



# Una nueva era de sofisticación y calidad en ramonsoler

Desde 1890, ramonsoler diseña y produce modelos de grifería buscando no solo la belleza, sino también el confort y la precisión en sus mecanismos. Su misión: priorizar la investigación para optimizar tanto el consumo del agua y energía como de los materiales y procesos. Recientemente, con su nueva imagen corporativa, busca evolucionar hacia una nueva etapa, con productos más sofisticados y de alta calidad.

**E**n ramonsoler siempre están buscando formas de innovar y mejorar la experiencia en el baño. *“En los últimos cinco años hemos renovado el 90% de nuestro catálogo, tanto en las gamas de lujo como en distribución”,* explica **Jordi Soler**, director general de ramonsoler. Ello ha conducido a ramonsoler *“a conseguir una posición altamente competitiva en todos los segmentos del mercado”*.

En más de 130 años de historia, han aprendido lecciones importantes que les han permitido seguir avanzando como empresa y superar periodos históricos muy complicados. Los valores generados por sus fundadores han permanecido: *“Valores como la seriedad, la calidad, el trato con las personas, la honorabilidad y, ante todo, que nuestros clientes se sientan orgullosos de disfrutar un producto ramonsoler”*.

En la misma línea, la importancia de la innovación les ha permitido adaptarse a los cambios y tendencias del mercado, *“invertiendo en investigación y desarrollo para crear productos que sean eficientes, duraderos y estéticamente atractivos”*. Y, de esta forma, *“mantenerse a la vanguardia del sector, continuar creciendo y expandirse en cualquier mercado internacional”*. También han interiorizado la importancia de la satisfacción del cliente. *“Ramonsoler ha mantenido una estrecha relación con ellos, escuchando sus necesidades y sugerencias”*, incide.

De hecho, la nueva imagen corporativa responde a una nueva era: *“Refleja la evolución de la marca hacia una nueva era con productos más sofisticados y de alta calidad”* y evidencia *“el compromiso de la compañía con las ODS y las políticas RSC”*.

Una nueva imagen que se extiende también a toda la gama de productos, *“que han sido rediseñados para adaptarse a las necesidades de los clientes de hoy en día”*. De esta manera, todos ellos cuentan *“con diseños actuales y elegantes, con una mayor atención a los detalles y una plena funcionalidad”*.

### **Comprometidos con el diseño y la sostenibilidad**

Una de las características distintivas del grupo, desde sus inicios, es su compromiso con el diseño. *“Es un elemento fundamental que debe estar presente en todas las etapas del proceso de producción, desde la concepción de la idea hasta la fabricación del producto final”*. No solo es una cuestión de estética, *“sino que también tiene un impacto en la funcionalidad del producto”*. Al mismo tiempo, se trata de una marca comprometida con la sostenibilidad y el cuidado del medioambiente. En palabras de su director general, *“la empresa ha tomado medidas importantes para minimizar su impacto en el entorno y reducir su huella ecológica”*.

Uno de los aspectos más importantes en los que se enfoca el grupo es el ahorro de agua. *“Hemos desarrollado tecnologías innovadoras para reducir el consumo de agua en nuestros productos, como el sistema de ahorro de agua C2/S2, que permite un flujo constante y uniforme de agua mientras reduce el consumo hasta en un 50%”*. Además, *“ofrecemos grifos termostáticos que permiten reducir el consumo innecesario de energía y controlar la temperatura del agua gracias a sistemas como el Termostop, con un sistema limitador de temperatura eficiente de 38° a 42°”*.

Por otro lado, este año están cambiando todos los embalajes, reconvirtiéndolos en 100% de

materiales de celulosa, *“eliminando todos los plásticos de un solo uso y utilizando materiales reciclados, así como tintas vegetales”*. Otras acciones son la implantación de placas solares, *“que suponen un 80% de nuestro consumo energético”*. La empresa también promueve la concienciación a través de campañas de sensibilización dirigidas a sus clientes y empleados.

### **Los baños del futuro**

*“El futuro de los baños se presenta emocionante e innovador y, en ramonsoler, estamos preparados para liderar esta evolución”*, anuncia. Sin duda, la tecnología tendrá un papel crucial en este proceso. Por ejemplo, augura, *“los grifos serán cada vez más inteligentes y conectados”*. Además, *“los baños del futuro serán más sostenibles y respetuosos con el medioambiente, y se integrarán sistemas que permitirán ahorrar agua y energía”*. Y añade: *“La buena noticia es que nosotros ya estamos trabajando en este avance y seguimos desarrollando nuevas técnicas para poder seguir siendo un referente en diseño, calidad y sostenibilidad en el mercado de la grifería”*.

En cuanto a los retos actuales del sector, considera que *“nos encontramos en un mercado cada vez más competitivo, donde la innovación es clave para diferenciarse de la competencia”*. Por consiguiente, *“es necesario estar al día de la tecnología y el diseño, creando productos que sean más eficientes y fáciles de usar”*.

Además, *“los cambios en los hábitos de consumo también están afectando al sector”*. Los consumidores están optando por productos más personalizados y diseñados a medida, *“lo que significa que las marcas debemos estar dispuestos a adaptarnos a estas demandas”*.

### **Premiados por la excelencia**

Recientemente, el grupo ha sido reconocido internacionalmente con el premio iF Design Award 2023 por su grifería Adagio. *“Es una satisfacción haber sido premiados entre los numerosos participantes de todo el mundo”*, reconoce.

El director general también ha querido agradecer a todo el equipo de ramonsoler su trabajo y dedicación para hacer posible dicho logro y, también, a sus clientes y colaboradores, *“por su confianza y apoyo continuo, lo que nos impulsa a seguir mejorando cada día”*. ■



Jordi Soler

**“El cuidado del medioambiente es una responsabilidad compartida, y trabajamos para asegurar que nuestros productos sean respetuosos con el entorno”**