

ORGANIZA / ORGANISED BY:



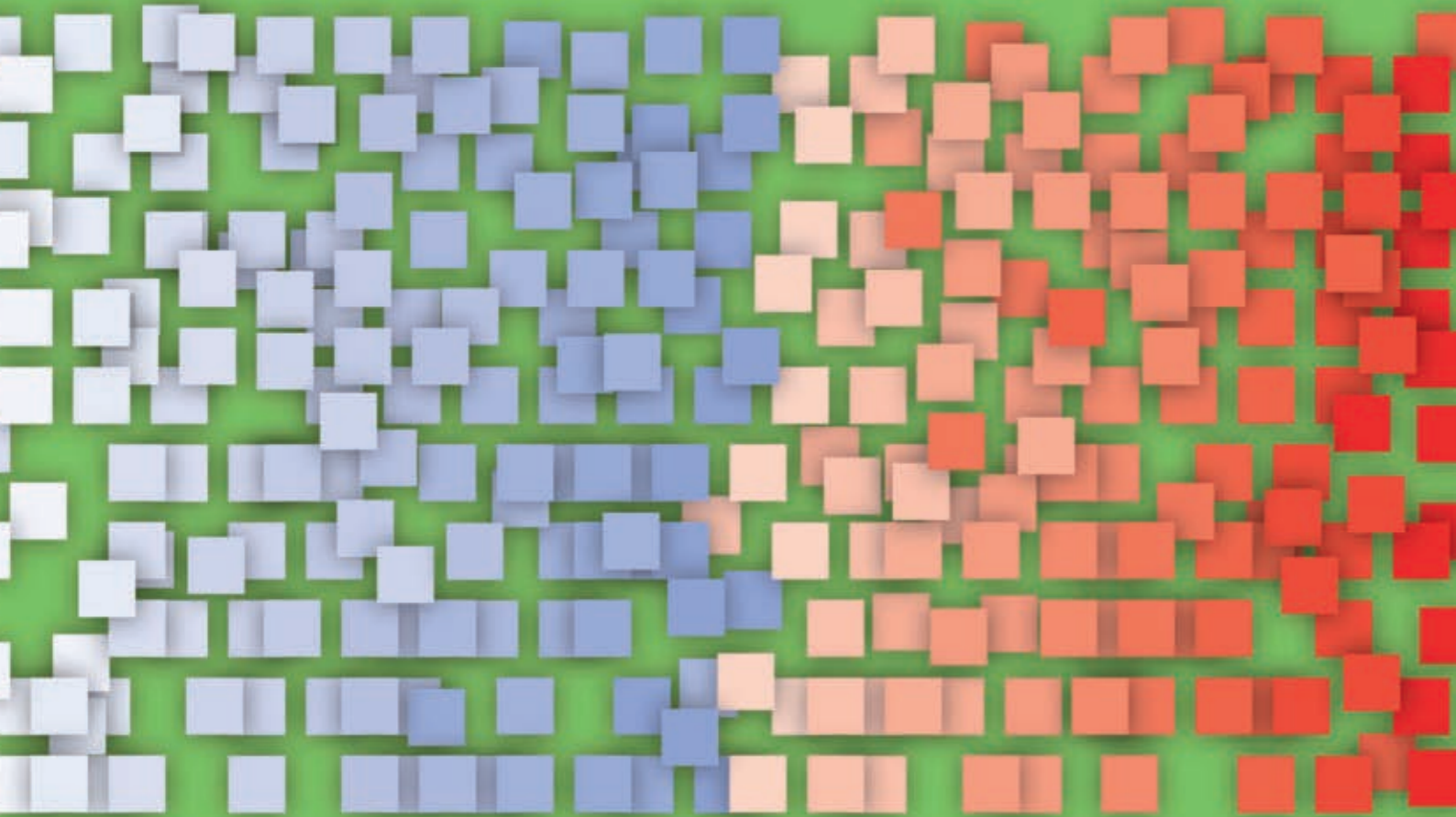
IFEMA
Feria de
Madrid

TU ENCUENTRO
YOUR MEETING

26 Feb.
01 Mar.
2013
MADRID

CLIMATIZACIÓN

15º SALÓN INTERNACIONAL DE AIRE ACONDICIONADO,
CALEFACCIÓN, VENTILACIÓN Y REFRIGERACIÓN
15TH INTERNATIONAL AIR-CONDITIONING, HEATING,
VENTILATION AND REFRIGERATION EXHIBITION



Jornadas
Técnicas
Technical
Meetings

www.climatizacion.ifema.es

LINEA IFEMA / IFEMA CALL CENTRE

LLAMADAS DESDE ESPAÑA / CALLS FROM SPAIN
INFOIFEMA 902 22 15 15
EXPOSITORES / EXHIBITORS 902 22 16 16

LLAMADAS INTERNACIONALES (34) 91 722 30 00
INTERNATIONAL CALLS

FAX (34) 91 722 37 88

climatizacion@ifema.es

Grifería y Sanitarios

UN CAMINO DE DISEÑO, EFICIENCIA Y FUNCIONALIDAD

REPORTAJE



El cuarto de baño comienza a tener consideración dentro de la vivienda, ha pasado de ser únicamente una estancia funcional, y dedicada a aspectos de higiene personal, a convertirse en un espacio pensado para el relax. La percepción respecto a él ha ido mejorando con el tiempo y gracias a ello los productos son cada vez más sofisticados, agradables y prácticos; y ello ayuda a fortalecer la imagen y el valor del baño. Los elementos en él inmersos, como la grifería y los sanitarios, han pasado en pocos años de ser productos funcionales, a convertirse en productos también de diseño y decorativos.

Foto: Duravit



Foto: Duravit

Actualmente las zonas húmedas de los espacios habitables, baños y cocinas, constituyen espacios protagónicos dentro del hogar, teniendo una significativa importancia a la hora de la venta de casas y apartamentos. En este contexto, existe en el mercado una amplia gama tanto de grifería como de aparatos sanitarios, previstos para satisfacer las características de cada proyecto.

Para la fabricación de estos elementos España cuenta con una industria moderna para el equipamiento de baño y cocina, posee además unos subsectores que ocupan una posición importante dentro del mercado mundial, aunando belleza y calidad en los productos y accesorios.

La evolución en alza de éste sector está conformada por una continua innovación en los diseños y materiales, de la misma manera se busca que los productos sean cada vez más funcionales y eco-compatibles. Este mercado se dirige principalmente en 3 sectores: vivienda, equipamiento de colectividades y edificios gubernamentales, lo que provoca que la tipología de los clientes pueda cambiar de una manera significativa.

Las viviendas, y en particular las familiares, son las que cuentan con una menor información, por lo que sus decisiones de

compra se basan principalmente en el coste económico y el diseño. De igual manera, los constructores, otro cliente importante de este sector, se orienta en primer lugar hacia el precio. Por último aparecen, los especialistas, decoradores, arquitectos, interioristas..., serán los más informados, por lo que deciden sus compras teniendo en cuenta dos aspectos importantes, el diseño y la calidad de los productos. En estos momentos, y debido a la coyuntura actual, aparece un nuevo mercado al que hay que abastecer, el mercado de la reposición, donde el cliente a tener en cuenta es el instalador.

Empresas especializadas en baño o cocina, mayorista y grandes cadenas de distribución, son los principales canales para la distribución de estos elementos. Las primeras que hemos comentado suelen trabajar con productos de alta gama, donde calidad y diseño es lo importante. Actualmente la oferta de países asiáticos, con productos de menos calidad y precio, son los principales problemas del sector, por lo que para combatirlo se promueve y secunda la normativa y certificación

de productos siguiendo los estándares españoles y europeos. Estas empresas se dedican, en mayor medida, al desarrollo y diseño del producto (I+D+i) y montaje del mismo, incidiendo en el seguimiento y control de calidad de las piezas que lo componen, así como del producto final acabado.

Diseño frente a crisis económica

La actual crisis ha generado un drama económico y social pero ha repercutido de forma positiva sobre el diseño y el medio ambiente. Lo bien cierto es que ahora, al baño, sí se le tiene en consideración dentro de la vivienda. Se trata de un espacio más de ella, al que hay que cuidar y tratar como cualquier otra estancia del hogar. La percepción respecto al baño ha ido mejorando con el tiempo y, gracias a ello, los productos de la gama del baño son cada vez más sofisticados, agradables y prácticos; fortaleciendo la imagen y el valor del baño.

En relación a cómo ha influido este tema en el desarrollo del sector, nos habla Ignasi Nuet, Director de Marketing y Comunicación de Genebre, que nos comenta que "ha influido notablemente, porque desde ya hace unos años el sector ha tenido que ofrecer unos productos con mayor diseño, con aporte de nuevas características, como pueden ser las aplicaciones de sistema de duchas, hidromasajes, etc. Y todo ello siendo lo más respetuosos con los aspectos ecológicos,



Foto: Baños 10

"Al baño, sí se le tiene en consideración dentro de la vivienda. Se trata de un espacio más de ella, al que hay que cuidar y tratar como cualquier otra estancia del hogar"

como puede ser el consumo de agua y energía." "Efectivamente, en los últimos años el espacio de baño ha dejado de ser puramente funcional para convertirse en un espacio con personalidad propia dentro de la vivienda, destinado al cuidado personal, la relajación y el bienestar," nos comentan desde el Departamento de Marketing de Roca, donde además exponen que "esto ha llevado a las distintas empresas del sector, como Roca, a crear y ofrecer productos que combinen diseño y funcionalidad, adaptándose a cada espacio y necesidades. El resultado de esta combinación son productos que permiten crear espacios únicos y personales gracias a su diseño, al tiempo que cuentan con las tecnologías más actuales para garantizar el máximo bienestar."

De la misma opinión es Daniel Tres, Consejero Delegado de Tres Comercial, nos comenta la importancia que ha tenido este desarrollo en la evolución de los elementos interiores del baño: "esta influencia ha beneficiado mucho, porque la grifería ha pasado en pocos años de ser un producto funcional, a convertirse en un producto también de diseño y decorativo, a juego con el resto de elementos tanto en formas como en acabados, etc..." Siguiendo esta línea Ramiro Llop, Gerente de System Pool, nos habla de la importancia de ciertos proyectos: "El concepto "contract", la ejecución de proyectos a medida, ha supuesto una auténtica revolución en el diseño del baño; la evolución de los nuevos materiales como las 'superficies sólidas' y la flexibilidad en los procesos de fabricación y de conformación, han permitido adaptar el diseño a las necesidades y requerimientos particulares de cada usuario, generando resultados muy interesantes, de gran consistencia y continuidad visual, en el que los elementos se conciben como un todo integrado." Sobre este aspecto, Alexander Bech, Managing Director de Duravit España, explica que "la estética y la funcionalidad son indisolubles. El diseño no debe ser en ningún caso una excusa para menospreciar funciones. En nuestra opinión, los productos de diseño no deben exponerse en un museo, sino ofrecer al usuario en su uso

diario un 'valor añadido' en estética y confort, es decir, una mayor calidad de vida."

Al hilo de esta opinión José Parra, del Departamento de Publicidad y Marketing de Noken Design, finaliza explicándonos la importancia del baño en nuestras vidas: "Consideramos el baño como el último santuario de nuestras frenéticas vidas. Un estudio ha demostrado que el 50% de la gente, normalmente, se retira a su cuarto de baño a valorar y reflexionar sobre sus problemas diarios. El 33% pasan su tiempo en el inodoro soñando despiertos y hasta el 34% hablan consigo mismos. El 2% duerme en el baño... Estas cifras hablan por sí mismas - por supuesto, el baño debe ser un lugar hermoso y acogedor y esto se consigue a través del diseño, del buen gusto y de la funcionalidad de sus componentes, máximas de nuestra empresa."

En la actualidad hay una gran variedad de diferentes evoluciones en el baño, donde la tendencia es llevar al baño a un nuevo nivel de utilidad, con respecto a esto Alexander Bech, continúa diciendo que "el concepto de 'Living bathroom' se percibe en un nuevo nivel. Hablamos de un nuevo nivel de utilidad de los productos que proporcionan al usuario ventajas reales y que se distancian claramente de objetos que solo aportan un efímero valor añadido. No vale solo el



Foto: Genebre

diseño y la calidad sino que se busca innovar a través de la tecnología," por lo que finaliza indicando que "en el centro siempre está el hombre. Sus sentidos deben ser influenciados a través de percepciones visuales y corporales. Debe sentirse bien. Debe sentirse invitado después de una carga de estrés, ruido, tensión y presión a experimentar una relajación en profundidad, tanto corporal como mental, en un ambiente íntegro que corresponde a las impresiones sensoriales del hombre, proporcionándole una estabilidad emocional."

A parte de la importancia que tiene el diseño, en la evolución de este sector, desde hace unos años, y especialmente en estos momentos, la reposición o rehabilitación se ha convertido en la fuente de negocio de este sector. Sobre este tema Rafael Sanchís, Director Técnico de Baños 10, explica que "no cabe duda que la reducción en la construcción

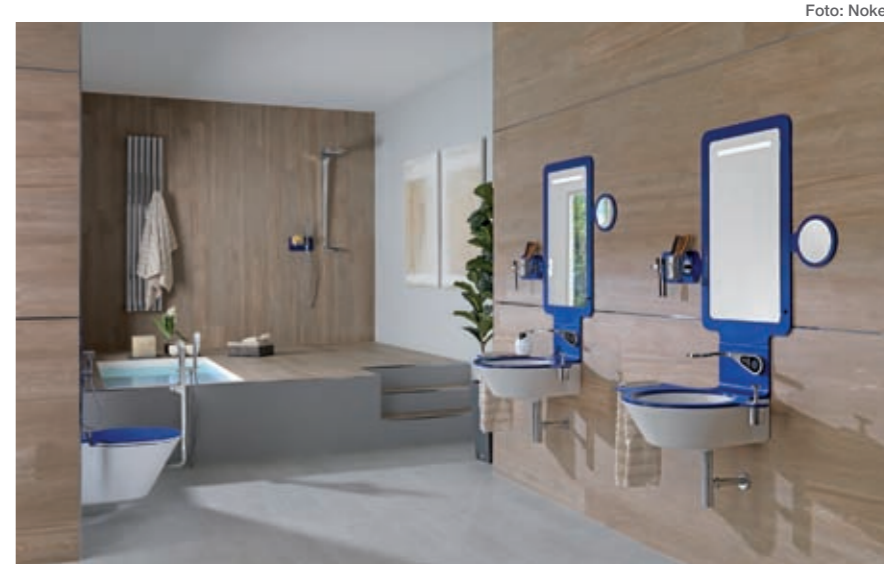


Foto: Noken

Calidad frente a precio, el futuro de las marcas

La crisis que sufrimos actualmente ha conseguido revalorizar las marcas, lo cual es aplicable de igual manera al sector de la grifería y del sanitario. Sin embargo, con esta coyuntura actual, se está desarrollando una nueva orientación hacia la calidad y una moderna conciencia de durabilidad.

Sin embargo, y desgraciadamente con la situación global que vivimos, el precio parece ser el único valor a tener en cuenta a la hora de comprar un producto; nada más lejos de la realidad. Los clientes no se conquistan con elementos y sentidos superfluos, son sabedores y conscientes de lo que necesitan, por lo que no les importa pagar un poco más por productos de alta calidad, siempre y cuando se ofrezca un valor añadido a largo plazo y un auténtico disfrute adicional. En un mercado como el nuestro, con una amplia oferta de productos, el consumidor final recurre a marcas conocidas cuando busca productos de calidad y funcionales, que ofrezcan también un diseño innovador que les permita personalizar de forma única su espacio de baño. El tópico de "lo barato sale caro" suele ser cierto a veces, sin embargo el diseño y la calidad son esenciales como elemento diferenciador, y hay que hacer lo posible para que el cliente sea sabedor de lo que le van a aportar para que decida realizar la compra de estos productos. Actualmente el hecho de ofrecer productos que cuentan con sistemas para ahorrar agua y energía es un valor añadido que los consumidores aprecian. Tecnologías que permiten disfrutar de cromoterapia o aromaterapia, en la bañera o la ducha, son también aspectos muy apreciados por los consumidores, para su salud y confort.

Uno de los valores que tratan de fomentar las distintas empresas de grifería y sanitario, en el momento en el que vivimos, es el servicio técnico, porque el cliente debe ser consciente que nunca será abandonado por la empresa en caso que ocurra un imprevisto, esto se traduce en garantías de más alta calidad y de mayor periodo de tiempo. De igual manera un aspecto importante para el cliente es buscar un "look" inconfundible que los distinga claramente de la masa.

Actualmente aunque existen productos de lujo, un mayor número de empresas quieren que su nombre se asocie a todas las gamas de precio, pero siempre unida a un pensamiento de alta calidad y de último diseño para el baño.

de viviendas ha afectado a las ventas por lo que la reforma y rehabilitación se presenta como el aspecto fundamental a corto plazo; y si la coyuntura nacional no cambia, también a largo plazo." Ignasi Nuet, comenta de igual manera que "durante muchos años

la construcción de vivienda nueva ha permitido vender un tipo de grifo genérico, y ha permitido hacer volumen de ventas," por lo que "hay que dinamizar las ventas dedicadas a la reforma mediante ofertas para

Foto: Teko



"una ayuda gubernamental sería fundamental en estos momentos, es decir, así como se han ofrecido ayudas para adecuar los electrodomésticos quizás sería interesante que se hiciera lo mismo con los productos del baño"

renovar el baño ofreciendo productos de menor consumo, productos más eficientes. Tal vez una ayuda gubernamental sería fundamental en estos momentos, es decir, así como se han ofrecido ayudas para adecuar los electrodomésticos quizás sería interesante que se hiciera lo mismo con los productos del baño." En referencia a esto Daniel Tres, es de la misma idea comentando que "la estrategia es la misma de siempre, puesto de nuestro segmento que mercado ha sido precisamente este, el de reposición o rehabilitación, con una estrategia comercial muy clara (que al final los clientes agradecen) y siguiendo unos valores que el mercado necesita, que son tres; 1º servicio, 2º calidad y 3º el precio que el mercado puede pagar." Otra estrategia de mercado, nos comenta de nuevo Ignasi Nuet, "es tener una gama de productos amplia que permita cubrir las diferentes tendencias que el mercado reclama, y aportando unos buenos estándares de calidad y un servicio postventa adecuado."

"La relación calidad-precio es muy importante. Aplicado a la nueva situación económico-social, esta relación nos ha permitido adaptarnos a los nuevos canales de venta como el de la rehabilitación y reforma", concluye José Parra (Noken Design), indicando cuál es para ellos su pilar fundamental, para poder adaptarse a nuevos mercados en auge, sobre lo que Ramiro Llop (System Pool) expone que "actualmente observamos una clara tendencia a la reforma centrada en la sustitución de bañera por zona de ducha. El por qué viene determinado por un cambio cultural, un ritmo de vida más rápido y una creciente concienciación por la eficiencia de recursos, el ahorro energético y la reducción en el consumo de agua. Es evidente que la ducha va ganado terreno al baño."

Preocupación por el medio ambiente

Cada vez es más fuerte la consideración ambiental y más determinante en el consumidor a la hora de adquirir productos que estén en sintonía con los principios



GENEBRE



El baño, el nuevo corazón del hogar

El cuarto de baño ha pasado de ser únicamente una estancia funcional, y dedicada a aspectos de higiene personal, a convertirse en un espacio pensado para el relax, el descanso e incluso para el ocio, actualmente el baño se está caracterizando por ser el referente del relax y el bienestar de un hogar. Las bañeras de hidromasaje, las columnas, etc. han sido pioneras en la búsqueda del bienestar corporal; ahora se está tratando de mejorar las prestaciones de dichos productos, así como hacerlos más cómodos y agradables para satisfacer las exigencias de los clientes.

En este aspecto la decoración y el diseño cobran una gran importancia, muebles y sanitarios aburridos y estándar de antaño, han dado paso a una amplia variedad de elementos originales, con enorme diversidad en lo que a materiales y colores se refiere y con la incorporación de los últimos avances tecnológicos en cuanto a utilización del agua y la iluminación.

Por otro lado, la adaptación del cuarto de baño a las diferentes situaciones sociales llevará a una nueva concepción del espacio cuarto de baño, de modo que los aparatos sanitarios puedan ser cambiados de emplazamiento con gran facilidad, sin necesidad de acometer grandes obras ni afrontar costos elevados. El cuarto de baño, lo mismo que otras estancias de la casa, deberá poder ser remodelado fácilmente a medida que cambien las necesidades o lo hábitos de los ocupantes de la vivienda. La combinación de materiales modernos con colores cálidos unido a la mayor importancia que se le da a la luz y, un mayor esfuerzo en interiorismo han dejado atrás los baños alicatados hasta el techo para dar lugar a los espacios acogedores y muy agradables.

Unas de las tendencias importantes en este sector es la innovación en los elementos y productos para hacerlos más modernos, cómodos, versátiles, funcionales y ecológicos posible. En la actualidad los productos suspendidos y compactos son productos que aúnan practicidad y funcionalidad, pero no son los únicos productos que nos pueden ofrecer dichas características; cada uno buscará las cualidades deseadas y por tanto habrá diversidad de soluciones válidas para un mismo concepto de producto.

y compromisos adquiridos en materia ecológica. Los mecanismos de ahorro del consumo de agua se han implantado de manera genérica con éxito, pero la tendencia va mucho más allá, llega a los materiales y a los procesos hasta abarcar el ciclo de vida completo de los productos. Desde Roca, comentan que "con el creciente compromiso de la sociedad con el medioambiente, las empresas tenemos el reto de crear productos que contribuyan al ahorro de agua y la sostenibilidad"

El diseño y la funcionalidad se fusionan en los nuevos desarrollos de sanitarios y griferías. Con respecto a este tema Domenico Balbo, Product Manager de Teka Sanitary Systems, piensa que "tanto técnica y estética pueden y deben ir de la mano para crear una experiencia superior. No queremos que el usuario deba elegir o renunciar: funcionalidad, diseño y sostenibilidad se

complementan." Con este mismo punto de vista Rafael Sanchís, explica que "sin duda alguna la conciencia respecto al medioambiente y



Foto: Noken

al mundo que nos rodea es un aspecto fundamental en los productos que se fabrican actualmente, no sólo en el ámbito del baño sino en todos los sectores," por lo tanto, según él, "es imprescindible tener en consideración dichos aspectos a la hora de fabricar nuevos productos. Los productos actuales optimizan el consumo eléctrico, el consumo de agua consumida, tratan de reutilizar el agua, etc; en post de ser lo más sostenible posible."

Debemos destacar que el sector del baño ha incorporado en sus productos múltiples aplicaciones y adaptaciones de nuevas tecnologías, que se traducen en una amplia oferta de opciones extras muy interesantes para el usuario; los avances tecnológicos tipo (EcoSmart, AirPower, función EcoStop...) contribuyen tanto al ahorro de costes como a la conservación del medio ambiente, en relación a estos productos Ignasi Nuet (Genebre), explica que "todos estos sistemas contribuyen, en primer lugar, a reforzar los esfuerzos que tenemos que hacer todos en cuanto a responsabilidad medioambiental y, al mismo tiempo, conseguir un ahorro económico para nuestro bolsillo, puesto que reducimos en consumo de agua y/o consumo de energía." Por su parte, Rafael Sanchís, de Baños 10, constata que estos productos "están pensados para reducir el impacto medioambiental y para ofrecer al cliente el máximo placer y relax posible. Se trata de optimizar los recursos y ofrecer más con menos y en ello estamos trabajando todos; en ofrecer productos con mayor valor a menor precio y con mayores prestaciones.", de igual manera piensa Domenico Balbo, que además puntualiza: "Sin renunciar a los elementos de diseño, los sistemas de ahorro de energía

y agua han cobrado mucha importancia últimamente." Con esta misma idea Ramiro Llop, de System Pool, expone que "varios son los aspectos que han propiciado poder hablar en general de una profunda transformación y grandes avances en el sector del baño en la última década. Podemos empezar citando un cambio sustancial en la flexibilidad de los sistemas productivos que permiten la fabricación bajo pedido, o la personalización, de productos a medida." Alexander Bech, de Duravit España, piensa que "hoy en día el diseño industrial ya no es una respuesta a la funcionalidad de los objetos, sino más bien una fusión consecuente de ambas cosas", en este sentido continúa, "no se trata de mejorar y optimizar lo ya existente, sino de fusionar ambas cosas para conseguir verdaderas renovaciones. Por parte del diseñador, esto presupone la capacidad de idear y trabajar con modelos de referencia totalmente nuevos a partir del conocimiento existente." Ramiro Llop, finaliza destacando la importancia de los procesos: "También debemos destacar la mejora en los procesos y el desarrollo de nuevos materiales que han supuesto una mejora de las prestaciones, y aumentar el abanico de posibilidades en comparativa a las escasas alternativas que existían en el pasado con relación a ciertos productos."

Nuevas tendencias

En los últimos años, el baño ha cobrado más importancia como espacio de relajación y desconexión. Relax y bienestar se consiguen volviendo al elemento protagonista del baño, el agua, encontrando materiales y formas que potencien su esencia. Para conseguirlo, el sector debe llevar a cabo un delicado esfuerzo de innovación, se experimentan con nuevas formas de caída de aguas, con indicadores LEDs de temperatura. "Los productos para el espacio del baño se están transformando constantemente para adaptarse a las necesidades de una sociedad en evolución," comentan desde el Departamento de Marketing de Roca.

En relación a estas nuevas innovaciones, Domenico Balbo, de Teka Sanitary System, nos comenta que "creemos que hay un público, minoritario de momento, pero en crecimiento, interesado en productos que combinan tecnología y diseño", siguiendo estas pautas, continúan desde Roca comentando que "dada la creciente tendencia a reducir el espacio de las viviendas y, con él, el espacio



Foto: Tres Comercial

del baño, los fabricantes de sanitarios creamos colecciones compactas con diseños que se adapten a todo tipo de espacios." Referido a esto, Domenico Balbo, finaliza indicando que "las novedades espectaculares requieren tiempo e inversión. Algunas incluso corren el riesgo de quedar obsoletas. Se trata entonces de combinar lo sorprendente y lo novedoso con la durabilidad y la solidez, y en nuestro caso, para un público más amplio y mayoritario."

Bajo su experiencia Ramiro Llop, expone que "actualmente el espacio del baño representa funciones esencialmente diarias, que requieren una componente destacada de funcionalidad; es también un espacio para la exploración hacia la belleza del cuerpo... pero también, y cada vez más, entramos en la cultura wellness & relax, en la búsqueda del bienestar sensorial." Al hilo de estas exposiciones, Daniel Tres, de Tres Comercial, sigue con la misma idea, además de indicarnos un punto importante: "Lógicamente dentro de nuestro catálogo están todos los sistemas que como decíamos aportan al usuario, confort, pero siempre utilizando sistemas y diseños que garantizan la seguridad, utilizando materiales atóxicos, por ejemplo latón con bajo contenido de plomo, caucho que no tengan emigraciones o materiales plásticos y grasas que no sean tóxicas." A este respecto, Ramiro Llop (System Pool), continúa explicando que "podríamos decir que el baño es el espacio de la casa en el

que nos encontramos a nosotros mismos y en el que reflexionamos más a menudo sobre el día a día. Por todo ello se ha generado la necesidad de innovar en este campo, creando un nuevo concepto de dominio del agua para el deleite sensorial." Por su parte, José Parra, de Noken piensa que "la línea de grifería, siguiendo la filosofía del estudio, se centra en ofrecer 'más por menos', un único gesto organiza toda la geometría del objeto y en un único objeto conseguimos personalizar el uso de los distintos elementos de grifería"; a lo que Ramiro Llop, añade nuevamente que "se han desarrollado tecnologías que permiten incorporar todo tipo de funciones sensoriales más propias de un espacio wellness, como son la aromaterapia, cromoterapia, música, programas de agua que combinan distintos tipos de masajes y funciones a elegir según



Foto: System Pool



Foto: Baños 10

La tecnología digital garantiza funcionalidad en el cuarto de baño, a lo que añade: "Sus iconos intuitivos facilitan su uso y un funcionamiento sin esfuerzo. Ahora ya es posible crear una experiencia personal bajo el agua gracias a la tecnología digital y disfrutar de una sensación sin igual en la ducha."

"Las tendencias actuales están llevando al sector a ofrecer griferías con diseños minimalistas y funcionales," según nos comentan desde Roca, en las que además destaca especialmente "las de monomando para lavabos y las termostáticas para duchas y bañeras, ya que permiten seleccionar previamente la temperatura del agua y así disfrutar del máximo confort."

el estado de ánimo... Un sinfín de variables que influyen decididamente en el bienestar sensorial", por lo que termina indicando que "como último aporte novedoso nos encontramos ante un sinfín de griferías termostáticas de funcionamiento electrónico, las cuales hacen posible el control preciso de la temperatura y caudal del agua. Este tipo de griferías ha sido el eje en torno al cual ha girado todo un abanico de funciones enfocadas al relax y bienestar." En este aspecto José Parra, comenta que "mediante la personalización de funciones se consigue un importante ahorro de agua, se concientiza de un uso responsable al consumidor final y se obtiene una experiencia más placentera en relación con el agua, su caudal y temperatura.

Fotos: Roca



"Las tendencias actuales están llevando al sector a ofrecer griferías con diseños minimalistas y funcionales"

momentos más personales, como es la higiene, podemos darle un trato de lo más exquisito. Sean LEDs, cascadas de agua, duchas regulables, hidromasajes, calefacción automática, toalleros de diseño... cualquier elemento será bienvenido en nuestra casa. En ello estamos y en esta dirección estamos trabajando"; en este sentido, Rafael Sanchís piensa que "el usuario busca productos de calidad y fiables, productos innovadores y que estén ajustados en cuanto al precio. El cliente compra productos para el baño de acuerdo con el nivel adquisitivo que posea y que le ofrezcan las características que está buscando; es por ello que los productos deben tener una cierta diversidad, tanto funcional como estética, para que los clientes elijan lo que están buscando."

"Las distintas formas de caída del agua, ya sea en forma de lluvia mediante rociadores, en forma de cascada o mediante jets para realizar hidromasajes, garantizan el bienestar y la relajación que se busca en el espacio del baño", concluyen desde Marketing de Roca.

El futuro del sector

Actualmente, y debido a la crisis, la gente ya no se cambia de casa, lo que hace es mejorar el espacio donde vive actualmente. Los prescriptores, arquitectos, decoradores y diseñadores, prácticamente no tienen proyectos de nuevos edificios, sino proyectos de reforma. En estos momentos, la reposición ocupa la mayor parte de la demanda en España.

Aunque en Europa la nueva edificación esté sufriendo un descenso muy importante, se sigue edificando viviendas en un sector que por su comportamiento cíclico volverá a repuntar en unos años. Por lo que se podría pensar que el futuro de este sector, de grifería y sanitarios, estaría en la rehabilitación y reposición de los actuales espacios vivideros. En relación a esto José Parra (Noken Design), expone que "sin lugar a duda, la reposición será el objetivo y el mercado prioritario de los próximos años. Y este objetivo se mantendrá hasta que la reactivación, a todos los niveles, del sector consiga llegar a mínimos

adecuados." Por su parte, Ignasi Nuet, también piensa en la reposición como el futuro de este mercado, "nunca más volveremos a tener una economía basada en la construcción. De lo contrario sería como reconocer que no hemos aprendido nada de la crisis actual". La opinión de José Parra, "en estos tiempos, el desarrollo de nuevos productos y nuevas ideas adaptadas para el mercado, configurarán el punto de inflexión entre el éxito y el fracaso de las empresas del sector", a lo que Ignasi Nuet, añade que "no nos queda otro remedio que reinventarnos y dedicarnos a crear aquellos productos que provoquen el deseo y la necesidad de ser instalados en cada una de nuestras casas. Por lo tanto en la reposición es donde tenemos que dedicar todos nuestros esfuerzos, tanto en la creación de nuevas propuestas como en la acción comercial que realizamos." Alexander Bech, (Duravit España), continúa apoyando esta idea: "El hundimiento en la construcción de viviendas privadas es palpable de forma significativa. En el ámbito de los proyectos el retroceso es todavía más manifiesto. Por esta razón el comercio de nuestro sector se alimentará sobre todo de reformas."

Sobre la importancia de la rehabilitación para este sector, también nos habla Rafael Sanchís: "El sector se ha visto muy afectado por la reducción en la construcción y es un sector que vive eminentemente de ella, por lo que el futuro de ambos está estrechamente ligado", así pues, "si no hay vivienda nueva es evidente que la reposición es la solución, o mejor dicho, es la opción. Esperemos que esta situación cambie lo más pronto posible, que se reactive la economía y la situación mejore día a día en el sector y en la sociedad en general."

Desde otro punto de vista nos habla Ramiro Llop, comentando que "el exponencial crecimiento de la población y el fenómeno de agrupación, en torno a grandes núcleos urbanos, seguirán incrementando la apreciación del espacio, a menos que se invierta el proceso. En ciudades asiáticas este fenómeno ya se experimenta desde hace años. Economía de espacio,



Foto: Tres Comercial

multifuncionalidad y multiconformabilidad serán aspectos clave en el futuro."

Finalmente Daniel Tres alega de manera contundente: "Por supuesto que los próximos años viviremos del mercado de reposición, y solo sobrevivirán los que se han preparado para poder atender a este exigente mercado que en estos momentos, más que nunca, necesita servicio-calidad-precio."



SÚMATE AL PROYECTO ONGAWA

TECNOLOGÍA / AGUA / PARTICIPACIÓN / TIC / VOLUNTARIADO / ENERGÍA / AGRO / SOCIOS

Tfno.: (+34) 91 590 01 90
info@ongawa.org
www.ongawa.org



ONGAWA es una asociación declarada de Utilidad Pública. Las cuentas de ONGAWA son auditadas anualmente por BDO Audiberia. ONGAWA cumple todos los Principios de Transparencia y Buenas Prácticas de la Fundación Lealtad. ONGAWA recibió, en 2005, la certificación ante la AECID como ONGD Calificada en el sector Tecnología.