



“En Haier innovamos para hacer la vida más fácil a los consumidores”

*Haier sigue avanzando firmemente en el mercado de los grandes electrodomésticos. Su apuesta constante por la inversión en I+D+i junto a su objetivo de anticiparse a los nuevos hábitos de los consumidores, le llevaron a presentar, a mediados del año pasado, el combi Fresh Tech con cajones. El nuevo producto cuenta con un sistema que alarga hasta el triple la vida de los alimentos.*

Son buenos tiempos para los electrodomésticos de gama blanca en España. En 2017, los datos para este sector fueron positivos. Y todo apunta que en este 2018 seguirá la tendencia positiva. “En Haier también disfrutamos de este beneplácito que está viviendo la industria, ya que recientemente hemos confirmado nuestra posición de liderazgo mundial en el mercado de grandes electrodomésticos según Euromonitor International”, nos comenta la Trade Marketing & Communication Manager, Mònica Cuatrecases, quien especifica que “la empresa tuvo una participación mundial del 10,3% en 2016 en el mercado de frío frente al 9,8% de 2015”. Estas cifras no hacen más que confirmar lo que

Mònica Cuatrecases nos corrobora: “Que la de gama blanca es una de las líneas más importantes de la compañía y que seguimos avanzando con pie firme en el mercado de los grandes electrodomésticos”. Todo ello sin olvidar, como bien remarca la Trade Marketing & Communication Manager, la línea de aire acondicionado. “Además, actualmente también estamos ampliando el número de referencias, tanto de frío como de lavado, para poder ofrecer un producto para cada tipo de necesidad y estilo de vida del consumidor”, detalla Mònica Cuatrecases.

### **El consumidor, lo primero**

El éxito de la multinacional china reside, principalmente, en dos grandes pilares.

El primero de ellos es “la constante inversión en I+D+i, un 4%, que permite a Haier acercarse cada vez más a los mercados locales y seguir ofreciendo artículos que se ajusten a las necesidades del consumidor”. En este sentido, Mònica Cuatrecases detalla que “tanto en Europa como en el mercado español, todavía tenemos una cuota moderada pero creciente, y queremos posicionarnos dentro de las cinco primeras marcas en tres años”.

El otro pilar de Haier es “la búsqueda y la creación de electrodomésticos innovadores que se anticipen a los nuevos hábitos del consumidor en todo el mundo”. Si algo ha sabido hacer la multinacional en estos años ha sido “leer los cambios de tiempo”, lo que le ha llevado a “ser la número uno mundial en electrodomésticos por octavo año consecutivo”. En definitiva, como remarca Mònica Cuatrecases, “en Haier innovamos para hacer la vida más fácil a los consumidores”.

### Combi Fresh Tech con cajones

Las buenas perspectivas en el mercado del frío hicieron que, a mediados del año pasado, Haier presentara el nuevo combi Fresh Tech con cajones. “El nuevo producto -detalla Mònica Cuatrecases- se está imponiendo ya en los lineales”. Los motivos, los siguientes: “Su nueva tecnología de última generación permite conservar los alimentos hasta un 20% más de tiempo y los congela tres veces más rápido. Además, cuenta con un diseño que hace que sea el combi perfecto para aquellos consumidores más exigentes”. Otro de los productos estrellas de Haier son los frigoríficos 3D, con gran capacidad, silenciosos y un diseño elegante. “Estos frigoríficos, que cuentan con cajones deslizantes en el congelador para aprovechar al máximo el espacio, están teniendo cada vez mayor acogida en el mercado”. Le preguntamos a Mònica el porqué: “Son más cómodos y ahorran más energía”.

En el segmento de syde by side las cosas también van bien a la empresa, que está experimentando un crecimiento muy fuerte, sobre todo gracias a los modelos de cajones y los nuevos cuatro puertas CUBE. “En definitiva, Haier sigue apostando por la línea gama de frío, ofreciendo un diferencial respecto a otras marcas”.

### Eficiencia

Como también nos indica Mònica Cuatrecases, una de las premisas de Haier es conseguir la máxima eficiencia energética. “Para nosotros, uno de nuestros principales objetivos de trabajo a la hora de perfeccionar nuestra producción es la búsqueda de la máxima eficiencia energética. Tanto nuestras lavadoras



“En Haier hemos sabido leer los cambios de tiempo”

Direct Motion como los frigoríficos consiguen la mejor clasificación energética, llegando a unos estándares A+++ -50%”. Otro claro ejemplo son los frigoríficos 3D, que disponen de consumo energético A++, ahorrando un 40% más que un modelo de clase A. Abordamos el tema de la relación calidad precio. Mònica Cuatrecases asegura que, desde Haier, creen que “la necesidad que pueda tener un consumidor por ahorrar no significa que vaya a

“La gama blanca es una de las líneas más importantes de la compañía”

comprar únicamente productos más económicos”. Al contrario, optar por una compra más racional “lleva a que se valore más y mejor la relación calidad precio”. De hecho, recuerda que “muchos son los consumidores que prefieren ahorrar mediante la compra de mejor calidad, con electrodomésticos que consuman menos recursos y que sean más fiables y con una durabilidad y garantía mayor”. En este aspecto, Mònica asegura que “desde la empresa creemos que los consumidores de productos Haier entienden que el precio de nuestros artículos es afín a la calidad que otorgamos”.

Finalmente, le preguntamos a Mònica Cuatrecases sobre la llegada de los electrodomésticos low cost. “La competencia que nos pueden aportar los electrodomésticos low cost puede ser buena, siempre y cuando se cumplan los mínimos de calidad, porque si no es así, se perjudica al sector”. Sin embargo, desde Haier no los ven como una amenaza: “Hay público para todos los gustos y el consumidor que aprecia la calidad y la durabilidad de un electrodoméstico nunca va a elegir este tipo de productos”. ▀



MÒNICA CUATRECASES