

LUIS MONTES DE OCA, DIRECTOR DE MARKETING HANSGROHE ESPAÑA Y PORTUGAL



“Contemplamos la calidad y la sostenibilidad de manera holística”

La empresa alemana especializada en productos sanitarios persigue la sostenibilidad desde su fundación hace más de un siglo y, en consonancia, las principales novedades que han lanzado recientemente aúnan calidad, diseño y ahorro del consumo.

La máxima de hansgrohe es ser sinónimo de calidad, innovación y diseño; así como una empresa comprometida con el medioambiente y las personas. *“La sostenibilidad y la preservación de recursos es una prioridad máxima del Grupo y trabajamos para desarrollar productos premium, que ofrezcan experiencias únicas y respetuosas con el agua”*, sostiene **Luis Montes de Oca**, director de marketing del Grupo Hansgrohe España y Portugal.

Afirma el portavoz de la marca que *“somos conscientes de que el baño es un espacio íntimo y de bienestar, que refleja la personalidad de cada persona”*. En consonancia con esta idea, *“trabajamos una amplia variedad de productos, gamas, diseños y funcionalidades que*

nos permiten responder a las diferentes necesidades y tendencias". "Ofrecemos no solo tecnologías que mejoran la interacción del usuario con el producto y su impacto en el planeta, sino también servicios como hansgrohe FinishPlus y AXOR FinishPlus, con cinco y 15 acabados distintos, respectivamente, para personalizar el color y el estilo del baño, desde la grifería y la ducha hasta el desagüe o los accesorios", apunta.

Misión: ahorrar agua

En este sentido, Montes de Oca describe las principales novedades que hansgrohe ha introducido en su catálogo de baño. En primer lugar, habla de Rebris, "una moderna gama de grifería de baño, disponible tanto en cromo como en el color tendencia, negro mate, y con dos líneas de diseño (curvada y rectilínea)". Además de su aspecto fresco que fácilmente se adapta a cualquier ambiente, añade, "incluye un plus de sostenibilidad, ya que incorpora la opción de tecnología EcoSmart+, con un consumo reducido de 4l/min". Esto repercute en un ahorro de agua de un 60% respecto a una grifería convencional.

Asimismo, otra de las novedades más recientes en términos de diseño innovador y sostenibilidad es Pulsify, "una colección de duchas equipada con el envoltivo y ultrafino chorro PowderRain", comenta el experto antes de añadir que "en un estudio reciente que hemos realizado, hemos constatado como 9 de cada 10 personas que la prueban en su versión EcoSmart experimentan una ducha increíblemente placentera con un 40% de ahorro de agua".

Por otro lado, en cuanto a la marca de lujo AXOR, explica el director de marketing de la firma en la Península que han ampliado el catálogo de duchas con la gama AXOR Conscious Showers, en colaboración con el galardonado estudio de diseño internacional Phoenix. "Siguiendo en nuestra línea de sostenibilidad", especifica, "las AXOR Conscious Showers incluyen una tecnología que garantiza que el agua se utilice con moderación, sin comprometer la experiencia de la ducha". "Esto se consigue con la combinación única de un generoso rociador con un potente chorro de agua que envuelve el cuerpo, manteniendo un bajo caudal a partir de 6l/min. Todo ello, sin renunciar a la idea del ritual personal de la ducha como una experiencia revitalizante y placentera", expone.

Sostenibilidad es un concepto intrínseco a hansgrohe, insiste Luis Montes de Oca. "El Grupo lleva años logrando progresos en torno a la sostenibilidad, marcados por objetivos tanto de compañía como de producto en su camino hacia una transformación más verde". En este sentido, desde la com-

pañía apuestan por ayudar en los hogares a reducir el consumo incesante de recursos. Por ejemplo, "el 100% de nuestros grifos de lavabo tienen un caudal reducido de 5l/min gracias a la tecnología EcoSmart, que lanzamos hace ya más de 15 años y que también incorporamos en nuestras duchas". De hecho, prosigue, "un 70% de nuestras teleduchas y duchas fijas cuentan con una versión alternativa EcoSmart de 9l/min e, incluso, algunas son EcoSmart+, con un caudal de apenas 6l/min". El objetivo es que, para 2030, todo el porfolio de productos esté disponible exclusivamente con tecnologías Eco, "además de alcanzar, como compañía, la neutralidad climática en todas nuestras sedes y procesos", avanza.

El director de marketing de la empresa alemana en nuestro país concreta que la contribución del Grupo para proteger el planeta se basa en tres pilares fundamentales: "preservar el agua, proteger el clima y formar parte de la economía circular". Como resultado, estos conservan los ciclos del agua y los recursos, y protegen el clima durante todo su ciclo de vida. "Los materiales recomendados para el desarrollo de productos comprometidos con el medioambiente son aquellos duraderos, reciclables y reparables que incluyen, además, tecnologías innovadoras de ahorro de agua y de energía", expone.

Sin renunciar a nada

En la misma línea, hace hincapié en que "la sostenibilidad no debería estar ligada a renunciar a prestaciones". "Podemos ofrecer eficiencia y calidad sin dejar de lado los beneficios que nos puede traer contar con griferías y duchas con sistemas sostenibles integrados. Contemplamos la calidad y la sostenibilidad de manera holística, es decir, todo integrado dentro de un mismo producto", detalla.

Eso también incluye el diseño, aunque al respecto, Montes de Oca esclarece que diseño no se refiere solamente al aspecto que presenta. En palabras del especialista, "un buen diseño de producto se manifiesta, al fin y al cabo, antes, durante y después de su uso", por eso, "actualmente se tienen en cuenta diversos factores como la funcionalidad, la eficiencia, el proceso de producción y, por supuesto, la integración de elementos sostenibles".

Es decir, la relación entre el diseño y el desarrollo sostenible es cada vez más estrecha, y los productos de hansgrohe son prueba de ello. ■



Luis Montes de Oca

La contribución del Grupo para proteger el planeta se basa en tres pilares fundamentales: "preservar el agua, proteger el clima y formar parte de la economía circular"