

# Eurofred: la apuesta por la innovación y la eficiencia energética



**La compañía, además de estar a la vanguardia en innovación tecnológica y eficiencia energética, compensa el 100% de sus emisiones de CO2 a la atmósfera y trabaja para que todas sus oficinas e instalaciones sean energéticamente eficientes.**

Poco a poco parece que el sector del aire acondicionado se está rehaciendo de una crisis que se inició en el 2007 y que se alargó hasta el 2014. “En el 2015 y el 2016, empezamos a notar algo de mejoría, pero la buena noticia es que el 2017 ha sido incluso mejor”, explica **Jaume Santacana**, Strategic Director for Iberia Business Unit & Corporate Business Support de Eurofred, quien detalla que este crecimiento se debe “tanto a la buena climatología como a que la economía española está yendo mejor”. Todo ello hace que las perspectivas para este 2018 sigan siendo buenas: “Hemos empezado bien este año, y todo apunta a que seguirá esta tendencia”.

**Un cliente que sabe lo que quiere**  
Sin embargo, varias son las consecuencias de estos años de incertidumbre. Y es que, como destaca Santacana, “ahora nos encontramos ante un consumidor doméstico que se ha vuelto cada vez más exigente. Durante

estos años, ha madurado; ahora se fija más en el precio, pero también está más preocupado por la eficiencia energética de los aparatos que adquiere”.

En este contexto, y con el lema “Being efficient”, Eurofred se posiciona como una compañía que se adapta a las demandas de los consumidores actuales. “Tenemos la ventaja de destacarnos por tener equipos de alto nivel tecnológico y que siempre buscan una eficiencia energética de bajo consumo a través de nuevos gases y mejoras tecnológicas que tienen en cuenta el medio ambiente y la sostenibilidad”, detalla Santacana.

El Strategic Director for Iberia Business Unit & Corporate Business Support de Eurofred destaca que en estos últimos años la preocupación del consumidor por la calidad del aire ha ido en aumento. “Es un tema que cada vez interesa más al consumidor, por lo que exigen mejores productos. Nosotros contamos con productos con gran acogida como la gama Nocría X de Fujitsu, que tiene



el refrigerante R32, que conlleva un impacto menor sobre la capa de ozono y, además, es más eficiente porque presenta propiedades termodinámicas superiores que permiten que se caliente y se enfríe de forma más rápida, y requiere una menor cantidad de refrigerante”.

### Gas R32

De hecho, la incorporación del gas R32, frente al uso del R410, es una de las nuevas apuestas de los equipos de aire acondicionado. Jaume Santacana señala que “en España todavía no está adaptada la normativa europea, pero los fabricantes más avanzados están haciendo este proceso de reemplazo tecnológico”. Este nuevo gas, indica, “tiene un impacto en la huella de CO2 de un tercio del R410, pero, incluso ya trabajamos con algunos fabricantes que usan gases como el R290, que todavía tiene un menor impacto medioambiental”.

## “Nuestro objetivo es seguir trabajando con los principales fabricantes más innovadores, seguir avanzando en la excelencia”

Prueba de su “apuesta por estar a la vanguardia en la reducción de las emisiones de CO2” es la novedad de Daitsu en aire acondicionado doméstico, la gama Daitsu R32. “Esta nueva familia de splits, además de usar el nuevo gas, más ecológico y eficiente, cuenta con un diseño más elegante y moderno, y también trabaja muy bien a temperaturas exteriores más bajas. Además, gracias a su “Energy Saving”, maximiza el ahorro al garantizar un óptimo balance entre consumo y confort”.

Como novedad, Jaume Santacana también destaca la nueva serie de splits KG de Fujitsu, que ha sido galardonada con el ‘Good Design Award 2017’ por el Instituto Japonés de Promoción del Diseño. “Los equipos, que cuentan con la clasificación energética más alta del mercado (A+++), incorporan el gas refrigerante R32, y ofrecen a su vez un diseño de alta calidad y originalidad que armoniza a la perfección con otros elementos que decoran los hogares”, explica.

### Compensación de las emisiones CO2

De cara al futuro más próximo, Jaume Santacana asegura que “nuestro objetivo es seguir trabajando con los principales fabricantes más innovadores, seguir avanzando en la excelencia”. Pero lejos de quedarse allí, “en Eurofred también buscamos dar el máximo valor añadido a nuestros clientes”. Para ello, todo el proceso de compra y la experiencia del cliente juegan un papel muy importante: “Queremos fidelizar a nuestro cliente. Por ello, trabajamos con cuidado todas las partes del proceso: la logística, la preventa, la venta, el

servicio postventa, el marketing y las campañas de comunicación, entre otras. Creemos que este ha sido nuestro punto fuerte de cara a los clientes, y seguiremos avanzando en ello hasta llegar a la excelencia”, señala.

“Tenemos en el ADN el respeto al medio ambiente”, asegura Jaume Santacana, quien explica que en Eurofred cuentan con una política medioambiental con una estrategia orientada a que tanto sus oficinas como instalaciones sean energéticamente eficientes. “A nivel

interno, hemos cambiado los coches a híbridos, mejorado las instalaciones y contamos con furgonetas eléctricas. Intentamos que nuestro impacto sea lo mínimo posible”, relata, y prosigue: “Contabilizamos el impacto que tenemos e intentamos compensarlo con la plantación de árboles en zonas devastadas por incendios. Hemos plantado más de 16.000 árboles en Montserrat (Barcelona) y también en la zona de La Vall d’Ebo (Alicante). La idea es seguir la iniciativa en otros países donde trabajamos”. De hecho, Eurofred cuenta con los sellos del Ministerio de Agricultura, Pesca, Alimentación y Medio Ambiente (MAPAMA), que asegura que la empresa compensa sus emisiones de CO2; el sello de “Cálculo”, y el de “Reduzco”, también del MAPAMA. ▀



JAUME SANTACANA