



Para Teka, la cocina es más que un simple lugar para preparar los alimentos

La marca Teka se rige bajo los valores de la originalidad, conectando con las personas, creando experiencias que van más allá de las características del producto; la generosidad, transformando lo funcional en humano. desde hace años, incorpora en su amplia gama de productos tecnología y funciones que apuestan por la máxima higiene en la cocina y la salud de las familias.

Desde Teka Group sostienen que el éxito de su marca radica en que se mueven *“para cuidar de las personas más allá de lo convencional e inspirar momentos significativos”*. Están orgullosos de su equipo y de sus partners y eso se refleja en cada producto que los españoles tienen en su hogar. Para ellos, *“la cocina es más que un simple lugar para preparar los alimentos”*. Aseguran que *“es el espacio donde sucede casi todo lo que nos importa, donde ríes, compartes y sueñas, etcétera”*. Es el lugar *“donde las cosas pequeñas se vuelven esenciales”*. Para Teka, *“el momento de la comida, y de su preparación, forma parte de los elementos culturales y emocionales más importantes de nuestro día a día”*.

Su objetivo para este año, caracterizado aún por la pandemia del Covid-19, se fija en seguir reforzando el posicionamiento de su marca en el mercado. En Teka trabajan a diario, y con todo su esfuerzo, para estar cada vez más cerca del cliente y el consumidor final. Como marca, quieren ocupar un lugar privilegiado en la mente de sus clientes y usuarios. Para ello, están mejorando procesos comerciales como la atención en los puntos de venta, o un nuevo sistema de CRM, entre otros. Han lanzado Avanzacondeka, una plataforma donde ofrecen consejos, ideas y guías de trabajo para mejorar la experiencia del consumidor e incrementar las ventas en el punto de venta: www.avanzacondeka.com.

Para todas las necesidades

Respecto a productos, Teka apuesta por las últimas tendencias tanto en diseño como en prestaciones con la intención de cubrir las necesidades de sus usuarios. Éste es el caso de DirectSense, la inducción inteligente con sensores de tempe-

ratura que incorpora recetas de nuestra cocina tradicional como *“pochar”* para preparar una tortilla de patatas, o *“derretir”* para hacer un delicioso chocolate a la taza. Y todo ello sin preocuparse de subir y bajar temperaturas porque DirectSense ya lo hace por ti. Otro de los beneficios que ofrece es que permite cocinar con recipientes de hasta 40 centímetros, pudiendo disfrutar de una paella para toda la familia y amigos.

¿De qué manera ha influido en su I+D y desarrollo de producto la crisis sanitaria y las medidas de prevención contra el Covid-19? En Teka Group nos responden que, desde hace años, incorporan en su amplia gama de productos *“tecnología y funciones que apuestan por la máxima higiene en la cocina y la salud de las familias”*. Por ejemplo, en la línea de frío, hay frigoríficos que cuentan con la tecnología IonClean que, a través de la creación de iones negativos esteriliza, elimina olores y bacterias y preserva los alimentos con una calidad del aire impecable. En los últimos modelos de hornos, Teka integra el sistema de autolimpieza DualClean, tecnología que incorpora la limpieza Hydroclean con vapor de agua para un uso diario, y el sistema de pirólisis, convirtiendo la suciedad en ceniza para una limpieza en profundidad.

La nueva gama de lavadoras incluye un programa antibacteriano que elimina el 99,9% de los alérgenos, bacterias y polen más habituales. Además, la función Steam Assist elimina cuerpos microscópicos como gérmenes, virus o bacterias gracias a la alta temperatura del vapor. Todo ello garantiza que *“disponemos de un saneamiento total tanto de la ropa como de la ropa del hogar, manteles, servilletas, sábanas, etcétera”*.

Por último, los nuevos lavavajillas de Teka cuentan con programas intensivos que pueden llegar

En los últimos modelos de hornos, Teka integra el sistema de autolimpieza DualClean



a más de 70° y matar todos los gérmenes y restos de comida tanto de la vajilla como del interior del lavavajillas.

Por otro lado, uno de sus productos estrella es el horno SteakMaster, ideal para preparar chuletones perfectos en casa. Gracias a su SteakGrill, que alcanza los 700°C, la carne queda en su punto perfecto, con una calidad de restaurante. Es decir, SteakMaster guarda todos los secretos para preparar una carne de calidad de restaurante sin salir de casa. El horno tiene un programa para atemperar la carne a 40°C durante 20 minutos y el revolucionario SteakGrill, que es el encargado de alcanzar la temperatura ideal. Este grill, compuesto por dos placas cerámicas alcanza los 700°C, y junto con una parrilla especial de hierro fundido, hará que consigamos un chuletón crujiente por fuera y jugoso por dentro. Pero SteakMaster no sólo hace una carne perfecta, sino que tiene todas las prestaciones de un horno multifunción de última generación. Su display touch contiene 20 recetas internacionales preprogramadas que indican la temperatura y el tiempo adecuados para preparar deliciosos platos.

Las próximas novedades de Teka parten de los hornos MaestroPizza y Airfry. El primero es un innovador horno pirolítico que cocina auténtica pizza napolitana en tres minutos con su exclusiva piedra que puede alcanzar hasta 340°C, la temperatura más alta del mercado.

AirFry, por su parte, es el primer horno que trae una bandeja perforada que permite cocinar platos crujientes como patatas fritas o alitas de pollo de una forma sana, rápida y sencilla.

Por último, en la categoría Fregaderos y Grifería, nos destacan Pureclean, *“el único fregadero que, gracias a su nuevo revestimiento, repele el agua y previene la acumulación de bacterias, manteniendo su superficie más higiénica y fácil de limpiar”*.

Les pedimos que nos detallen la apuesta de Teka por el encastre. Nos recuerdan que el sector electro en España refleja la situación que estamos viviendo. El pasar más tiempo en casa, derivado del confinamiento, ha impulsado a los usuarios a utilizar más su cocina, lo que requiere contar con buenos aliados en ella. *“Todos los productos facilitan las diferentes técnicas culinarias y cuentan con funciones especiales para conseguir el mejor cocinado. Asimismo, el diseño cobra cada vez más importancia, como, por ejemplo, con las campanas decorativas verticales o las encimeras de grandes dimensiones”*, apuntan.

Tendencias predominantes

Abordamos con los responsables de Teka Group las tendencias actuales. A su parecer, afectan transversalmente a las diferentes categorías. Así,

“el diseño cobra cada vez más importancia y crecen las campanas decorativas verticales, las encimeras de grandes dimensiones o los side by side”. Igualmente, ganan importancia “todos los productos que facilitan las diferentes técnicas culinarias, y van en línea con la tendencia foodie actual, con funciones especiales para conseguir el mejor cocinado y apreciar los alimentos en todo su sabor”.

Cada vez es más habitual ver que la cocina está integrada con el salón o el comedor. Para muchas personas, esto puede resultar más práctico y cómodo. *“Una cocina abierta es más funcional y ofrece muchas más posibilidades que una cerrada y convencional”*, piensan en Teka Group. Para estas personas, Teka entrega infinidad de opciones que permiten incorporar encimeras en zonas de islas, campanas extractoras que, además de ser potentes, son estéticas a la vez, y frigoríficos de diferentes formatos que se integran perfectamente en cualquier cocina. Por último, Teka posee una amplia gama de opciones en electrodomésticos de encastre que poabilitan al consumidor personalizar su cocina y sus electrodomésticos a su gusto. ■

Como marca, Teka quiere ocupar un lugar privilegiado en la mente de sus clientes y usuarios



Una incertidumbre más coyuntural que estructural

El sector electro en España, según analizan en Teka Group, *“refleja la situación política y económica que estamos viviendo a nivel global y nacional y nos encontramos en un pequeño estancamiento de la demanda”*. Sin embargo, ciertas tendencias como la concienciación con el medio ambiente, el disfrute de cocinar en casa como si fuéramos un chef, o el simple hecho de que las transacciones de nuevas viviendas continúen creciendo, *“nos hacen pensar que la incertidumbre es más coyuntural que estructural”*.