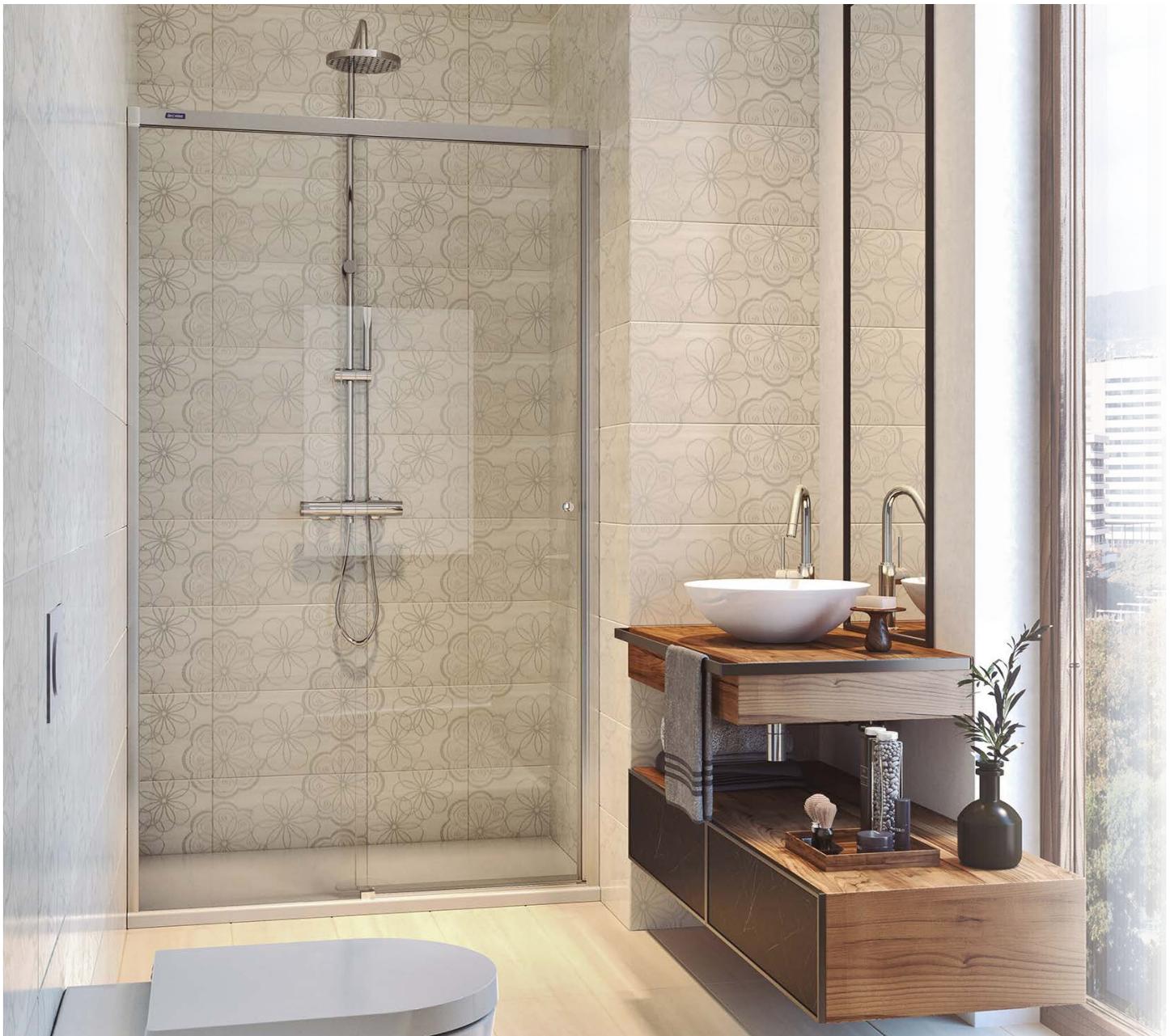


JOSÉ LUIS MOLDES, DIRECTOR DE MARKETING DE DUSCHOLUX

“El vidrio y el aluminio son los materiales por excelencia en las mamparas”



*Desarrollar mamparas de baño a medida permite crear un producto totalmente exclusivo y de calidad. Desde Duscholux; explican que el vidrio y el aluminio son de alta calidad, resistentes y dan pie a idear un producto para cualquier tipo de baño.*



No lo duda. **José Luis Moldes**, *director de Marketing de Duscholux*, destaca que “*los productos personalizados son una de las tendencias que más crecen en el mercado del baño*”. Matiza que no sólo se trata de buscar elementos decorativos que ayuden a hacer una estancia más atractiva y acogedora, sino que se busca que los productos imprescindibles, como inodoros, mamparas, platos de ducha o bañeras, sean fabricados acorde a las necesidades y gustos de los consumidores.

En el caso de las mamparas, “*se trabaja con el objetivo de producir un producto que facilite una completa adaptación en cuanto a diseño de los vidrios y de los perfiles*”. Recuerda que, en Duscholux, desarrollan mamparas de baño a medida, “*lo que permite crear un producto totalmente exclusivo y de calidad*”.

Moldes afirma que “*el vidrio y el aluminio son los materiales por excelencia en las mamparas*”. Asegura que es debido a su alta calidad, a su resistencia y a que posibilitan el idear un producto para cualquier tipo de baño. Adicionalmente, “*la apuesta por estos dos materiales garantiza una mayor vida útil de las mamparas, ya que pueden llegar hasta los 35.000 ciclos de apertura y cierre*”. Es decir, aproximadamente unos 24 años de durabilidad.

### **Una solución a cada necesidad**

¿Qué importancia tiene la elección de los colores para el diseño de un baño? Respon-

**“Los productos personalizados son una de las tendencias que más crecen en el mercado del baño”**

de que el uso de los colores posee un papel primordial en la adaptación de los elementos del baño en cuanto a diseño. Su uso en los vidrios de las mamparas hacen que se ajuste perfectamente en el baño. “*Nosotros empleamos el uso de los colores en tres piezas clave de nuestras mamparas: los vidrios, las decoraciones de los vidrios y los perfiles*”, informa. Con ello, ofrecen un producto que proporciona una solución a cada necesidad. En Duscholux, brindan a sus clientes soluciones 360 grados para el baño, lo que se traduce en conseguir un equilibrio entre diseño y funcionalidad. Para su equipo, “*el I+D juega un papel clave para asegurar un producto seguro, de calidad y que también siga las tendencias del mercado*”. Así, apuestan constantemente por entregar las soluciones más adecuadas, tanto a nivel técnico y estructural como en el diseño y las necesidades del usuario.

El director de Marketing de Duscholux defiende el lugar de la mampara en el baño: “*Aparte de que se trata de un producto*

*atractivo y elegante; también es funcional, y el elemento visual más importante*”. Considera que su instalación en cualquier baño conlleva una mayor sensación de amplitud, creando además un espacio acogedor, agradable y que ayuda a otorgar una personalidad única a la estancia.

Recientemente, Duscholux ha lanzado al mercado la Duscho Gredel Basic Deco, una mampara que permite la personalización de los vidrios, tanto con diseños de los clientes como de los desarrollados por su equipo. El resultado es un producto totalmente exclusivo que se adapta a cualquier baño. En esta colección, la personalización del vidrio se lleva a cabo con pintura vitrocerámica que es 100% reciclable y ecológica. El objetivo es transformar las mamparas en auténticas piezas de decoración.

Otro de los productos que se han incorporado en el nuevo catálogo es el rediseño del modelo emblema de la firma, la Duscho Plus Evolution Giro replegable. Lanzado a finales del 2018, este modelo busca entrar en el mercado de los baños más pequeños que hasta ahora no tenían posibilidad de instalar una mampara.

Por otro lado, la firma ha presentado este 2019 su nueva imagen corporativa. La redefinición es el punto de partida hacia un posicionamiento más global que se plasma con la comercialización de sus productos en 35 países. Toda la gama se enmarca en cinco nuevas categorizaciones que facilitan a los clientes encontrar la mampara o solución de baño que necesitan. ■