

LA BRECHA DE BATERÍA

El móvil sostiene la visita.
¿Quién sostiene su batería?



FOTOS MASBATTERY • LOGO DEL POWER BANK AÑADIDO CON IA

La brecha de batería es la distancia entre todo lo que un recinto espera que haga el móvil del visitante y la carga disponible para hacerlo. La entrada, el mapa, los mensajes, las fotos y los pagos pueden depender del mismo dispositivo. Este informe revisa los datos públicos y propone cómo medir esa dependencia en cada recinto, sin convertir una encuesta de consumidores en una previsión de alquileres.

MASBATTERY • 00 / 10

RESUMEN

96,8 M

Turistas internacionales en España en 2025

INE FRONTUR, 3 de febrero de 2026. Datos provisionales.



Foto MasBattery: contexto de ocio. No representa las muestras de los estudios.

Los recintos han incorporado el móvil a la visita. Controlan mucho menos la batería que lo sostiene. Las encuestas muestran que la preocupación puede empezar bastante antes de que el dispositivo se apague, mientras que los datos de turismo y eventos ayudan a entender la escala de la actividad. Ninguna de esas cifras dice cuántas estaciones de carga necesita un recinto concreto. Para decidirlo hacen falta datos propios sobre visitantes, grupos, duración de la visita, problemas reales y disposición a utilizar un servicio. El paso razonable es medir la brecha, mantener alternativas y comprobar si una solución compensa el trabajo y el coste que añade.

Cuatro cifras sitúan el contexto del negocio:

Indicador	Dato público	Lo que no demuestra
Llegadas de turistas internacionales a España	96,8 millones en 2025, un 3,2 % más	La asistencia a un recinto concreto
Gasto de turistas internacionales	134.712 millones de euros en 2025, un 6,8 % más	El dinero que puede captar un servicio de carga
Recaudación por entradas de música en directo	Más de 800 millones de euros en 2025	Un aumento del número de asistentes

Indicador	Dato público	Lo que no demuestra
Rentabilidad como prioridad hotelera	84 % de los participantes de una encuesta a directivos en 2025	El retorno de instalar estaciones

Fuentes: [INE FRONTUR](#), [INE EGATUR](#), [Anuario APM 2026](#) y [encuesta hotelera de Deloitte](#). Las notas del INE presentan los datos turísticos como provisionales.

MasBattery ofrece un servicio de esta categoría. Por eso conviene explicar dónde termina la evidencia. Este informe no contiene alquileres, uso, ingresos, tarifas ni resultados de clientes de MasBattery. Las vías de impacto comercial que se describen son hipótesis que cada recinto debe comprobar, no pérdidas medidas que se puedan atribuir a todo el sector.

MASBATTERY · 01 / 10

1. EL RECINTO HA LLEVADO LA VISITA AL MÓVIL

52 %

Aumento del valor medio de transacción comunicado en Chester Zoo

Foto MasBattery. Logo del power bank añadido con IA; pantalla del móvil conservada.



- ENTRADA
- MAPA
- PAGO
- FOTOS

Foto MasBattery. Logo del power bank añadido con IA; pantalla del móvil conservada.

La dependencia rara vez aparece en una única propuesta de inversión. La entrada pasa a ser digital. El mapa se convierte en una app. Los pedidos se hacen desde una pantalla. Los visitantes coordinan a su

grupo por mensajes y hacen fotos con la cámara del mismo dispositivo. Cada cambio puede tener sentido por separado. Juntos crean una dependencia compartida que afecta a varios departamentos.

El sistema de accesos puede funcionar mientras un visitante no consigue recuperar su entrada. Un restaurante puede aceptar pedidos mientras alguien evita abrir el menú. El mapa puede estar actualizado mientras quien lo necesita está ahorrando batería. Que el sistema esté disponible no significa que el visitante pueda utilizarlo. Una revisión útil del servicio comprueba ambas cosas.

Hay indicios de la importancia comercial de esos canales. En su [caso de Chester Zoo](#), Attractions.io comunica un aumento del 52 % en el valor medio de la transacción y del 49 % interanual en los ingresos de restauración generados desde la app tras incorporar pedidos móviles. Son resultados publicados por el proveedor tecnológico. No aíslan el efecto de la batería, no demuestran causalidad y no predicen lo que ocurrirá en otra atracción.

La conclusión prudente sigue siendo útil: algunos servicios del recinto canalizan transacciones relevantes a través del móvil. Cuando el acceso a ese dispositivo se limita, hay que saber qué alternativa queda. No sería correcto multiplicar la mejora de un caso comercial por los visitantes con poca batería y presentar el resultado como ingresos perdidos.

Además, pago sin efectivo no significa pago solo con móvil. Una tarjeta física puede seguir funcionando cuando el teléfono está descargado. Una entrada impresa, un punto de información atendido o un lugar de encuentro visible reducen la dependencia sin instalar equipos de carga. Antes de añadir un servicio, identifica cuándo hace falta de verdad un móvil operativo y cuándo ya existe otra opción.

Revisa el recorrido completo: llegada, acceso, orientación, pedidos, experiencia principal y salida. Asigna un responsable a cada alternativa. No se trata de deshacer los servicios digitales, sino de dejar de considerar el dispositivo del visitante un recurso ilimitado y ajeno a la operación del recinto.

MASBATTERY • 02 / 10

2. NO SE PUEDE DAR POR HECHO QUE LA BATERÍA AGUANTE TODO EL DÍA

18 - 28 - 38 %

Tres umbrales medios de preocupación, no una regla universal

Uswitch 2025; Vodafone 2026; Talker Research 2025. Reino Unido y EE. UU.



La preocupación empieza antes de quedarse sin carga

Tres encuestas ofrecen umbrales distintos. [Uswitch y Opinium](#) sitúan la media en el 18 % en una muestra de 2.000 adultos británicos. La [nota de Vodafone de junio de 2026](#) la sitúa en el 28 % en una encuesta encargada por la compañía. [Talker Research](#) comunica un 38 % entre 2.000 adultos estadounidenses, que sube al 44 % en la generación Z.

No coinciden en el número. Sí muestran que la preocupación puede llegar mucho antes del cero. Cambian la población, las preguntas y las fechas. Hay que presentar las tres cifras con esas etiquetas, sin calcular una media universal ni señalar un porcentaje a partir del cual todos los visitantes cambian de comportamiento.

Talker realizó el trabajo de campo del 31 de enero al 3 de febrero de 2025 y publicó la nota el 8 de abril. Uswitch imprime en su metodología un intervalo inusual que va de septiembre de 2024 a septiembre de 2025. Conservamos la muestra declarada y el año de publicación, pero no corregimos ese intervalo por nuestra cuenta. Vodafone encargó el estudio mientras promocionaba un compromiso de servicio. Todo ello importa al trasladar los resultados a otro contexto.

También importa el grupo al que se refiere cada porcentaje. En Uswitch, el 14 % de las personas de 18 a 34 años había elegido dónde quedar por las opciones de carga y el 32 % había comprado un cargador o una power bank estando fuera para evitar quedarse sin móvil. Son datos de jóvenes adultos de Reino Unido, no de todos los adultos, visitantes españoles o asistentes a festivales.

Un porcentaje de batería no equivale a unas horas

La misma carga restante puede durar tiempos distintos según el dispositivo, el estado de la batería, la pantalla y la actividad. Alguien puede llegar casi al máximo después de un trayecto corto. Otra persona puede estar ahorrando batería tras varias horas de viaje. Para quien asiste a un evento, el día no empieza en la puerta del recinto.

Las fotos, la navegación, los mensajes y los pedidos se suman a ese uso. Este informe no establece cuánto consumen en cada lugar. No ofrece una tasa universal de descarga, una hora a la que fallan los teléfonos ni una promesa de autonomía para cualquier móvil.

La pregunta operativa es cuándo alguien empieza a cambiar de plan o a pedir ayuda. Mide ese momento directamente. Las peticiones en recepción, la hora de las consultas y una pregunta a la salida son más relevantes para decidir una instalación que la media de una encuesta nacional. Pregunta también si el visitante lleva su propia power bank. Preocupación no significa necesidad sin resolver.

MASBATTERY • 03 / 10

3. ESPAÑA: LA DEMANDA YA ESTÁ EN LOS RECINTOS

2026

El año al que se refiere la intención de viajar por eventos

SiteMinder, nota del 19 de noviembre de 2025. 12.000 viajeros, 14 países.



Foto MasBattery: acceso a un evento. Imagen de contexto, no evidencia de demanda de carga.

ESPAÑA • ENTRADAS

579 M€



2023

725,6 M€



2024

>800 M€



2025

El turismo aporta escala, no una tasa de conversión

FRONTUR registra 96,8 millones de turistas internacionales en España en 2025, un 3,2 % más. EGATUR sitúa su gasto en 134.712 millones de euros, un 6,8 % más. Describen una economía del visitante de gran escala, donde orientación, documentos de viaje, comunicaciones y visitas a recintos pueden coincidir. No describen una bolsa de clientes que un operador de carga pueda atribuirse.

Una llegada turística no equivale a una persona única que vaya a tu recinto. El gasto turístico incluye categorías ajenas a eventos y atracciones. No hay que multiplicar estas series por un porcentaje de preocupación por la batería para estimar ingresos de carga. Su función aquí es aportar contexto, no evitar la medición local.

La música en directo aumenta su recaudación

La serie de la APM recoge aproximadamente 579 millones de euros por venta de entradas en 2023, 725,6 millones en 2024 y más de 800 millones en 2025. Las cifras del anuario suponen incrementos aproximados del 25 % en 2024 y del 11,2 % en 2025. La edición de 2026 recoge el último récord anual.

Más recaudación no significa necesariamente más asistentes. El precio de las entradas, la combinación de eventos y el tamaño de las producciones pueden cambiar el total. Para planificar, revisa tu calendario y las horas que pasa el público en el recinto. No des por hecho que los ingresos nacionales implican un crecimiento proporcional de la demanda de carga.

Un evento puede ser el motivo del viaje

El [Changing Traveller Report 2026 de SiteMinder](#) encuestó a 12.000 viajeros de 14 países, entre ellos España. La nota publicada en noviembre de 2025 indica que el 63 % tenía más probabilidades de viajar por eventos especiales al año siguiente. La cifra era del 81 % en la generación Z y del 74 % entre millennials. Ese año siguiente es 2026. No es una previsión de intención de viaje para 2027.

Son intenciones declaradas, no desplazamientos realizados ni compras de carga. Aun así, plantean una pregunta útil: ¿qué parte del día del visitante ocurre antes de entrar y después de salir? Las conexiones de transporte, el alojamiento y el viaje de vuelta pueden importar tanto como las horas dentro del evento.

Un calendario genera necesidades repetidas

Los [resultados de IFEMA Madrid de 2024](#) recogen 740 eventos y 4,06 millones de visitantes. La nota describe la actividad anual de la institución y menciona ferias fuera de España. Utilizamos sus totales tal como se publican, sin atribuirlos a un único edificio.

El [informe de Deloitte sobre deporte en 2026](#) describe distritos deportivos con actividad también los días sin partido. Es un análisis estratégico, no un censo de recintos que ya funcionan así. En un espacio con calendario continuo, conviene valorar la carga como servicio estable, con ubicaciones y responsabilidades que no desaparezcan al cambiar el promotor.

4. A QUÉ SE ENFRENTAN LOS OPERADORES

83 %

El personal aparece como amenaza para crecer

Deloitte, encuesta hotelera 2025. 100 figuras del sector.



Escena hotelera conceptual de la biblioteca aprobada. No representa una instalación ni una muestra real.

Rentabilidad y personal condicionan la decisión

La European Hotel Industry and Investment Survey 2025 de Deloitte recogió las respuestas de 100 figuras del sector, entre ellas propietarios, financiadores, promotores e inversores. El trabajo de campo se realizó del 6 de agosto al 26 de septiembre de 2025. Mantener o aumentar la rentabilidad era una prioridad para el 84 %. El 83 % señalaba el personal como amenaza para crecer y el 78 %, la tensión geopolítica. Solo el 47 % esperaba que los hoteles fueran más rentables al cabo de cinco años.

Son opiniones de los participantes, no las respuestas de todos los directores de hotel de Europa. Ayudan a entender por qué una propuesta debe explicar el trabajo que añade, además de sus beneficios. ¿Quién comprueba los equipos? ¿Quién atiende una reclamación? ¿Quién explica una devolución? Muchas tareas pequeñas y repetidas pueden convertirse en un coste operativo aunque el proveedor haga la instalación.

La previsión disponible de STR y Tourism Economics, [reproducida en Hotel Online](#), sitúa el crecimiento europeo del RevPAR en el 1,2 % para 2026 y prevé una caída del 0,1 % en 2027, según la edición de agosto. Es una previsión recogida por prensa sectorial, no un resultado observado ni una estimación específica para España. No accedimos a la publicación original y no utilizamos estas cifras en el modelo de demanda.

El visitante quiere vivir la experiencia

[Accenture, en Life Trends 2025](#), describe una economía de la impaciencia en la que más de la mitad prefiere respuestas y orientación rápidas. El 42 % situaba su experiencia más agradable de la semana anterior en algo vivido físicamente, frente al 15 % que señalaba algo digital. La encuesta de validación se hizo en julio de 2024 a 24.295 personas de 22 países.

Son actitudes generales. No demuestran que eliminar un registro aumente el uso de un servicio de carga en una cantidad concreta. Sí permiten formular una prueba de diseño razonable: ¿entiende el visitante cómo funciona el servicio, sus condiciones y la devolución cuando lo necesita? Un proceso breve puede seguir siendo claro. Reducir pasos sirve cuando evita trabajo, no cuando oculta información.

MASBATTERY • 05 / 10

5. CINCO VÍAS POR LAS QUE PUEDE AFECTAR A LA CUENTA DE RESULTADOS

5

Vías de impacto comercial que conviene investigar

Marco analítico MasBattery. No se afirma un efecto universal.

Pedidos y valor de la compra

Si el móvil sirve para pedir, alguien que evita usarlo puede acudir a caja, pedir a otra persona que compre o abandonar la compra. Cada resultado tiene un efecto distinto. Mide pedidos completados y contribución, no solo actividad de la app. El caso de Chester Zoo muestra la posible importancia del canal digital, pero no cuantifica qué le ocurre cuando falta batería.

Pagos completados

Quien usa una cartera móvil puede llevar tarjeta o recurrir a otra persona del grupo. Comprueba qué pasa cuando falla el medio preferido y si el equipo sabe explicar la alternativa. El problema puede ser de cobertura, del terminal o de la cuenta. Registra el motivo antes de atribuir una venta perdida a la batería.

Duración de la visita y forma de salir

Un grupo que no puede comunicarse puede decidir reunirse o marcharse. Es una posibilidad razonable, no un efecto universal medido. Tampoco una visita más corta es necesariamente peor. La cuestión es si terminó como se había previsto. Una pregunta a la salida puede distinguir una marcha planeada de otra provocada por un problema evitable.

Fotos, reseñas y recomendaciones

Un móvil limitado puede cambiar cómo se registra o comparte una experiencia. Pero menos fotos no se traducen directamente en un valor publicitario perdido. También hay quien decide mirar menos la pantalla. Las reseñas permiten detectar un problema; una pregunta estructurada ayuda a saber con qué frecuencia ocurre. Ninguna de las dos cosas basta para calcular ingresos sin más evidencia.

Tiempo del personal

Prestar un cable, guardar un móvil en recepción o resolver una duda puede consumir tiempo. Registra la petición, la respuesta y los minutos empleados. No recopiles contenidos del teléfono ni identificadores innecesarios. Un nuevo servicio debe valorarse por el trabajo que realmente elimina, descontando comprobaciones, preguntas, averías y coordinación con el proveedor.

No sumes las cinco vías sin revisar duplicidades. Una persona que no consigue pedir y se marcha podría contarse como compra abandonada y como visita acortada. La finalidad es entender un problema real de operación, no construir la cifra más grande posible.

MASBATTERY · 06 / 10

6. CÓMO DIMENSIONARLO: EL MODELO DE CINCO VARIABLES

A ÷ G

Primero convierte visitas individuales en grupos

Definición del modelo. G es el tamaño medio de grupo medido.

Mantén las unidades. El modelo parte de grupos porque pregunta si alguna persona del grupo tuvo un problema. Si la asistencia anual cuenta visitas individuales, hay que convertirla con el tamaño medio de grupo medido en el recinto. Esa conversión es necesaria aunque conservemos las cinco variables originales.

Variable	Definición	Evidencia necesaria
A	Visitas individuales anuales	Registros del recinto
B	Proporción de grupos en los que al menos un móvil cae por debajo del umbral de preocupación de su usuario antes de salir	Medición local
C	Proporción de esos grupos cuyo gasto o comportamiento cambia por ese motivo	Pregunta adicional o evidencia observada
D	Gasto medio no realizado por grupo afectado	Datos del recinto, sin confundirlo con contribución
E	Proporción de grupos afectados dispuestos a usar un servicio de carga accesible	Prueba local del servicio real

G representa el tamaño medio del grupo. Grupos visitantes = $A \div G$. Exposición potencial de gasto = $(A \div G) \times B \times C \times D$. El resultado es gasto potencialmente expuesto, no beneficio, recuperación garantizada ni facturación de carga. Solo aplica un margen de contribución si dispones del adecuado para ese gasto.

Define bien E. Si se refiere a todos los grupos preocupados por la batería, los grupos usuarios potenciales son $(A \div G) \times B \times E$. Si se ha medido solo entre los grupos incluidos en C, usa $(A \div G) \times B \times C \times E$. Indica qué población has empleado. Ninguno de los dos resultados equivale a alquileres: puede haber varios móviles por grupo, alternativas de carga y rotación de equipos durante la jornada.

Tres formas económicas de investigar B

Pregunta a la salida. Pregunta si alguien del grupo se preocupó por la batería durante la visita. Añade si cambió algo por ese motivo y si utilizó una solución que ya existía. Incluye distintos tipos de evento, duraciones y horas de salida. Dos fines de semana permiten empezar, pero no garantizan una muestra representativa. Publica cuántas respuestas hubo, cómo se seleccionaron y a quién no se llegó.

Revisa el uso de la app por horas. Compáralo con la curva de asistencia. Una caída puede indicar algo que investigar, pero no identifica una falta de batería. Los horarios, la cobertura, el cansancio o la decisión de mirar menos la pantalla también influyen. Utiliza información agregada de forma adecuada y trata la señal como una pista, no como sustituto de la encuesta de salida.

Compara caja y pedidos móviles. Un cambio en la mezcla puede revelar un problema. También puede deberse a menús distintos, horarios, colas o promociones. Pregunta al equipo qué ocurrió y compara periodos equivalentes. La edición anterior atribuía demasiada certeza a estas señales. Sirven para investigar, no para medir directamente qué proporción de grupos se preocupa por la batería.

De la estimación a la prueba del servicio

Sitúa puntos probables de recogida y devolución, horas de mayor actividad y salida del público. Comprueba acceso, señalización, alimentación eléctrica y tareas del personal. Cuenta las devoluciones completadas, además de las retiradas. Un punto que atiende la demanda al principio y no acepta devoluciones al final no ha superado la prueba.

Define los criterios de éxito antes de instalar. Incluye comprensión del servicio, disponibilidad, respuesta a incidencias y tiempo del equipo, además del uso. Compara también la opción de no instalar. Si la necesidad sin resolver es baja, informar mejor de los enchufes existentes o aclarar una alternativa puede ser suficiente.

7. CUATRO RESPUESTAS Y QUÉ RESUELVE CADA UNA

4

Categorías con ventajas y límites distintos

Marco por categorías, no clasificación por rendimiento.

Enchufes y mesas de carga

Permiten cargar en un punto conocido. Pueden encajar en una parte sentada de la visita o como alternativa de emergencia. Según la instalación, el visitante puede necesitar su cable, esperar o quedarse junto al teléfono. Valora acceso, estado de los cables, supervisión y circulación. Un punto fijo bien situado puede bastar cuando la demanda medida es ocasional.

Taquillas con carga

Combinan almacenamiento y carga. Tienen sentido cuando alguien quiere guardar el móvil. También separan al visitante de sus entradas, mensajes y cámara mientras está dentro. Evalúa almacenamiento y carga como necesidades distintas. Comprueba acceso, capacidad, recuperación ante un fallo de cerradura y qué ocurre si alguien necesita el teléfono antes de que termine de cargar.

Quioscos de venta de baterías

Ofrecen carga portátil mediante una compra, en ocasiones con un sistema de intercambio. La persona puede seguir moviéndose con el dispositivo. A cambio, debe entender la propiedad, la compatibilidad y las condiciones de cambio posteriores. Comprueba que resuelve la necesidad inmediata y que su uso encaja con la visita. Que la necesidad sea imprevista no convierte por sí solo la compra en una mala opción.

Redes de alquiler y devolución

Permiten disponer de carga portátil durante un tiempo sin comprar el equipo. Su utilidad depende de que haya disponibilidad al recoger, un proceso comprensible y una devolución práctica. Revisa capacidad de devolución, recorridos, horarios, mantenimiento y salidas alternativas. Un plano de la red dice más que el número de máquinas por sí solo.

Nuestra propia posición

MasBattery instala estaciones de alquiler de power banks en recintos y eventos de España. El visitante paga con tarjeta en la estación, retira una power bank cargada con exactamente dos cables integrados, USB-C y Lightning, y la devuelve en cualquier estación MasBattery. No necesita app ni registro.

La categoría necesita ubicaciones adecuadas con electricidad, mantenimiento y capacidad suficiente para devolver. Las estaciones MasBattery se sitúan en interior o bajo cubierta. El servicio pierde utilidad si devolver obliga a un desvío innecesario o nadie asume una incidencia. Estas limitaciones forman parte de

la decisión. Encaja cuando funciona mejor que las alternativas disponibles en las condiciones reales del recinto.

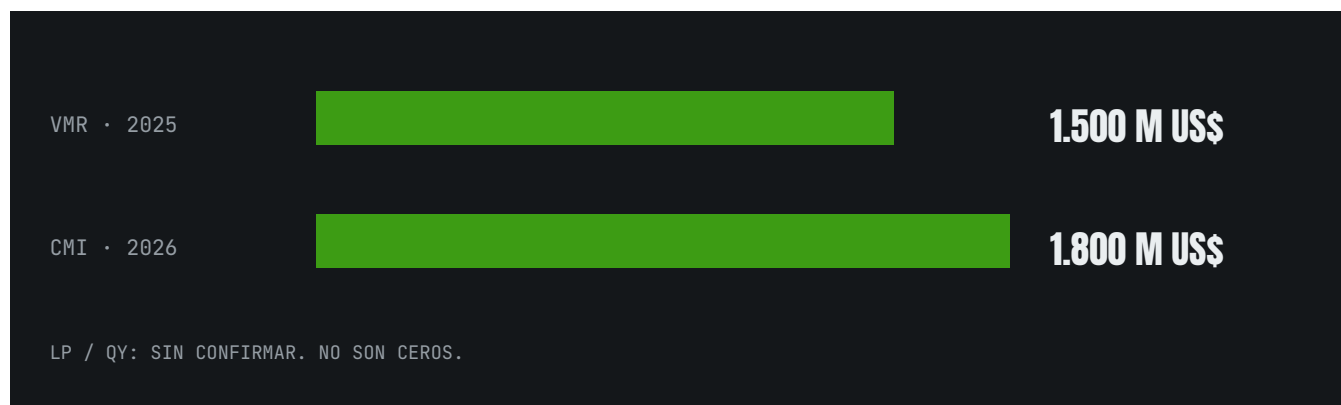
MASBATTERY • 08 / 10

8. ¿CUATRO INFORMES, CUATRO TAMAÑOS DE MERCADO?

2

Valores confirmados en editores originales de cuatro referencias

Páginas de VMR y CMI. Se omiten las cifras de LP y QY.



Revisamos cuatro referencias: LP Information, Verified Market Research, Coherent Market Insights y QYResearch. Cambian los títulos, los años y las definiciones. La referencia de LP trata de estaciones de alquiler, mientras otras hablan de servicios o power banks compartidas. Presentarlas como mediciones repetidas de un mercado idéntico sería engañoso.

Pudimos confirmar dos páginas originales. [Verified Market Research](#) publica 1.500 millones de dólares para 2025 y 4.760 millones para 2033. [Coherent Market Insights](#) publica 1.800 millones para 2026 y 4.940 millones para 2033. Son estimaciones y previsiones de investigación comercial, no estadísticas oficiales.

La página original de LP no devolvió contenido utilizable durante la comprobación. La cifra de QY aparecía en una página de reventa del informe, pero no confirmamos la página del editor original. Siguiendo el criterio de esta edición, omitimos ambos valores. Un dato ausente no es un cero y no debe representarse como tal. Por eso el título plantea una pregunta en lugar de afirmar que existen cuatro tamaños comparables y verificados.

No uses ninguna diapositiva de tamaño de mercado como caso de negocio para tu recinto, tampoco una nuestra. El total mundial no dice quién te visita, si necesita carga, qué lleva consigo ni si devolver le resultará cómodo. Una medición local honesta vale más que escoger la mayor previsión.

9. DOCE PREGUNTAS ANTES DE INSTALAR

22:00

Una incidencia un sábado por la noche necesita responsable

Pregunta de evaluación, no promesa de un tiempo de respuesta.

1. ¿Cuántos puntos de devolución hay y a qué distancia?

Traza el recorrido desde donde se termina de usar el dispositivo hasta el punto de devolución. Comprueba accesos y horarios reales. Una distancia corta en el plano puede convertirse en un recorrido incómodo.

2. ¿Qué ocurre al acercarse el cierre?

Pregunta cómo se protege la capacidad durante la salida del público. Aclara quién interviene si una estación está llena y qué debe hacer el visitante. Prueba la respuesta antes del día de mayor actividad.

3. ¿Quién cobra y quién resuelve una reclamación?

Deja por escrito la empresa responsable, el recorrido del pago y el procedimiento de reclamación. La explicación al visitante debe coincidir con el acuerdo. La falta de responsabilidad clara es un problema operativo antes de ser financiero.

4. ¿Qué idiomas y necesidades de accesibilidad cubre?

Prueba la interfaz real con los grupos que visitan el recinto. Revisa visibilidad, alcance, instrucciones y acceso a ayuda humana. Una lista de idiomas en un folleto no es una prueba de uso.

5. ¿Qué datos operativos recibe el recinto?

Pide información agregada útil por ubicación y hora, con definiciones y posibilidad de exportación. Distingue operaciones completadas, intentos e incidencias. Recoge solo lo necesario para gestionar y evaluar el servicio.

6. ¿Puedes mostrar la documentación de seguridad aplicable?

Solicita los documentos de los modelos y baterías ofrecidos, con las entidades responsables identificadas. Que una persona cualificada determine qué corresponde al mercado y a la instalación. Un logotipo genérico o un archivo de otro modelo no basta.

7. ¿Quién asume registros, recogida y fin de vida?

Pide que el proveedor identifique las responsabilidades pertinentes y aporte pruebas cuando proceda. Comprueba qué pasa con equipos y baterías dañados. Es una pregunta de verificación, no una afirmación de que este informe acredita cumplimiento legal.

8. ¿Quién atiende al visitante con un problema a las 22:00 de un sábado?

La prueba real del servicio llega por la noche y el fin de semana, no en horario de oficina. Pide un contacto que funcione, una respuesta esperada y un reparto claro entre las tareas del proveedor y las del recinto.

9. ¿Cuáles son las condiciones de instalación?

Solicita los límites de funcionamiento del fabricante, las necesidades eléctricas y la revisión de la ubicación. Confirma protección, accesibilidad y mantenimiento en el punto concreto. Una imagen atractiva no sustituye una evaluación del lugar.

10. ¿Cuánto tiempo consume del equipo?

Pide tareas y minutos, incluidas las incidencias menos frecuentes. Durante la prueba, registra lo que realmente hace el personal. Incluye formación, limpieza, escalado y redistribución cuando corresponda.

11. ¿Cómo se retira y cómo termina el acuerdo?

Acuerda el momento de decisión, las responsabilidades y el procedimiento antes de instalar. Aclara qué pasa con equipos, asuntos abiertos de visitantes y trabajos en el espacio. Una prueba debe acabar en una decisión, no en una obligación indefinida.

12. ¿Qué cambia al ampliar el servicio?

Pregunta cómo funcionarán mantenimiento, inventario, devoluciones, atención y datos en toda la instalación propuesta. Comprueba el escenario de mayor actividad razonable. Una demostración correcta no acredita el funcionamiento durante todo el calendario.

10. MÉTODO Y FUENTES

15

Fuentes con método y excepciones identificadas

Investigación documental comprobada el 24 de octubre de 2026.

Investigación documental comprobada el 24 de octubre de 2026. Consultamos al editor cuando fue posible y señalamos las excepciones. Las encuestas recogen respuestas declaradas, los casos comerciales los selecciona el proveedor y las previsiones de mercado son estimaciones comerciales. Ninguna fuente mide el rendimiento de MasBattery. Las recomendaciones y el modelo son análisis de este informe.

Fuente y fecha	Tipo	Uso y límite
INE FRONTUR, 3 de febrero de 2026	Oficial	Llegadas de 2025; datos provisionales
INE EGATUR, 3 de febrero de 2026	Oficial	Gasto de 2025; datos provisionales
Uswitch y Opinium, 13 de octubre de 2025	Encuesta encargada	Muestra británica y conductas por edad; cautela con las fechas impresas
Vodafone, 16 de junio de 2026	Encuesta encargada	Umbral británico; empresa con interés comercial
Talker Research, 8 de abril de 2025	Encuesta	Muestra estadounidense; trabajo de campo en enero y febrero
Anuario APM 2026, marzo de 2026	Asociación sectorial	Recaudación de entradas, no asistentes
SiteMinder, 19 de noviembre de 2025	Encuesta encargada	Intenciones para 2026, no para 2027
IFEMA Madrid, 28 de abril de 2025	Editor del recinto	Totales anuales de actividad de la institución
Deloitte, deporte, febrero de 2026	Análisis sectorial	Tendencia estratégica, no censo de recintos

Fuente y fecha	Tipo	Uso y límite
Deloitte, hoteles, 20 de noviembre de 2025	Encuesta	100 figuras del sector; respuestas de 2025
STR y Tourism Economics vía Hotel Online, 6 de octubre de 2026	Prensa	Previsión de agosto; no se accedió a la publicación original
Accenture, 16 de octubre de 2024	Encuesta	Life Trends 2025; trabajo de campo en julio de 2024
Attractions.io, octubre de 2025	Caso del proveedor	Pedidos móviles en Chester Zoo; no mide efecto de batería
Verified Market Research, consulta en octubre de 2026	Investigación comercial	Estimación y previsión; metodología no auditada aquí
Coherent Market Insights, 31 de marzo de 2026	Investigación comercial	Estimación y previsión; ámbito distinto de otros títulos

No arrastramos de la edición anterior ratios técnicos, márgenes de gasto ni relatos de visitantes sin confirmar. La ausencia de prueba no demuestra que no exista el problema. Si crees que una cifra está mal, identifica el dato, la fuente y el motivo. Corregir ayuda más que repetir con seguridad.



MAS
BATTERY

MIDE TU RECINTO. DECIDE CON ESE DATO.

MasBattery instala estaciones de alquiler de power banks en recintos y eventos de España.

Ya hemos trabajado con Aqualandia, Terra Mítica, el Festival Love to Rock 2026 en València y el Circuito de Jerez-Ángel Nieto.

hello@masbattery.com

masbattery.com