

Fujitsu eleva los estándares de confort y eficiencia



Un estudio de GfK confirma que la marca, distribuida por Eurofred, lidera el recuerdo de marca en el sector de la climatización, consolidando su fortaleza y su capacidad de influir en la decisión de compra con tecnología de vanguardia.

Los consumidores tienen clara la marca líder en soluciones de confort térmico: nueve de cada diez personas reconoce Fujitsu como tal. Así lo muestra un estudio realizado por la empresa global de investigación de mercados GfK, que destaca la solidez e influencia de compra de la marca japonesa ante un mercado de la climatización cada vez más competitivo, en el que las inversiones y patrocinios publicitarios se han incrementado exponencialmente en los últimos años.

Pese a este contexto, los datos sitúan a Fujitsu en la primera posición como marca *Top of mind*, con un 92 % de recuerdo de

marca, despuntando en recuerdo espontáneo -la primera firma mencionada al preguntar por marcas de climatización- y también en sugerido -la primera identificada entre distintas opciones-.

Primera opción de compra para más del 70 % de los consumidores

El estudio de GfK pone de manifiesto que más del 70 % de los consumidores considera a la marca como su primera opción de compra o la tiene en cuenta para futuras adquisiciones. Este reconocimiento no es casualidad, sino el resultado de un posi-

cionamiento claro en torno a sus atributos -calidad y silencio- y una firme apuesta por parte de Eurofred para conectar con el usuario final mediante numerosas campañas de comunicación a nivel nacional y garantizarle una experiencia de bienestar premium con equipos con altas prestaciones.

"Fujitsu forma parte del imaginario colectivo desde hace más de 10 años, con un liderazgo inamovible en notoriedad como marca de climatización, demostrando una gran solidez en el mercado y una profunda conexión con el consumidor. Frente a un contexto publicitario tan complejo como el actual, en Eurofred seguiremos invirtiendo por la marca con el objetivo claro de aportar valor adicional y negocio a nuestros clientes", destaca Virginia Botey, Group Marketing & Communications Director de Eurofred Group.

La tecnología Fujitsu, principal aval de reconocimiento para el consumidor

Los resultados del informe también destacan los atributos que más valoran los consumidores: la tecnología de vanguardia, la garantía de ser una marca japonesa y el bienestar y silencio que aporta, entendiendo este último como la ausencia de ruido y preocupaciones.

Ejemplo de ello son sus principales gamas de climatización, KG y KN, una nueva generación de splits para aplicaciones domésticas y comerciales que no solo destacan por su diseño y funcionalidad, sino también por su conectividad y alta eficiencia energética.

Serie KG: alta tecnología para una climatización eficiente y conectada

La serie Airstage KG de Fujitsu es un ejemplo claro de cómo la innovación se combina con la sostenibilidad. Con clasificación energética A+++, esta serie presenta un intercambiador de calor lambda de alta densidad, un ventilador de flujo transversal y un sensor de presencia que optimiza el rendimiento de los equipos. Además, su diseño compacto, premiado con el *Good Design Award*, junto con un sistema de filtrado avanzado que elimina

polvo, virus y bacterias, lo convierten en una opción ideal para aquellos que buscan una climatización eficiente y saludable.

Asimismo, la serie KG cuenta con wifi de serie para mayor comodidad y control, así como con funciones destacadas como el modo *Powerful*, que enfría o calienta rápidamente, y lamas de oscilación vertical con seis posiciones para garantizar un caudal de aire confortable.

Serie KN: eficiencia, conectividad y rendimiento óptimo en olas de calor de hasta +50°C

Mientras la serie KG representa la máxima innovación en tecnología de climatización, la serie KN, con control wifi integrado, se posiciona como una solución completa y versátil, elevando los estándares de las gamas medias y ofreciendo prestaciones premium y el mejor rendimiento durante olas de calor de hasta 50 °C. Esta gama, además, destaca por su gran adaptabilidad en la instalación y fácil mantenimiento gracias a su diseño compacto (27 x 78,4 x 22,4 cm).

Su diseño garantiza la sensación continua de bienestar con un consumo energético reducido, alcanzando una clasificación energética A++ en refrigeración y A+ en calefacción. Además, ofrece una gran versatilidad al incluir tecnología *Fujitsu Replace* -que le permite reutilizar tuberías de instalaciones antiguas, reduciendo costes y tiempos de instalación- y al disponer de tratamiento con anticorrosivo (*Blue Fin*) en el intercambiador, que alarga la vida del equipo y evita la pérdida de rendimiento incluso en ubicaciones con temperaturas extremas. Un ejemplo de adaptabilidad y resistencia que garantiza el confort a cualquier hogar o negocio.

Guiada por la innovación, Fujitsu apuesta por la sostenibilidad y su enfoque en la eficiencia energética para seguir siendo referente en el mercado de la climatización. La nueva generación de splits KG y KN es un claro ejemplo de como la marca nipona continúa desarrollando nuevas soluciones para satisfacer las necesidades del mercado. ▶

La tecnología de vanguardia, la garantía de ser una marca japonesa y el bienestar y silencio que aporta son los atributos de Fujitsu que más valoran los consumidores

