



“La cocina se está convirtiendo en un lugar en el que disfrutar de un hobby y para eso hay que tener el mejor equipamiento”

**Cristina Reque,**  
*directora de marketing de Miele Iberia*

**En Miele opinan que en estos 15 años el sector ha cambiado en tres aspectos importantes: en conseguir mejorar la eficiencia energética, en innovar para ofrecer a los usuarios nuevas prestaciones y recursos tecnológicos y en diseño.**

**C**ristina Reque, directora de marketing de Miele Iberia, se presenta como una apasionada del sector en el que trabaja: “Es dinámico, en constante evolución y con grandes oportunidades de demostrar cómo la tecnología puede estar al servicio del usuario y mejorar sustancialmente su día a día”. A pesar de los tiempos difíciles que ha

atravesado el sector, la marca Miele ha hecho una apuesta decidida por el mercado español porque ya empieza a ver signos de recuperación: “Para los próximos años somos optimistas y creemos que el sector gozará de una buena salud”, manifiesta.

#### **Brand Kitchen Experience**

La directora de marketing de Miele Iberia menciona el auge de la gastronomía como uno de los indicadores de la buena salud que atraviesa el mercado de la cocina. “Cada vez hay más aficionados a la cocina gustosos de tener los mejores equipamientos y técnicas culinarias y que valoran las innovaciones que les aportamos las marcas como los hornos al vapor, la cocción inteligente o los envasadores al vacío”, explica. Asimismo, hace alusión de la filosofía Brand Kitchen Experience para constatar el protagonismo in crescendo de este espacio de la casa, “la cocina se está convirtiendo en un lugar en el que disfrutar de un hobby y para eso hay que tener el mejor equipamiento”.

Otro motivo que hace presagiar buenas perspectivas de futuro es –según Cristina

Reque– que “los consumidores se encuentran cada vez más informados, tienen más definidos sus gustos, saben lo que buscan y tienen cada vez más necesidades. El sector dispone del conocimiento y la tecnología para dar respuesta a todas estas necesidades y ofrecer productos adaptados al gusto de cada persona”.

Cristina Reque destaca varios avances que han impulsado el crecimiento del sector de la cocina como la búsqueda de electrodomésticos y muebles más eficientes y respetuosos con el medio ambiente y el diseño de espacios abiertos en los que la cocina se integra en un mismo espacio. También subraya la integración de los aparatos con el ambiente, “parecen invisibles”. No se olvida tampoco de las soluciones para hogares con espacios reducidos: “Ahora existen combinaciones de dos electrodomésticos en uno, que ahorran espacio y suman características de los dos aparatos”, añade.

Por último, la directora de marketing de Miele Iberia destaca el papel fundamental de la creatividad, “por ello se buscan constantemente productos y soluciones originales que aporten al consumidor un plus de diferenciación”. ■