



Albert Díaz

Responsable de Producto y Marketing de B&B Trends



“La filosofía de B&B Trends es la de intentar llegar a los clientes con los productos más actualizados que hay en el momento...”

Bajo la idea de contribuir a la calidad de vida y el bienestar de las familias, B&B Trends se ha introducido en el mercado con productos prácticos y fáciles de usar. Gracias a su línea de artículos de salud, terapia por calor, belleza, bienestar o sus productos para el hogar intenta ofrecer siempre la máxima calidad y las últimas tecnologías para el día a día. Durante la siguiente entrevista, Albert Díaz, Responsable de Producto y Marketing de la compañía, profundizará en su historia, su filosofía, sus diferentes marcas y líneas de negocio, al igual que expondrá su visión de futuro para este sector, marcado por la conectividad, las nuevas tecnologías y la eficiencia energética.

Con la intención de profundizar en la historia de B&B Trends, ¿cómo ha sido su evolución en los últimos años?

La historia de B&B Trends es muy reciente, pero podemos decir que su evolución no ha pasado desapercibida. Desde el comienzo en 2014 con Daga, con la posterior adquisición de Di4, la creación de LifeVit y su ecosistema de productos a pasar a ser referentes mundiales en planchado con la incorporación al grupo de SDA Factory junto a la marca Ufesa.

¿Bajo qué filosofía evoluciona la empresa?

La filosofía de B&B Trends es la de intentar llegar a los clientes con los productos más actualizados que hay en el momento, nuestra intención es la de llegar a cualquier público.

En la actualidad, ¿con qué marcas cuenta la compañía? ¿Podría indicar la línea de negocio de cada una de ellas?

- Daga: calor textil.
- Ufesa: cocina, hogar, cuidado personal, ventilación y calefacción.
- Di4: planchado, vapor, aspiración.

La última en llegar al grupo ha sido Zelmer, ¿bajo qué estrategia de expansión se adquirió la marca?

Zelmer supone un salto en la expansión del grupo, que abre una nueva puerta a mercados de Europa Central y del Este con una marca indiscutiblemente referente para las categorías de producto que trabaja. De esta manera reforzamos nuestra presencia en donde no llegábamos a conectar del todo con el portfolio de marcas existente hasta el momento.

Centrándonos en sus productos, ¿cuáles destacaría dentro de su marca Ufesa? ¿Cuál está siendo el más exitoso del nuevo catálogo?

La renovación de la gama de procesadores de alimentos ha sido un pilar de la era de Ufesa en B&B Trends. Tradicionalmente, Ufesa ha sido una marca fuerte en este segmento, pero debíamos actualizarla a los nuevos tiempos, de ahí el éxito de las nuevas batidoras de vaso o batidoras de varilla.



Con LiveVit y Daga se han introducido en el sector de la salud y el bienestar, ¿qué tipo de sistemas son los más demandados por los consumidores en este sentido? ¿Cómo se está integrando la tecnología y la conectividad en este ámbito?

LifeVit es la marca más dinámica del grupo ya que el sector de la salud conectada aún está intentando consolidarse. Las tecnologías cambian con mucha rapidez y hay que adaptarse a las cambiantes demandas del consumidor.

En el mercado español el consumidor está interesado en estos productos, pero aún no tiene el hábito de incorporarlos con naturalidad en su rutina excepto en casos como las pulseras de actividad, más vinculadas a hábitos deportivos o recreativos. Pero es cierto que la tendencia sigue creciendo, la demanda va aumentando.



Planchado, aspiración y limpieza, abarcan el grosso de los productos de Di4, ¿podría comentar las últimas novedades que están en el mercado para estas líneas?

Las últimas novedades en Di4 se centran en planchado donde tenemos el sistema 'Healthy', que elimina el 99,99% de los microbios, este sistema de planchado es especial para planchar cualquier tipo de tejido con el efecto antimicrobiano reforzado.

En los tiempos que corren la eficiencia energética se ha vuelto fundamental en el mundo de los electrodomésticos, ¿cómo está mejorando B&B Trends sus productos en este sentido?

En un mercado donde la potencia "vende", el gran reto y desafío que hemos asumido es que esa potencia se acompañe de eficiencia,

que resultará en una mayor satisfacción para el consumidor.

Desde el punto de vista, ¿hacia dónde se evoluciona el sector del pequeño electrodoméstico? ¿Qué cuestiones se están volviendo fundamentales para los consumidores? En sí, ¿cómo imagina el PAE dentro de unos años?

La evolución en el pequeño electrodoméstico se verá sobre influenciado por el tema de las aplicaciones con app, donde podremos controlar a nuestros pequeños aparatos.

Creemos que para los usuarios, cada vez más, es importante que sus electrodomésticos sean más estéticos, el color también podría entrar en juego para algunas familias y otra característica sería la de que con un mismo aparato se pueda hacer más de una función.

