"'Innovación para tu vida' es la seña de identidad de nuestra compañía"

Invertir en desarrollo e innovación, con el objetivo de mejorar las prestaciones de sus productos, es una constante en Bosch. Sobre todo porque la compañía se enfoca en buscar, en cada una de sus soluciones, los mejores resultados funcionales, que ayuden al usuario en su día a día.

Productos sencillos de usar, que proporcionen unos resultados excelentes y que, además, sean muy eficientes. Estos son las tres "peticiones" que los usuarios actuales demandan en cualquier producto y, más aún, si se trata de un producto de Gama Blanca. *"En Bosch invertimos, continuamente, en desarrollo e innovación para mejorar las prestaciones de nuestros productos. Sobre todo, porque nos enfocamos, especialmente, en la búsqueda de los mejores resultados funcionales. Por ejemplo, una mayor conservación de los alimentos, en la gama de frío, un mayor cuidado de la ropa, en la gama de lavado, y resultados perfectos en la cocción"*, apunta **Javier González Granda**, *Brand Manager de Bosch*. De ahí que, teniendo en cuenta las demandas de los clientes que señalábamos al principio de esta entrevista, desde Bosch se apueste por una *"innovación tecnológica"* que permita *"lograr la mayor eficacia con la mejor eficiencia"*, por lo que el lema *"Innovación para tu vida"* no es sólo un claim publicitario, sino *"uno de los pilares de la marca"*, como apunta González Granda. Siempre teniendo presente al cliente y el producto de la compañía que va a utilizar en un futuro.

Por ello, el compromiso que tiene Bosch con sus consumidores se asienta sobre tres pilares fundamentales; calidad perceptible, facilidad en el uso y resultados perfectos. *"Todos ellos, incluidos desde la*

“El diseño es cada vez más importante en el electrodoméstico, el diseño moderno, innovador y con aspectos diferenciales”

etapa de desarrollo de los nuevos productos”. Fruto de ello es que, cada año, Bosch presenta en el mercado prestaciones diferenciales. Tal es el caso de la gama de cocción que, en el último año, ha incluido la función PerfectBake Sensor, que permite que se desconecte el horno, automáticamente, cuando el sensor detecta que el bizcocho está en su punto óptimo de cocción. O PerfectAir Sensor en las campanas, que analiza la calidad del aire para regular, de forma automática, la potencia óptima de extracción. Asimismo, el Sensor de cocción permite cocinar con control de temperatura, en lugar de potencia, en las placas de inducción. Por último, Flame Select, para un control preciso de nueve niveles de potencia en las placas de gas.

Además, la compañía alemana también se ha “sumergido” de lleno en otorgar un papel preponderante a la eficiencia energética, tanto para la marca en sí como para los productos que pone en el mercado. Por eso, desde Bosch se considera la eficiencia energética *“como un factor clave de competitividad”*, apunta González Granda. De esta manera, según el Brand Manager de Bosch, *“el menor consumo, tanto de agua como de energía, es un aspecto de todo nuevo desarrollo de producto”*. Un aspecto que les ha permitido, por ejemplo, lanzar al mercado secadoras con tecnología bomba de calor, que consumen un 10% menos que la mejor eficiencia energética, clase A+++; presentar lavavajillas con tecnología de secado por zeolitas, que logran consumir un 10% menos que la mejor eficiencia energética, clase A+++; o poner en el mercado lavadoras que consumen un 30% menos que la clase A+++, así como la mayor gama de frigoríficos combis A+++.

Diseño interior y exterior

Junto a estas nuevas funcionalidades, el diseño también juega un papel fundamental en los productos de Gama Blanca. Unas tendencias de diseño que están permitiendo ofrecer a los consumidores nuevas líneas, más vanguardistas. *“Este año, Bosch ha lanzado una nueva gama de campanas verticales en cristal, además de frigoríficos y hornos también con acabado en cristal, negro o blanco, que están teniendo cada vez mayor aceptación en el mercado”*, destaca. Se trata de cuidar hasta el último detalle. *“El diseño es cada vez más importante en el electrodoméstico, el diseño moderno, innovador y con aspectos diferenciales. Y no solo es importante el diseño exterior, sino también el interior”*.

Por este motivo, la marca ha lanzado este año, como gran novedad, un nuevo proyecto de frigoríficos combis que proporciona grandes beneficios a los consumidores. *“Nuestros nuevos frigoríficos destacan por su mejora en eficiencia enérgica, una mayor capacidad interior y unos bajos niveles de ruido. Asimismo, la mejora tecnológica de los frigoríficos ha permitido duplicar e incluso triplicar el tiempo de conservación de los alimentos frescos”*, destaca Javier González Granda. Pero como no solo de alimentos vive el hombre, la tecnología, ahora también llevada a los electrodomésticos que pueblan nuestra vida, ha tomado el control de la Línea Blanca. Así lo explica González Granda: *“Nuestra gama HomeConnect ofrece la posibilidad de poder controlar el electrodoméstico desde el dispositivo móvil, estar informado de cualquier incidencia, así como poder contactar con el servicio técnico y que puedan conectarse, en modo remoto, para un primer análisis. Este es el comienzo de un largo recorrido tecnológico”*. ¡Frigorífico, ¿qué cenamos hoy?!