



Oscar Gundin

National Sales Manager AC. de Hisense

Hisense

“En Hisense siempre apostamos por los valores que compartimos con el mundo del deporte, y siempre vamos a seguir el camino. Mientras, no renunciamos el mayor valor que podemos traer a los consumidores: la tecnología, y para acompañarla, no nos pueden faltar la calidad y el servicio...”

Hisense es una multinacional tecnológica que opera en más de 130 países y forma parte de la lista Top 10 de las mejores empresas de innovación tecnológica a nivel internacional. Con productos centrados en el sector móvil, electrodomésticos, climatización y soporte, la compañía lleva una década actuando en la Península Ibérica para llevar a los clientes de este mercado la mejor tecnología en sus productos bajo tres premisas: “tecnología, calidad y servicio”, como indica Oscar Gundin, National Sales Manager AC. de Hisense. En la siguiente entrevista su responsable desgana los planes de la compañía en el mercado.

En 2009 Hisense se introdujo en el mercado español y portugués, desde entonces ¿cómo valora este mercado? ¿Qué beneficios ha reportado a la compañía?

En Hisense Iberia, llevamos casi una década de constante crecimiento en el mercado español y portugués. Nuestros productos innovadores (televisiones, smartphones, electrodomésticos y aparatos de climatización) se pueden encontrar en más de 5.000 puntos de venta, entre ellos las grandes cadenas de distribución más importantes de ambos países.

¿Cuáles serían los tres pilares en los que se fundamenta la compañía?

Tecnología: somos unos apasionados de la tecnología y de hacerla accesible a todo el mundo.

Calidad: nuestros procesos de calidad nos aseguran que ofrecemos productos que nos enorgullece vender.

Servicio: comprometidos con nuestros clientes para ofrecer el mejor servicio.

Dentro de la empresa, ¿qué lugar ocupa el I+D? ¿Qué inversión se hace en ello?

En Hisense estamos comprometidos con la innovación. Dedicamos cada año el 5% de los ingresos a I+D, tenemos 13 centros de i+d en todo el mundo y una cooperación estratégica con MIT Media Lab.

A rasgos generales, ¿qué innovaciones en nuevos sistemas y tecnologías podemos encontrar en el sector de la climatización?

Las innovaciones que nos encontramos en el sector de la climatización son diseño, adaptabilidad de los equipos, aparatos más compactos, soluciones multifuncionales y la conectividad/control de los mismos.

Además durante este año se incorporan al mercado los nuevos equipos para gas refrigerante R32, un tipo de gas más eficiente y menos contaminante.



Recientemente Hisense ha puesto en manos de un centenar de hospitales su sistema Hisense CAS (Computer-Assisted Surgery), ¿Podría explicar en qué consiste el sistema? ¿Tienen ya datos de los beneficios que han supuesto a los hospitales?

Hisense CAS es una solución completa que ayuda a los profesionales sanitarios en operaciones abdominales, de órganos como el hígado, la vesícula biliar, el páncreas o los riñones, y fundamental para el diagnóstico prematuro de enfermedades como el cáncer. Es capaz de ofrecer a los médicos un sistema de análisis cuantitativo y una reconstrucción de imágenes médicas eficiente, precisa y simple, es la principal aportación de la marca a la medicina moderna.

Este sistema es aplicable tanto a pacientes de todas las edades. Al conectarse al PACS del hospital, las imágenes de las tomografías computarizadas y las resonancias magnéticas pueden visualizarse en tiempo real en el sistema CAS. Las imágenes se someten a una serie de algoritmos de pos procesamiento, como eliminación de ruido, segmentación, reconstrucción en 3D, etc., generando modelos tridimensionales de hígado, tumor, vasos sanguíneos, así como varios órganos y tejidos adyacentes.

Hisense CAS ha sido desplegado en más de cien hospitales y ha atendido a más de 3.000 pacientes, recibiendo enormes elogios por la comunidad médica.

Al ver este salto del uso doméstico de sus productos, a encontrarlos ahora, por ejemplo, en los hospitales, ¿piensa la compañía en ampliar el mercado de trabajo e ir más allá, hacer productos o plantear usos que se pueden dar fuera de las casas?

Como comentábamos antes, en Hisense estamos comprometidos con la innovación. Por supuesto vamos a ampliar el mercado y seguir desarrollando productos innovadores para mejorar nuestra vida.

Dentro del mundo del electrodoméstico, ¿en qué tipo de productos está trabajando actualmente la compañía?

A parte de las líneas que tenemos ahora, televisión, frigoríficos, congeladores, aire acondicionado y telefonías móviles, en 2019 traemos novedades que son los productos encastres y hornos para empezar a trabajar en la línea de cocina. Y esperamos traer más productos de cocina para tener una oferta más amplia del electrodoméstico

Hisense ha sido en varias ocasiones patrocinador de eventos y equipos



deportivos de reconocimiento mundial, lo que entre otros beneficios, le ha proporcionado visibilidad, ¿Qué otras estrategias de comunicación y marketing se plantea la empresa? ¿Cuáles son las que más éxito tienen?

En Hisense siempre apostamos por los valores que compartimos con el mundo del deporte, y siempre vamos a seguir el camino. Mientras, no renunciamos el mayor valor que podemos traer a los consumidores: la tecnología, y para acompañarla, no nos pueden faltar la calidad y el servicio. Estamos comunicando

continuamente diferentes tecnologías que desarrollamos en nuestra casa y es importante compartirlo con los consumidores.

Y por último, ¿hacia dónde avanza la climatización del futuro? Y, ¿la televisión y el electrodoméstico del mañana?

Desde Hisense consideramos que el futuro de la climatización pasa por la eficiencia, entendida como menor consumo, la reducción de la contaminación acústica, y la recuperación energética, como factor de innovación.

