacionado con la cadena de suministro, el objetivo se centra en “*acelerar la automatización logística*”, señala García Florén, que añade que “*hemos finalizado la automatización de los Centros Logísticos de Sagunto, en Valencia, y Arteixo, en A Coruña, con la instalación de líneas automáticas de corte de cable en ambos, así como la instalación de sendos Autostores, que permiten el almacenamiento robotizado de un total de 60.000 cubetas capaces de almacenar diferentes referencias de forma conjunta*”. Sonepar dispone actualmente en Sagunto de 31.000 referencias y en Arteixo de 24.000 más. En unos meses sumará a estas superficies logísticas el Centro Logístico Nacional de Pinto, a las afueras de Madrid, que está totalmente automatizado y cuenta con 32.000 m<sup>2</sup> y la previsión de elevar ese número de referencias de producto hasta las 50.000.



### Nueva Plataforma Omnicanal Sonepar, con “funcionalidades únicas”

Otra de las vertientes de ese proceso de transformación omnicanal de Sonepar en España, donde cuenta con una red de 137 delegaciones y 5 centros logísticos, en total, además de 2.245 colaboradores, es su nueva Plataforma Omnicanal Sonepar, que Bárbara García Florén señala que “*acaba de finalizar su escalado y ofrece a los clientes las últimas soluciones digitales en su web shop, aplicación*”



“ En unos meses estará disponible el Centro Logístico Nacional de Pinto, que está totalmente automatizado y cuenta con 32.000 m<sup>2</sup> y la previsión de alcanzar las 50.000 referencias de producto

móvil o en las múltiples posibilidades de conexión System to System". La presidenta de Sonepar España añade que se trata de una plataforma que "incorpora numerosas funcionalidades únicas en el sector, como un buscador avanzado con IA, comparadores de producto, la posibilidad de gestionar cortes de cable, toda la información sobre la huella de carbono de los productos, multi-sede multi-cuenta y multi-carrito, y muchas otras funcionalidades que hacen de ella, con sus 600.000 referencias disponibles, el canal más avanzado del sector".

#### Power ON, evento exclusivo del 6 al 8 de octubre

Con el objetivo de materializar esta propuesta de valor omnicanal, Sonepar anuncia la organización de Power ON, entre los próximos 6 y 8 de octubre, "un gran evento diseñado para materializar esa propuesta de valor especializado", señala su presidenta, "y acercarla de forma tangible a clientes y partners",

“Con el objetivo de materializar esta propuesta de valor omnicanal, Sonepar anuncia la organización de Power ON”, entre los próximos 6 y 8 de octubre, “un gran evento diseñado para materializarla y acercarla de forma tangible a clientes y partners”

añade. También especifica que “más allá de un encuentro sectorial, Power ON nace con la ambición de convertirse en un espacio de referencia para la innovación, la colaboración y el desarrollo de negocio en el sector eléctrico e industrial”.

El objetivo es que durante esas tres jornadas, clientes, fabricantes y expertos del sector puedan experimentar de primera mano, tanto esa propuesta omnicanal de la compañía en acción, como las soluciones de alto valor para cada segmento (instaladores, industria, integra-

dores, construcción) con las que cuenta como la innovación aplicada al negocio, con especial foco en eficiencia operativa, digitalización, sostenibilidad y electrificación; y también su ecosistema de partners líderes, que presentarán también y conjuntamente con la empresa distribuidora sus soluciones completas. Power ON incluirá demostraciones prácticas, casos de uso y talleres especializados, para una aplicación práctica efectiva de los procesos.





### Nuevas unidades de negocio

Esos hitos fijados como objetivos incluyen también el apartado de la especialización. Y en este sentido, Bárbara García Florén destaca las *“nuevas unidades de negocio que tenemos, en mayo hemos presentado oficialmente Sonepar Industry Solutions, que abarca un equipo de comerciales y técnicos dedicados a ofrecer productos y soluciones industriales para el mercado de MRO, OEM e integradores industriales, que está dirigido por Gabriel Ledesma”*.

La máxima responsable de Sonepar en España destaca también *“la unidad de negocio Edificios, que está dirigida por Manuel López, y es nuestra fuerza de ventas especialista, tanto técnica como de mercado para acompañar con soluciones completas las instalaciones en edificios (distribución de potencia, iluminación, automatización de edificios, HVAC, y renovables)”* García Florén puntualiza que *“este equipo también se encarga de coordinar nuestra propuesta end-to-end para centros de datos —desde el diseño y suministro hasta la ejecución*

*y operación— aportando infraestructura eléctrica y digital escalable, eficiente y sostenible que cubre la sala blanca como la sala gris con una propuesta global especializada. “Igualmente hemos creado también la unidad de negocio de Cables, que está dirigida por Luis Collado García-Margallo”, añade.*

Sonepar ha llevado a cabo también la integración en su red de varias delegaciones de Covama, de tal forma que las englobadas como Covama Madrid están dirigidas desde ahora por Antonio Sesma. Además, su presidenta anuncia también que *“las oficinas centrales regresarán a Ramón y Cajal, en Leganés, a unas instalaciones totalmente renovadas y que han sido diseñadas con criterios de calidad, tecnología*

*y bienestar para nuestros colaboradores”*. En definitiva, Bárbara García Florén resume que *“con estos resultados y estos proyectos lo que queremos es reafirmar nuestra ambición de liderar la transformación del sector, a través de una combinación de factores como la capilaridad, la especialización, la digitalización y la excelencia logística, que sustentan los pilares de nuestro crecimiento sostenible”, concluye. ■*

“ En mayo hemos presentado oficialmente Sonepar Industry Solutions, que abarca un equipo de comerciales y técnicos dedicados a ofrecer productos y soluciones industriales para el mercado de MRO, OEM e integradores industriales





## 1.900 profesionales se congregan en Zaragoza, en el primer Aúna Partner Day de 2026

La edición de 2026 de los Aúna Partner Days se inició el pasado jueves 7, en la Feria de Zaragoza, con una asistencia masiva de alrededor de 1.900 profesionales y la participación de más de un centenar y medio de empresas expositoras, provenientes de los sectores en los que comercializan productos las empresas distribuidoras del grupo, los ámbitos eléctrico, de renovables, climatización, fontanería o ventilación. La afluencia de visitantes fue continua y desde Instaladores 2.0 lo pudimos comprobar de primera mano durante nuestro recorrido por el certamen.

Al éxito de asistencia de esta primera convocatoria, se suma el de participación de proveedores de Aúna Distribución, que contaron con espacio propio para informar sobre sus novedades y soluciones. Desde el propio grupo organizador señalan que “en esta edición, Aúna Distribución ha apostado por un mode-

lo más selectivo y experiencial, limitando deliberadamente el aforo respecto a convocatorias anteriores con el objetivo de priorizar la calidad del servicio, la atención personalizada y la comodidad de los asistentes”, y añaden también que “esta filosofía responde a la evolución natural del formato de los Aúna



Partner Days, cada vez más orientado a la cercanía regional, el enfoque práctico y la interacción real con fabricantes y soluciones del sector”. El objetivo es atraer a la cita al “instalador que mueve el sector, que toma decisiones, que apuesta por la calidad y que quiere estar un paso por delante”.

La convocatoria reúne a instaladores, fabricantes y proveedores líderes, junto a las empresas distribuidoras que forman parte del grupo, para fomentar la conversación y el encuentro personal y profesional en un entorno pensado para “hacer contactos, generar oportunidades reales, compartir experiencias con otros profesionales y ganar ventaja competitiva”.

Esta primera edición de 2026 ha vuelto a contar con muchos de los espacios habituales en anteriores ediciones: una Zona Demo orientada a demostraciones prácticas; espacios reservados a la restauración gastronómica, que se servía continuamente a lo largo de la jornada; diversos sorteos de premios para los asistentes; o también actividades lúdicas como el simulador de Fórmula 1 o el reto solidario “Pedalea con Aúna”.

La segunda edición tendrá lugar en la localidad toledana de Talavera de la Reina, el próximo 18 de junio, y la tercera, el 17 de septiembre en este caso en A Coruña. ■





**“Tenemos actividad, inversión y oportunidades, pero en muchas ocasiones no disponemos del número suficiente de profesionales preparados”**

RAMIRO ÁLVAREZ, presidente de AEIEZ, ASOCIACIÓN EMPRESARIAL DE INSTALACIONES ELÉCTRICAS DE ZARAGOZA

**Como muchas otras asociaciones de instaladores que nacieron con la democracia y la generalización del asociacionismo, AEIEZ cumple el año próximo medio siglo, ¿qué balance hace de ese recorrido y en qué medida cree que ha contribuido a dotar de una mayor profesionalización y conciencia gremial al colectivo de empresas instaladoras?**

La llegada de la democracia permitió la creación de asociaciones de todo tipo: gremiales, vecinales, culturales o deportivas. Ese nuevo marco favoreció la unión en torno a intereses comunes y, en nuestro caso, resultó fundamental para el desarrollo del sector de las instalaciones eléctricas.

Dada la regulación que afecta a nuestra actividad, AEIEZ ha desempeñado un papel muy importante como estructura de apoyo para las empresas, tanto en la aparición de emprendedores con una visión

más empresarial como en la profesionalización técnica del sector. Con el paso del tiempo ese proceso ha mejorado y se ha consolidado.

Es cierto que la irrupción de internet ha provocado en algunos casos cierto desánimo hacia el asociacionismo, las nuevas generaciones no perciben tan claramente la utilidad de una asociación. Sin embargo creo que han sido decisivas para construir el ecosistema empresarial de nuestro sector, y ese ecosistema sigue ahí como prueba de su valor.

**¿Cómo describiría la realidad actual de la instalación eléctrica en la provincia de Zaragoza?, ¿cómo se comporta el mercado y cuáles son los mayores problemas a los que se enfrentan?**

En este momento, en Zaragoza y en Aragón en general, el sector atraviesa una etapa de gran activi-

dad. Y lo extiendo a toda la región porque, a través de FARIE, también represento institucionalmente a Huesca y Teruel. Tenemos un nivel alto de calidad en las instalaciones y un volumen de trabajo muy importante. Buena parte de esta situación se debe a que Aragón está viviendo un momento extraordinario en materia de inversión. Proyectos vinculados a centros de datos, logística, automoción o grandes fábricas de baterías están generando oportunidades que hace años eran impensables.

Ahora bien, los principales problemas siguen estando muy claros: la búsqueda y retención de talento, la escasez de profesionales cualificados y la necesidad de asegurar el relevo generacional. Muchas empresas no pueden afrontar determinados proyectos por falta de mano de obra, tanto operativa como técnica. Y también necesitamos perfiles capaces de ayudar a modernizar y hacer crecer las empresas.

**Buena parte de las dificultades pasan por esa escasez de profesionales y la dificultad para atraer talento, ¿cómo lo sufren y qué iniciativas promueven para tratar de paliarlo?**

Es un problema muy real y presente en Zaragoza y en el conjunto de Aragón. Tenemos actividad, inversión y oportunidades, pero en muchas ocasiones no disponemos del número suficiente de profesionales preparados para dar respuesta a la demanda existente. Eso limita la capacidad de crecimiento de nuestras empresas e impide asumir proyectos que serían viables con más mano de obra cualificada.

Desde AEIEZ tratamos de actuar en varios frentes. Por un lado, impulsamos colaboraciones con empresas y centros de formación para orientar a los

jóvenes hacia nuestro sector y acercarles una visión realista y atractiva de la profesión. Por otro, participamos de forma presencial en acciones con centros educativos y de formación para explicar qué es hoy la actividad instaladora, qué salidas ofrece y por qué puede ser un excelente proyecto de vida.

Creemos que hay que trasladar a las nuevas generaciones que el sector eléctrico ofrece futuro, estabilidad, posibilidades de especialización y también oportunidades de emprendimiento. No se trata sólo de cubrir vacantes, sino de despertar vocaciones y de hacer visible que estamos ante una actividad con recorrido profesional y empresarial.

**La falta de relevo generacional es también una dificultad añadida a ese problema, ¿de qué manera ayudan ahí a sus empresas?**

Es uno de los grandes desafíos. No basta con incorporar trabajadores; hace falta también garantizar la continuidad de las empresas y lograr que las nuevas generaciones quieran permanecer en la actividad, asumir responsabilidades y dar el paso hacia la gestión o incluso hacia la sucesión empresarial.

Trabajamos para fomentar ese enfoque y ayudamos a nuestras empresas a pensar a medio y largo plazo. Insistimos mucho en la necesidad de profesionalizar la gestión empresarial y en la importancia de planificar. Hay que hacer una reflexión seria: qué se quiere que sea la empresa dentro de diez, quince o veinte años. Sin esa visión es muy difícil consolidar proyectos empresariales duraderos.

También promovemos el emprendimiento y tratamos de reforzar la idea de continuidad, para que los su-

“ Es cierto que la irrupción de internet ha provocado en algunos casos cierto desánimo hacia el asociacionismo, sin embargo, desde mi punto de vista, las asociaciones han sido decisivas para construir el ecosistema empresarial de nuestro sector



cesores vean la empresa como una oportunidad de futuro. Las principales trabas tienen que ver con el cambio cultural, con la dificultad de encontrar personas preparadas y comprometidas, y con que muchas veces el día a día de las empresas deja poco margen para planificar con la profundidad necesaria.

**Recientemente han firmado un acuerdo con Lacor Formación que quiere servir de ayuda a esta carencia, ¿cómo cree que se debe conectar el talento con la empresa para promover empleo de calidad y profesionales debidamente preparados para acceder al mercado?**

Nuestro acuerdo con Lacor Formación va directamente en esa línea. Buscamos acercar la formación a la realidad de las empresas y conseguir que el talento llegue al sector con una preparación útil, práctica y orientada a las necesidades reales del mercado.

La conexión entre talento y empresa debe hacerse desde la formación, pero también desde el conocimiento mutuo. Es importante que los jóvenes entiendan qué pueden aportar a este sector y que las empresas tengan acceso a profesionales que lleguen con una base adecuada y con voluntad de desarrollarse.

Para nosotros, disponer de mano de obra profesional no es sólo una necesidad operativa; es una condición imprescindible para que las empresas puedan crecer, consolidarse y seguir siendo relevantes. Si

una empresa no crece, al final acaba perdiendo peso e incluso puede desaparecer.

**Vivimos una transformación acelerada, con nuevos negocios en expansión, multitud de reglamentaciones y un papel cada vez más relevante de la electrificación en la sociedad, ¿cómo cree que se debe actuar para prestigiar una profesión cada día más imprescindible, pero invisible muchas veces?, ¿qué futuro profesional cree que le aguarda al colectivo de empresas instaladoras?**

La transformación exige innovación, adaptación y una visión amplia de la instalación eléctrica. Estamos ante una actividad supertecnológica, con un futuro enorme. Sin energía eléctrica no hay actividad posible, y eso se hace evidente cada vez que se produce una incidencia grave: basta recordar el apagón de abril del año pasado.

Además, el oficio ha ampliado muchísimo su campo de actuación. Hablamos de vehículo eléctrico, energía solar, autoconsumo, eficiencia y gestión energética, tanto en industrias como en hogares. El ámbito de trabajo es cada vez más amplio y estratégico. Por eso hay que convencer a las nuevas generaciones de que un buen profesional de la electricidad tiene el futuro prácticamente garantizado.

**En este sentido, desde AEIEZ trabajan para que las empresas instaladoras colaboren entre sí y puedan acceder a proyectos de mayor envergadura, ¿cómo lo hacen y qué respuesta reciben de las empresas?**

“ En Aragón, proyectos vinculados a centros de datos, logística, automoción o grandes fábricas de baterías están generando oportunidades que hace años eran impensables



“ La colaboración entre todos los agentes del sector es esencial, formamos parte de la misma cadena de valor y, si actuamos de manera unida, tenemos mucha más capacidad para trasladar nuestras necesidades a la Administración



Desde la asociación intentamos favorecer esa colaboración entre empresas porque entendemos que puede ser una herramienta muy útil para afrontar picos de trabajo o proyectos de mayor dimensión. Hay iniciativas en marcha para propiciar ese acercamiento y generar confianza entre asociados.

Una de las ideas que queremos poner en práctica en breve es algo tan sencillo como útil: organizar encuentros en nuestros locales, en un ambiente distendido, para que las empresas puedan conocerse mejor, hablar de sus necesidades y buscar posibles vías de colaboración. A veces basta con crear el espacio adecuado para que surjan soluciones prácticas.

El objetivo es que si una empresa tiene una punta de trabajo o necesita apoyo para sacar adelante un proyecto, pueda encontrarlo en el propio colectivo. Eso reforzaría la capacidad del sector en nuestra provincia y ayudaría a que más proyectos fueran viables.

**Por último, ¿cómo valora la situación del sector a nivel nacional, la colaboración con fabricantes, distribuidores...?, ¿cree relevante la unión de todos los estamentos para influir ante la Administración, la sociedad...?, ¿cómo cree que debe ganar prestigio y visibilidad nuestro sector?**

A nivel nacional, el sector eléctrico vive también un momento decisivo. La electrificación de la econo-

mía, la transición energética, la digitalización y las nuevas exigencias normativas están situando a las empresas instaladoras en una posición cada vez más estratégica. Para responder bien a ese reto no basta con el esfuerzo individual de cada empresa: hace falta coordinación, visión común y capacidad de interlocución.

Por eso esa colaboración entre asociaciones, fabricantes, distribuidores y resto de agentes del sector es esencial. Todos formamos parte de la misma cadena de valor y, si actuamos de manera unida, tenemos mucha más capacidad para trasladar nuestras necesidades a la Administración, defender los intereses del sector y hacer visible ante la sociedad la importancia real de nuestro trabajo.

El prestigio y la visibilidad del sector deben ganarse, en primer lugar, manteniendo altos niveles de profesionalidad, calidad e innovación. Pero además hay que comunicar mejor lo que hacemos. Muchas veces nuestro trabajo sólo se percibe cuando falla algo, y sin embargo estamos detrás de cuestiones tan importantes como la seguridad, el confort, la eficiencia energética, la movilidad eléctrica o el desarrollo industrial. El sector debe mostrarse más, explicar mejor su aportación y hacer entender que no hablamos de una actividad auxiliar, sino de una profesión esencial para el presente y para el futuro del país. ■



## Protección diferencial compacta para optimizar cuadros eléctricos

**La creciente electrificación de edificios y viviendas está aumentando la necesidad de integrar un mayor número de circuitos protegidos en cuadros eléctricos cada vez más compactos. Aplicaciones como la recarga de vehículos eléctricos, las bombas de calor o los sistemas de comunicación inteligentes están impulsando nuevos requisitos en materia de protección eléctrica, continuidad operativa y optimización del espacio disponible en las instalaciones.**

En este contexto, Schneider Electric ha presentado los nuevos interruptores automáticos con protección diferencial Acti9 iCVM40 y Resi9 RCBO, dispositivos que integran protección diferencial (ID) y magnetotérmica (MCB) en una única solución compacta de 18 mm de ancho. Esta configuración permite reducir a la mitad el espacio ocupado frente a configuraciones tradicionales equivalentes de 36 mm, manteniendo el mismo nivel de protección eléctrica.

La reducción del espacio requerido en el interior del cuadro facilita la incorporación de más circuitos protegidos o la integración de nuevas funcionalidades sin necesidad de aumentar las dimensiones de la envolvente ni realizar modificaciones estructurales. Este aspecto adquiere especial relevancia en proyectos de modernización y renovación de instalaciones, donde el espacio disponible suele representar una limitación técnica importante.

En instalaciones convencionales basadas en configuraciones tradicionales ID de grupo + magnetotérmicos, un disparo por corriente de fuga puede desconectar simultáneamente varios circuitos, afectando a zonas no implicadas en la incidencia. Los nuevos

interruptores automáticos diferenciales compactos (RCBO) permiten disponer de protección específica por circuito, aislando únicamente la línea afectada y reduciendo el impacto sobre el resto de la instalación.

Este enfoque resulta especialmente relevante en entornos con múltiples zonas o cargas críticas, donde la continuidad operativa adquiere una importancia creciente. La posibilidad de sustituir configuraciones tradicionales por dispositivos compactos sin ampliar el tamaño del cuadro simplifica además las operaciones de actualización y adaptación de instalaciones existentes.





La optimización del espacio disponible también ofrece mayor flexibilidad en el diseño de cuadros eléctricos. Al reducir el ancho ocupado por cada dispositivo, los fabricantes de cuadros y los instaladores pueden incorporar nuevas líneas protegidas o reservar capacidad para futuras ampliaciones, facilitando la adaptación de las instalaciones a nuevos usos eléctricos sin modificar la arquitectura general del cuadro.

El nuevo Acti9 iCVM40 se integra en el sistema Acti9 iC40, mientras que Resi9 RCBO forma parte del sistema Resi9 orientado a aplicaciones residenciales. Ambos dispositivos están diseñados para facilitar la construcción y modernización de cuadros eléctricos mediante soluciones compactas adaptadas a configuraciones con mayor densidad de circuitos y limitaciones de espacio.



Los dispositivos también son compatibles con herramientas digitales de configuración y diseño de Schneider Electric, entre ellas EcoSet Config, eDesign Terciario y Caneco. Esta integración permite facilitar las tareas de diseño, configuración e implementación de cuadros eléctricos tanto en aplicaciones residenciales como terciarias.

La incorporación de nuevas cargas eléctricas en viviendas y edificios está incrementando la necesidad de optimizar el espacio disponible en cuadros eléctricos. En este contexto, las soluciones compactas de protección diferencial y magnetotérmica facilitan la ampliación y modernización de instalaciones sin necesidad de redimensionar envolventes ni modificar la arquitectura existente.

Los nuevos Acti9 iCVM40 y Resi9 RCBO están disponibles en la última edición de la versión España del Catálogo Digital 2026 de Schneider Electric.



# Más allá de la *titulitis*: la inteligencia que impulsa realmente el rendimiento en las empresas



**Antoni Ruiz** | Divulgador – Consultor FP

*En el ámbito empresarial, especialmente en sectores técnicos, seguimos arrastrando una inercia peligrosa: medir el valor de las personas casi exclusivamente por sus títulos académicos, lo que, lejos de impulsar el rendimiento, puede limitarlo. Durante años, la “titulitis” ha condicionado decisiones de contratación, promoción y gestión de equipos. Se ha asumido que más formación académica equivale automáticamente a mayor capacidad profesional. Sin embargo, la realidad nos demuestra que esta visión es, cuanto menos, incompleta.*

*Hoy sabemos que el rendimiento no depende sólo del conocimiento teórico o del talento intelectual. Existen otras formas de inteligencia que resultan decisivas en el día a día de cualquier organización.*

## **El error de medir sólo lo visible**

*Es fácil valorar lo que se puede certificar: títulos, másteres... Pero lo verdaderamente importante en muchos casos no aparece en un currículum. ¿Cuántas veces hemos visto profesionales brillantes, pero incapaces de adaptarse a un equipo? ¿Cuántas veces una persona sin grandes credenciales ha demostrado una capacidad extraordinaria para resolver problemas, liderar o generar confianza?*

*El rendimiento real se construye en el terreno de la acción, en la gestión de la incertidumbre, en la capacidad de aprender y desaprender constantemente.*

## **Un sector en constante transformación**

*Vivimos una etapa marcada por la electrificación, la descarbonización y la innovación tecnológica continua. Las nuevas normativas y el avance constante impulsado por la I+D de los fabricantes, obligan a los profesionales a evolucionar de forma permanen-*

*te. En este contexto, ya no basta con saber. Es imprescindible adaptarse, reinventarse y mantenerse en aprendizaje continuo. Y aquí es donde entran en juego otras formas de inteligencia.*

## **La inteligencia intrapersonal: el punto de partida**

*Es la capacidad de conocerse a uno mismo, de entender qué sentimos y por qué. Un profesional que identifica su estrés, su frustración o su inseguridad tiene la posibilidad de gestionarlos. Puede tomar decisiones más conscientes, mantener la calma en momentos críticos y cuidar su propio bienestar.*

*En entornos técnicos exigentes, donde la presión, los plazos y la responsabilidad son constantes, esta capacidad marca una diferencia enorme. Porque sólo quien se entiende a sí mismo puede sostener un rendimiento estable en el tiempo.*

## **La inteligencia interpersonal: la base de los equipos que funcionan**

*Es el puente hacia los demás. Es la capacidad de comprender cómo se sienten las personas con las que trabajamos, de generar confianza, de comunicar con empatía y de construir relaciones sólidas.*

*En el sector de las instalaciones eléctricas, donde el trabajo en equipo es esencial —desde el diseño hasta la ejecución— esta habilidad resulta crítica. Sin confianza no hay coordinación. Sin empatía no hay liderazgo. Sin conexión humana no hay proyecto que llegue realmente a buen puerto.*

## **El verdadero valor en las empresas**

*Las empresas que realmente marcan la diferencia no son las que acumulan talento académico, sino las*

que saben integrar: conocimiento técnico, habilidades prácticas, capacidad de adaptación e inteligencia emocional. Hoy, las personas más valiosas no son necesariamente las que más saben, sino las que mejor evolucionan. Aquellas que combinan competencia técnica con autoconocimiento y capacidad de conectar con los demás.

Quizá ha llegado el momento de replantearnos cómo medimos el talento en nuestras organizaciones. Seguir apostando únicamente por la titulitis no sólo es

un error, sino un freno para el desarrollo de equipos sólidos y sostenibles.

El futuro del sector eléctrico —y del conjunto del tejido empresarial— dependerá en gran medida de nuestra capacidad para entender que el rendimiento no nace sólo de la mente, sino también de la actitud, la adaptación y la conexión humana. Porque, al final, no se trata sólo de ser más “listos”. Se trata de ser más conscientes, más humanos... y, en consecuencia, mucho más eficaces. ■

## REPORTAJE

Nueva gama de cargadores Dinuy



# Dinuy revoluciona la recarga eléctrica con una gama de cargadores integrada con KNX

Dinuy ha entrado de lleno en el sector de la movilidad eléctrica y más específicamente de la infraestructura de recarga con una nueva gama de cargadores pionera por su condición de modelos integrados con KNX. El acto de presentación tuvo lugar en el Salón U Zalacain, en Madrid, y el director general de la compañía, Antxón López, detalló los criterios que han guiado a la firma, factores claves como el control, la eficiencia y la automatización.

Antxón puso el énfasis en los cuatro ejes sobre los que se vertebra la introducción de la compañía en este nuevo mercado: un marco normativo distinto, el crecimiento de la movilidad eléctrica, su obligatoria integración en los edificios y una distribución cada vez más concentrada y concienciada respecto a las nuevas alternativas de negocio que demanda nuevos modelos de negocio y de relación. También añadió que “el nuevo modelo de cargador es una

extensión del ADN que caracteriza todos los procesos de fabricación de Dinuy”.

Para llevar a cabo el proyecto surge Dinuy by Versa Design, fruto de la alianza con esta firma como partner de confianza. La empresa aliada aporta factores como el dominio tecnológico del sector, la capacidad productiva en infraestructura de recarga, la exigencia por la calidad y la experiencia en puntos



de recarga, mientras por parte de Dinuy sobresalen el dominio del entorno KNX, su amplia red comercial, la presencia en el canal de la distribución y el compromiso de ampliar el catálogo de soluciones.

El resultado es un modelo de cargador que nace con *“muchos atributos y su valor diferencial de producto, por todo el valor de conectividad que aporta y porque es un producto fácil de instalar, de elegir y de mantener como stock”*, señaló Antxón, y se dirigió también al núcleo de clientes de la distribución presentes en el acto, *“único canal por el que se comercializará nuestro nuevo cargador”*, porque *“sólo los distribuidores podéis hacer realidad que iniciativas como ésta puedan llegar a tener éxito, nada de esto tiene sentido sin vuestro apoyo”*, subrayó.

### Debate sobre movilidad eléctrica

La presentación incluyó un debate con expertos en movilidad eléctrica, en el que participaron, entre otros, Eduard Sarto, presidente de Adime, o Miguel Ángel Jiménez, responsable de comunicación de Aedive. El primero incidió en que *“la distribución profesional hace tiempo que está preparada para implementar el mercado de la movilidad eléctrica, de hecho ya lo estamos haciendo”*, mientras el segundo dijo que *“las cifras de la infraestructura de recarga se han más que quintuplicado durante los últimos cinco años”*, y apostó por *“un marco regulatorio y de incentivos estable, que se base en una mejor fiscalidad, muy necesaria para el sector”*.

El nuevo modelo de cargador de Dinuy nace con la novedad de estar integrado en el entorno KNX.



Inteligencia y eficiencia energética, con un control dinámico de potencia y programación horaria que optimizan la potencia contratada; conexión eléctrica rápida y segura, a través de un sistema de bornas tipo cepo, sin tornillos; gestión y supervisión vía app, cloud y KNX, para la supervisión y el control remoto del sistema que facilitan su explotación; conectividad y compatibilidad total; productos certificados; pantalla a color; robustez y fiabilidad, para interior y exterior y con chasis de acero. Dinuy ofrece una gama completa y versátil de cargadores monofásicos o trifásicos, con 1 ó 2 salidas. ■



# Sistemas Laminados Kerakoll



## Soluciones seguras de impermeabilización para piscinas



Completa una impermeabilización perfecta eligiendo el sistema de Laminados Kerakoll idóneo para cada proyecto.

Los distintos sistemas de Laminados Kerakoll garantizan estanqueidad, fiabilidad y estabilidad duradera en cualquier tipología de piscina.

**kerakoll**

EXZHELLENT® CLASS 750 V (AS) H07Z1-K TYPE 2 (AS) C<sub>0</sub>-sib,d,t,ai



Descúbrelo

# Exzhellent® Class 750 V (AS)

El cable que te acompaña con eficiencia,  
sostenibilidad y seguridad

## Más sostenible

Conductor con cobre reciclado  
Energía eléctrica 100 % renovable  
-24 % reducción emisiones CO<sub>2</sub>

## Más eficiente

29 % más deslizabilidad  
Extra flexible  
Fácil pelabilidad



## Mayor protección y seguridad

Embalaje 58 % más resistente  
Esquinas reforzadas y guardapuntas  
Cartón 100 % reciclado, certificado FSC

Exzhellent®, tu aliado de confianza  
en cada instalación.

general  
cable