



Niccolò Pietrucci Director de Marketing del Grupo Whirlpool en España



“En Whirlpool queremos ir mucho más allá de los centros de producción y tratamos de caminar hacia un modelo empresarial cada vez más responsable socialmente y con el medioambiente...”

Whirlpool Corporation se ha consolidado como una de las principales compañías mundiales de electrodomésticos, con ventas anuales de aproximadamente 20 mil millones de dólares, 77.000 empleados y 59 centros de investigación de fabricación y tecnología en 2019. La compañía comercializa Whirlpool, KitchenAid, Maytag, Consul, Brastemp, Amana, Bauknecht, JennAir, Indesit y otras marcas importantes en casi todos los países del mundo. Para profundizar en Whirlpool a nivel del mercado español, su Director de Marketing en España, Niccolò Pietrucci, comenta el compromiso vehemente de Whirlpool por la sostenibilidad y sus novedades más destacadas, entre otros aspectos de interés sobre la compañía, en la siguiente entrevista.

La historia de Whirlpool se remonta más de un siglo atrás, ¿cómo valora su evolución?

La evolución de Whirlpool en el mercado español ha sido muy positiva. Hemos conseguido tener presencia en todos los canales de venta con las marcas Whirlpool, Indesit y Hotpoint. En los últimos tres años hemos triplicado la cuota de mercado y conseguido incrementar la facturación.

Uno de los hitos de Whirlpool fue en 2003 cuando se comprometió a reducir el nivel de gas invernadero. ¿En qué porcentaje se establece ahora el nivel de reducción? ¿Qué medidas se han ido tomando para conseguirlo?

Según datos de nuestro último Informe de Sostenibilidad, en 2018, Whirlpool redujo un 7% las emisiones de gas invernadero en las plantas de producción, lo que equivale a la electricidad que consumen 10.000 hogares en un año. En este mismo periodo se reciclaron el 97% de los residuos materiales generados y se recogieron más de 280.000 toneladas métricas de material, que sería como reciclar 4,6 millones de electrodomésticos, además de reducir un 10% el consumo de agua en los centros de fabricación.

Con cuestiones como la anterior vemos que la compañía está comprometida con la huella que estamos dejando en el medioambiente, ¿se han fijado otros objetivos en este sentido (a corto y largo plazo)?

El objetivo de Whirlpool EMEA es que, en 2025, el 100% de las piezas de sus electrodomésticos sean de plástico reciclado, siguiendo con la Estrategia de Plásticos de la Comisión Europea. Sin embargo, en Whirlpool queremos ir mucho más allá de los centros de producción y tratamos de caminar hacia un modelo empresarial cada vez más responsable socialmente y con el medioambiente, hacia una economía circular del plástico: reciclar, reparar y reutilizar en todas las fases de diseño y producción. Por ejemplo, aquí, en la sede en España no tenemos fabricación, pero trabajamos por un entorno libre de plásticos. De hecho, nuestras oficinas ya son consideradas “plastic free”. El objetivo es que la cultura del reciclaje y la reducción del plástico formen parte de nuestro ADN empresarial y sea un compromiso diario de todos y cada uno de nosotros.

Los orígenes de Whirlpool se asocian a las lavadoras, ¿cómo ha sido la evolución de este sistema dentro de la compañía? ¿Podría comentar las novedades del 2020?



Las lavadoras han estado siempre en el centro de nuestro negocio, y lo continuarán estando, junto con la focalización de esfuerzos que la compañía está haciendo en los electrodomésticos de encastre. Siguiendo con nuestro fuerte compromiso por mejorar la vida de nuestros consumidores, en 2020, hemos presentado varios productos de lavado que ofrecen soluciones y funciones inteligentes.

Con la marca Whirlpool, por ejemplo, hemos lanzado una nueva gama FreshCare+, tanto de libre instalación como de encastre. La opción FreshCare+ es única en el mercado porque, gracias al poder del vapor y a los delicados movimientos del tambor, las prendas se mantienen frescas una vez ha finalizado el ciclo de lavado. Es la solución perfecta si el consumidor no puede sacar la ropa de la lavadora justamente después, lo cual sabemos que sucede muy a menudo (casi el 70% de las veces). Las nuevas FreshCare+ también disponen del ciclo Steam Refresh, que ofrece a nuestros consumidores la posibilidad de refrescar sus prendas, a la vez que se eliminan las arrugas y los olores en tan solo 20 minutos.

La novedad principal de Indesit, donde nuestro objetivo es ofrecer soluciones prácticas, fiables y fáciles de usar, es la nueva serie MyTime, que presenta la solución perfecta en cuanto a ahorro de tiempo. Sus lavadoras son las únicas en el mercado que ofrecen tres ciclos de carga completa de menos de una hora de duración, además de otros cinco ciclos rápidos de media carga.

Directamente relacionado con las lavadoras, se encuentran las secadoras, ¿cuál es su producto estrella?

Este año hemos renovado completamente nuestra gama de secadoras, tanto de Whirlpool



como de Indesit. Aunque creemos que ofrecemos soluciones para todo tipo de necesidades, nuestros productos estrella son las nuevas secadoras Supreme Care. La combinación de la tecnología 6th Sense y 3Dry proporciona un excelente cuidado de las prendas y unos resultados de secado óptimos. Por otro lado, su sistema de flujo de aire multidimensional proyecta el aire caliente, de una forma homogénea y delicada, desde los orificios de la parte posterior al tambor para que, así, la distribución del aire sea más suave.

¿Considera que la llegada de la lavasecadora influirá a largo plazo en las ventas de lavadoras y secadoras?

Las lavasecadoras son un segmento relativamente “joven” dentro de la categoría de lavado y, podemos decir, que representan

una oportunidad para los fabricantes. Mientras que el mercado global de lavado se ha mantenido relativamente “plano”, la demanda por este tipo de electrodomésticos ha registrado un incremento de dos dígitos en los últimos años. A día de hoy, Whirlpool es el tercer grupo en España en este segmento y ha aumentado su cuota el 50%.

El motivo de esta expansión lo encontramos en la solución práctica que ofrecen al consumidor final en cuanto a ahorro de espacio, especialmente a aquellos que viven en ciudades, donde se ha reducido el tamaño medio de los apartamentos. En este contexto,





las ventas de secadoras pueden verse relativamente afectadas.

Otro de los productos que comercializa Whirlpool son los frigoríficos y congeladores, ¿en qué cuestiones se están trabajando para seguir modernizando estos sistemas?

Hemos estado trabajando en el diseño exterior e interior para que nuestros productos sean más atractivos y fáciles de usar. También hemos mejorado la eficiencia energética de frigoríficos y congeladores y su tecnología de refrigeración con el sistema Dual NoFrost. Éste dispone de un sistema independiente de refrigeración para el frigorífico y de otro para el congelador, lo que proporciona una perfecta conservación de los alimentos. Además, hemos diversificado nuestra gama de productos con diferentes prestaciones, por ejemplo, los modelos de gran capacidad o las soluciones de encastre.

¿Son los aires acondicionados otro de los puntos fuertes de la empresa? ¿Qué distingue a sus sistemas de la competencia?

Los aires acondicionados, si bien no forman parte de las categorías principales de la



empresa, destacan por utilizar la tecnología Inverter (6th Sense) y tener una clasificación energética A+++ en refrigeración, lo que los convierte en aparatos un 25% más eficientes en comparación con otros aires del mercado.

Además, los modelos que disponen de conexión wifi pueden controlarse y configurarse a través del móvil o la tablet con la aplicación móvil 6th Sense App de Whirlpool. Próximamente implementaremos el control de voz en algunos modelos. De esta manera, progresivamente, nuestros productos se incluyen en la revolución IoT (Internet de las Cosas).

¿Del resto de sistemas que comercializan cuáles son los más destacados?

Comercializamos tres tipos de aires acondicionados: portátiles, Split y Free Match (de pared) y Cassette (de techo). Nuestros aires portátiles incorporan una bomba de calor que les permite trabajar de forma más eficiente.



Desde su punto de vista, ¿cuál es el futuro del sector del electrodoméstico?

Creo que el futuro de los electrodomésticos no puede entenderse sin conectividad y sin eficiencia energética.

Hace tiempo que Whirlpool trabaja la eficiencia y la conectividad en los planes I+D que hay detrás de los desarrollos de producto. Sin embargo, creo que lo que hoy en día nos sorprende tan solo son pinceladas de lo que está por venir.

Gracias a la conexión wifi, los aparatos serán capaces de anticiparse a nuestras necesidades y las tareas del hogar se llevarán al mundo digital, haciendo que no supongan casi ningún esfuerzo para el usuario, ya que la tecnología permitirá que los electrodomésticos sean cada vez más autónomos. Por otro lado, toda esta innovación tecnológica no solamente estará pensada para hacer la vida del usuario mucho más fácil, sino que se pondrá al servicio de la eficiencia energética de los aparatos.

La W Collection, la gama premium de Whirlpool, ya ofrece electrodomésticos con conectividad que pueden controlarse a través de la aplicación móvil 6th Sense. A su vez, la conexión wifi permite que los aparatos "hablen" entre ellos, de manera que, por ejemplo, la campana se enciende automáticamente en el momento que la encimera se esté utilizando.

Por otro lado, la conectividad permite obtener unos resultados óptimos con el mínimo esfuerzo. Es el caso de la experiencia de cocina asistida que ofrecen nuestros electrodomésticos conectados: las recetas pueden enviarse a la encimera o al horno para que el usuario pueda seguir los pasos a través de la pantalla TFT integrada en los electrodomésticos.

Un nuevo grado de confort

Bombas de calor aroTHERM split



(*) Nota nivel sonoro A7/W55 (EN12102): 52 dB(A) para 4/6 kW, 54 dB(A) para 8 kW y 56 dB(A) para 12 kW



Tecnología que funciona. Confort que dura

- Clase A+++
- 4, 6, 8 y 12 kW
- Alto rendimiento en ACS. Hasta 62 °C sin apoyo eléctrico
- Gran capacidad de modulación en calefacción
- Muy silenciosa
- Rápida y fácil de instalar
- Servicio postventa propio de la marca
- Garantía y calidad Vaillant. Máxima fiabilidad
- Protección anticorrosión: Puede instalarse en costa. Clase 5 ISO 12944-6
- Premio reddot design 2018



reddot award 2018 winner



Confort para mi hogar