



TESI
It's impressive

Oscar Álvarez
DIRECTOR DE TESI IBERIA

“Seguimos trabajando para entender cómo llegar a los clientes para formar en la transición hacia un futuro más sostenible con productos que permitan ahorrar de una forma inteligente e impactando de la menor manera posible en el medio ambiente...”

Fundada en 1993, TESI se encuentra entre uno de los principales fabricantes europeos de termos eléctricos, depósitos de calentamiento indirecto, aparatos de calefacción eléctrica y bombas de calor de aerotermia. Con 30 años de trayectoria, exporta su innovación y producción a más de 50 países en 4 continentes. Así, Oscar Álvarez, director de TESI Iberia, nos concede una entrevista para conocer de primera mano de qué manera se están adaptando a los nuevos retos energéticos que están surgiendo.

¿Qué magnitudes tiene la multinacional TESI?, ¿qué áreas de negocio abarca?

Tesi es uno de los líderes en Europa en la fabricación de Termos y calefacción. Con más de 1.050 empleados, estamos presentes en 65 países.

Desde el 2021 estamos avanzando en la inversión y desarrollo de las Bombas de calor.

¿Qué balance hace de este 2023 para TESI?

Cada año representa, para todos, un reto en la comprensión de cómo el mercado se va a comportar y cuáles serán los problemas que debemos enfrentar para seguir liderando las categorías de producto en la que estamos presentes.

Después de un final del 2022 donde las bombas de calor se presentaban como una apuesta inmediata, hemos observado cómo ese proceso se ha ralentizado un poco más de lo esperado.

A pesar de todo, acabaremos el 2023 creciendo en comparación con el 2022 y cumpliendo etapas en nuestro plan a medio y largo plazo.

¿Cuáles han sido los principales desafíos que han enfrentado y superado?

2023 está siendo un año importante para la compañía, cumplimos 30 años, un aniversario lleno de historias de éxito y que, a su vez, muestra un futuro prometedor.

Seguimos trabajando para entender cómo llegar a los clientes para formar en la transición hacia un futuro más sostenible con productos que permitan ahorrar de una forma inteligente e impactando de la menor manera posible en el medio ambiente.

¿Cuál es el perfil del consumidor de la marca TESI en nuestro país?

El termo eléctrico es sin duda el producto que más unidades mueve en todos los mercados. El cliente y el usuario no coinciden necesariamente. Donde existe mucha vivienda vacacional, el usuario no es el que compra aunque sí el que disfruta del producto.

Al margen de esto, que es significativo en muchas regiones de España, el consumidor tiene un perfil cada vez más informado, que compara antes de comprar.



Le importa el precio, pero está dispuesto a pagar algo más si el producto puede añadir valor, mayor garantía, funciones de programación o inteligentes que permitan ahorrarse algo en la factura de electricidad.

En este sentido, cuando dejan al lado el puro precio, son más marquistas y si son capaces de reconocer la marca o marcas que dan algo más.

TESI cuenta con distintas líneas de negocio, ¿cuál de ellas resulta más importante para la Compañía en cuanto a beneficios?

TESI es una marca que se caracteriza por ofrecer un portfolio de producto, compacto, que cubre todas las necesidades en las categorías.

En este sentido, para nosotros es vital transmitir esta oferta completa que ayuda al cliente a poder decidir sin necesidad de contar con diferentes proveedores.

En este sentido, todas las categorías juegan un papel crítico para llegar a la última línea de la cuenta de resultados.

Uno de los principales desafíos del sector pasa por la innovación y la diferenciación. ¿Cómo se aplica esto en los productos de TESI? ¿Qué tecnologías están despuntando?

Sin duda la búsqueda de diferenciación es un elemento de nuestro ADN.

A lo largo de estos 30 años TESI se ha caracterizado por incorporar en sus productos todos los desarrollos tecnológicos que pudieran diferenciar nuestro catálogo.

Tenemos 3 patentes vigentes y una serie de procesos en la fabricación que hace que la calidad de nuestros productos sea reconocida por los profesionales del sector que tienen la oportunidad de instalarlos.

En los termos eléctricos, la soldadura de plasma de alta precisión, la eliminación del puente térmico en las sujeciones de los termos o el efecto pistón que posibilita que el termo produzca hasta un 25% más de agua caliente, son algunos de ellos.

En la calefacción hemos patentado e incorporado recientemente a nuestros convectores el módulo Airsafe, que permite limpiar el aire hasta un 98% de virus y bacterias al mismo tiempo que calienta la estancia.

En la categoría de bombas de calor para agua caliente sanitaria estamos haciendo un trabajo muy consistente que nos está permitiendo ofrecer a nuestros clientes productos con un coeficiente de performance muy por encima de la media de lo que se puede encontrar en el mercado.



¿Qué políticas medioambientales aplica TESI en sus artículos?

Como no podía ser de otro modo el compromiso de TESI por minimizar el impacto medio ambiental es total.

En este sentido y de forma permanente trabajamos sobre los procesos de producción y no solo nos ceñimos a la reglamentación y normativa vigente, sino que tratamos de ir por delante.

La gestión de residuos y su reciclaje, además de la minimización del impacto ambiental, ahorra millones de euros que al final benefician al cliente, puesto que nos permite ser más competitivos.

¿Qué principales estrategias de marketing y de promoción se están siguiendo desde TESI para fomentar las ventas?

En TESI, hemos implementado una serie de estrategias de marketing y promoción destinadas a comunicar los beneficios de nuestros productos, impulsar nuestras ventas y ayudar al cliente final a tomar la mejor decisión sobre cuál es el mejor producto para sus necesidades. Algunas de las principales estrategias que hemos adoptado son el marketing digital y de contenido, comunicando información de interés para el distribuidor, instalador y usuario final sobre las tendencias de la industria, nuevos productos y la mejor forma de utilizar nuestras diferentes soluciones. También contamos con promociones y descuentos para incentivar las compras en momentos clave para el mercado.

Adicional a esto, en el 2023 nos hemos enfocado mucho en estar presentes en eventos del sector, tanto en eventos abiertos al público como privados. Nos pueden encontrar en ferias como EFINTEC en Barcelona o Climatización & Refrigeración en Madrid, como en congresos como el de CONAIF en San Sebastián. También estamos realizando giras de producto de la mano de nuestros distribuidores más importantes a nivel nacional donde enseñaremos las nuevas innovaciones de TESI.

¿Nos sorprenderán con alguna novedad el próximo año 2024?

Estamos en un proceso permanente de revisión de nuestros productos. A veces son novedades que no son fácilmente perceptibles por nuestros clientes, pero que, sin duda, afecta a la funcionalidad y calidad de los mismos.

2024 será un año importante pues esperamos que la categoría de Bombas de Calor comience a asentarse y mostrar una forma más clara la evolución.

Recientemente hemos incorporado a la categoría de Bombas de Calor el modelo Aquathermica Compact, la bomba de calor de instalación mural, disponible en dos volúmenes, 100 y 150 litros.

Ya disponíamos de Aquathermica de suelo de 200 y 260 litros con y sin serpentín.

A lo largo del 2024 se presentará toda la línea con propano como refrigerante.

