



“2020 ha sido un reto, pero también una oportunidad para renovarnos”

Dake encara 2021 con la incorporación de dos nuevas marcas referentes en Europa dentro del sector de la aspiración: Sirius y Westin, que aterrizan en la compañía para complementar las propuestas de Gutmann.

2020 fue un año condicionado por la incertidumbre y por la adaptación forzada. Para Dake, empresa que con una trayectoria de más de 30 años rindiendo culto a la cocina, ha sido, al mismo tiempo, “un reto y una oportunidad” para renovarse a nivel tecnológico y procedimental, según manifiesta **Néstor De Sedas**, su *product manager*.

Como en muchos otros sectores, la pandemia ha acelerado también en Dake la digitalización, no solo de los procesos y el contenido a disposición del cliente, sino también en lo relativo a la formación técnico comercial con toda la red de distribución, equipos comerciales, puntos de venta, profesionales del sector y servicios técnicos. “La interacción con toda la red ha sido el eje de la transfor-

mación digital que hemos implementado. Gracias a la personalización de talleres formativos, webinars, etc. hemos conseguido dinamizar esa interacción para hacerla fluida, rápida y productiva”, explica.

En cuanto la evolución del ejercicio, reconoce el directivo, son afortunados, pues las cifras de venta “no han ido nada mal en nuestro sector” si se compara con otros. “No solo hemos logrado sostener el volumen de ventas, sino que también hemos trabajado en ampliar nuestro abanico de productos con la voluntad de generar crecimiento mediante la aportación al mercado de novedades en un segmento, como el de la aspiración, del que disponemos de un gran conocimiento y de una amplia experiencia, y que hasta el momento teníamos limitado al segmento más alto”, remarca.

Apostando fuerte por soluciones de aspiración

Sea como fuere, ahora toca enfocarse en el presente, y 2021 arranca con la incorporación de dos nuevas marcas referentes en Europa dentro del sector de la cocina doméstica, concretamente los fabricantes de soluciones de aspiración Sirius y Westin, que aterrizan en la compañía para complementar las propuestas de Gutmann. Según expone De Sedas, la necesidad de sumar alguna marca de aspiración alternativa con la que poder llegar a todos los clientes de Dake, “viene de lejos”. En cuanto a las novedades que ofrece cada una, “Sirius cumple con todos los requisitos: calidad de fabricación, cuidado por la estética, tecnología y desarrollo continuo del producto”, a la par que “Westin responde a un segmento más alto, producto exclusivo, posibilidad de fabricación a medida y con modelos disruptivos a la altura de proyectos de vanguardia”, apunta.

En este sentido, de los puntos fuertes de Sirius destaca “su cuidada estética y su amplia gama de producto, la eficiencia energética, la facilidad para adaptarse a proyectos Passive House con su tecnología de filtro de recirculación y su profundo conocimiento del producto”. Westin, por su parte, “es una marca de primer nivel, especialista en la fabricación a medida, con un producto de diseño muy exclusivo y de vanguardia, con un cuidado proceso artesanal en el que todo es posible”, agrega.

No obstante, esta nueva etapa de Dake ha costado, como reconoce su product manager. “No es nada fácil llevar a cabo un proyecto de esta envergadura en el tiempo y las condiciones con las que hemos logrado hacerlo. Son muchas horas de búsqueda, descartes, correos, reuniones y revisiones”. Integrar una nueva marca, continúa, no es algo que se decida de forma improvisada. En primer lugar, “siempre responde a una necesidad del mer-

cado, y una vez identificada la demanda de su target, iniciamos un proceso de estudio que requiere de maduración por parte de todo el equipo en la búsqueda de soluciones que den respuesta a esa necesidad”.

A la hora de seleccionar una firma, “tenemos en consideración el valor añadido que nos puede aportar no solo su producto, si no su historia, su filosofía y, sobre todo, el equipo profesional que la respalda, pues son esas personas quienes nos darán el soporte diario para obtener los resultados esperados y conseguir una óptima gestión manteniendo siempre nuestro exigente estándar de calidad”, aclara De Sedas.

‘El aire nos mueve’

Del mismo modo, recientemente han lanzado el nuevo catálogo de Dake Aspiración, que incluye a las firmas Sirius, Gutmann y Westin, y que lleva por eslogan ‘El aire que nos mueve’. En palabras del directivo, “recoge a la perfección el sentir y el dinamismo del equipo humano detrás de este proyecto, la adaptación al medio, el movimiento como metáfora de trabajar por y para el cliente y como los especialistas en aspiración que somos”.

Bajo su punto de vista, este catálogo viene a reafirmar una larga trayectoria en el mundo de la aspiración, “con tres marcas muy potentes”, donde cada una de ellas aporta algo diferente y responden a las distintas necesidades de los clientes. “Con Sirius tenemos un producto de calidad funcional y estética a la par que eficiente, con un perfil más competitivo en términos de precio de lo que representan Gutmann y Westin”. Por su parte, Gutmann “es garante de una aspiración perfecta, dirigida a todos aquellos clientes que exigen de una buena planificación y rendimiento incluso antes de colocar la primera piedra”. Mientras que Westin es “exclusividad, eficiencia y nos abre un mundo de posibilidades”.

Todas ellas capaces de ofrecer el sistema de aspiración más conveniente según el estilo de vida de cada hogar. A grandes rasgos, detalla De Sedas, “cada vez más queremos cocinas más abiertas donde podamos pasar tiempo de calidad con el resto de la familia y amigos”. Así, cree que la cocina se ha convertido en el nuevo living room, “un espacio de socialización en el que predominan las campanas de techo y los modelos de integración sobre encimera. Soluciones eficientes, discretas y silenciosas, para un mayor confort”.



Néstor De Sedas

“Continuamos ofreciendo soluciones a medida para los proyectos más exigentes”

Por otro lado, el catálogo de Dake también dispone *“de una amplia gama de soluciones de integración donde el mueble es el protagonista”*. Soluciones, relata el product manager, *“de fácil instalación, con óptimas motorizaciones y kits de instalación pensados y diseñados para proteger el mueble de los vapores de cocina”*.

Como especialistas en aspiración, revela, *“continuamos ofreciendo soluciones a medida para los proyectos más exigentes. El límite lo pone cada uno en función de las características del espacio, del concepto soñado, etc. No ponemos límite alguno a los sueños cuando se trata de extraer humos”*.

Nuevos proyectos

Y en otro orden de cosas, para este año tienen varios proyectos entre manos que nada tienen que ver con la aspiración, mucho más enfocados al agua, como puede ser un dispensador de agua integrable con las medidas de un horno compacto. *“Una máquina que cuenta con un filtro que es capaz de filtrar hasta 4000 litros de agua y dispensarla de tres formas: agua con gas, agua fría y agua*

natural”, avanza el especialista, apostillando que *“nos apasionan este tipo de productos que contribuyen a mejorar el medioambiente a la vez que nos facilitan la vida”*.

Igualmente, después de alcanzar *“una notable composición de 12 marcas de grandísimo nivel y de variada tipología en nuestro portafolio”*, cada una de ellas está experimentando un recorrido *“muy interesante y de considerable progresión”*. En concreto, destaca el caso de La Cornue, *“pues está consolidando un relevante crecimiento que de la mano del equipo de París y gracias a su contribución y profesionalidad, estamos logrando cumplir con creces con la política expansiva de la marca en la península Ibérica, hecho que nos satisface muchísimo”*.

También es *“ciertamente destacable”* el incremento que ha supuesto todo lo relacionado con cocinas de exterior, concluye De Sedas: *“La versatilidad que ofrecemos con Steel y también su combinación con equipos de frío de U-line permite múltiples composiciones de exterior, para crear cocinas modulares y espacios a medida de las necesidades de cada cliente”*. ■

El eslogan ‘El aire que nos mueve’ recoge a la perfección el sentir y el dinamismo del equipo humano detrás de este proyecto, la adaptación al medio, el movimiento como metáfora de trabajar por y para el cliente y como los especialistas en aspiración que somos”

