



Joaquín Márquez

DIRECTOR GENERAL HAVERLAND



“Siempre hemos trabajado cumpliendo los más estrictos estándares de calidad europeos, adaptándonos a las normativas locales de cada país y al tipo de producto demandado...”

Entrevistamos a Joaquín Márquez, director general de Haverland, una empresa que, desde sus inicios en 1971 como Elaboraciones Mecánicas Marsan hasta convertirse en uno de los principales fabricantes europeos de sistemas de calefacción eléctrica, ha mantenido un enfoque en la calidad, la innovación tecnológica y la sostenibilidad ambiental. Con presencia en Europa, China, Latinoamérica y otros continentes, Haverland se destaca por anticipar y satisfacer las demandas del mercado, manteniendo su posición como líder en el sector de la climatización y la calefacción eléctrica.

¿Podría proporcionar una visión general de Haverland como empresa, incluyendo su historia, valores fundamentales y principales áreas de especialización en el mercado de calefacción y climatización?

Marsan Industrial, S.A. es una empresa familiar española fundada por Joaquín Márquez Sánchez en 1971 bajo el nombre de “Elaboraciones Mecánicas Marsan”. Más tarde, en 1979, se constituye como Marsan Industrial, S.A., una empresa fabricante de aparatos de calefacción

eléctrica comercializando las marcas, HAVERLAND, MARKESIT Y LODEL. En 1989 empieza su andadura en mercados internacionales y, a fecha de hoy, se puede decir que somos uno de los principales fabricantes europeos de sistemas de calefacción eléctrica, tanto portátiles como fijos (de pared) que se distribuyen en Europa, China, Latinoamérica y otros continentes. Todo ello respaldado por una amplia red de agentes comerciales y distribuidores.

Actualmente, el reto principal del mercado de la climatización en Europa, y especialmente en España, es acelerar la transición hacia equipos de energías más verdes, más renovables. Existe un marco de políticas de descarbonización de los sistemas de alta eficiencia energética y ayudas económicas y subvenciones para hacer frente a la instalación de nuevos equipos de aerotermia y bajas emisiones, pero aún no se ven sus resultados de forma global.

¿Cuáles son los pilares fundamentales que han contribuido al éxito de Haverland en el mercado español y cómo se diferencian sus productos y servicios de los de la competencia?

Si tuviera que describir los pilares fundamentales que nos han hecho llegar hasta aquí, destacaría el esfuerzo y el tesón de su fundador, quien lo ha sabido inculcar para que las generaciones futuras mantengan ese espíritu emprendedor y de constancia.

Siempre hemos trabajado cumpliendo los más estrictos estándares de calidad europeos, adaptándonos a las normativas locales de cada país y al tipo de producto demandado. Esto nos ha convertido en una marca de confianza en Europa, firmando contratos OEM con los principales distribuidores, tanto nacionales como internacionales.



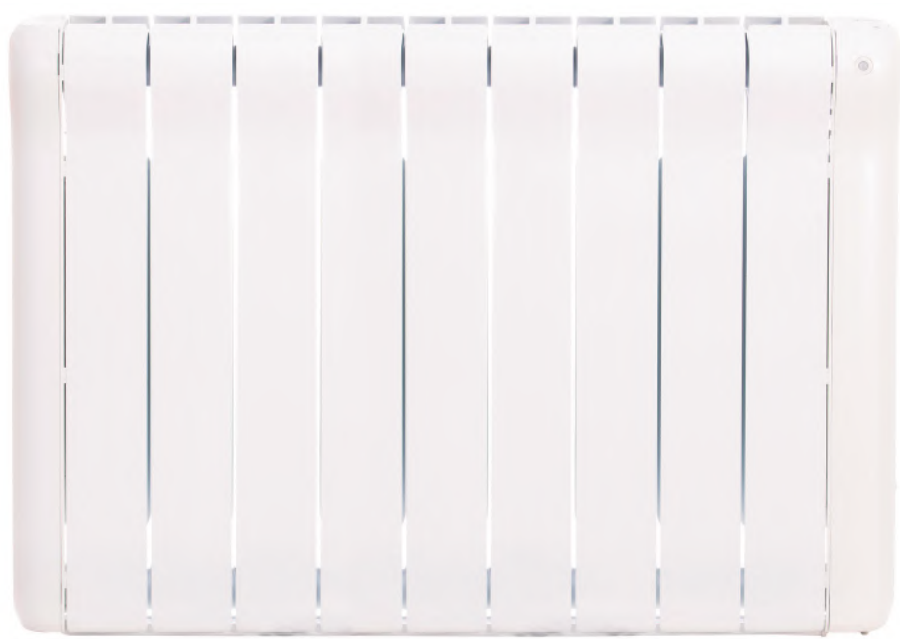
¿Qué estrategias está implementando Haverland para mantenerse a la vanguardia en un mercado cada vez más competitivo y en constante evolución tecnológica?

Es cierto que, desde hace unos años, el sector al que pertenecemos se ha vuelto muy competitivo e incluso me atrevería a decir “agresivo”. Por un lado, por las consecuencias económicas de los 3 últimos años, y por otro, la desaparición de algunos actores que aparecieron en el sector de manera coyuntural y puntual, pero que decidieron dejarlo al no obtener los resultados esperados, al no ser especialistas en calefacción eléctrica como es nuestro caso.

Siempre hemos estado a la vanguardia de cualquier tecnología siendo, de hecho, uno de los primeros fabricantes que sacó al mercado un radiador con sensor de presencia, una patente de modelo de utilidad que registramos en su día. A fecha de hoy, entre nuestros emisores térmicos el usuario puede elegir entre un on-off o uno con conectividad para que a través de la app Haverland pueda controlar los radiadores desde cualquier lugar del mundo.

¿Cómo afecta la demanda y las tendencias del mercado al desarrollo de nuevos productos en Haverland?

Estamos constantemente innovando. En Haverland uno de los valores principales es el trabajo en equipo de los distintos departamentos (I+D+i, cadena de suministro, Marketing, Comercial, Exportación y Postventa). Cada uno en su área, hace que Haverland sea una marca que siempre esté al día en cuestiones tecnológicas incorporándolas a sus fabricados.



En el contexto actual de preocupación por el medio ambiente, ¿cuál es el compromiso de Haverland con la fabricación de productos respetuosos con el entorno?

Cumplimos los máximos estándares de calidad pautados por la Unión Europea y contamos con las certificaciones internacionales que nos permiten ser una marca de total confianza. Siempre hemos sido respetuosos con el entorno y utilizamos materiales reciclados para no dañar el medioambiente.

A la hora de fabricar nuestros radiadores, siempre tenemos en cuenta parámetros como, la forma de producir calor o el tipo de aislamiento que puedan tener las distintas estancias de una casa, oficina, etc. De esta manera, no solo contribuimos al cuidado

del medio ambiente sino que también ofrecemos a nuestros clientes el máximo confort y bienestar con un bajo consumo energético, evitando sustos inesperados en la factura de la luz.

En Haverland siempre hemos contribuido a fabricar sistemas de calefacción más eficientes y con vertiente ECO. Nuestro sector es clave y por eso estamos en continuo desarrollo para que nuestros productos reduzcan el impacto medioambiental y pensando siempre en la seguridad, el confort y el ahorro de los consumidores.

¿Qué papel juega la digitalización y la conectividad en la oferta de productos de Haverland y cómo está evolucionando esta área dentro de la empresa?





Un usuario Haverland puede comprar cualquiera de nuestros radiadores con conectividad y controlarlos vía app, sin preocuparse de gastos extras en su factura de la luz y sin preocuparse de si apagó o no la calefacción cuando salió de casa. En definitiva, el cliente tiene todo el control al alcance de su mano.

Internamente, nuestro departamento técnico es un equipo donde podemos encontrar gente de edades diferentes, lo que aporta diferentes puntos de vista y en el caso de los más jóvenes, nos permite estar al día incluso con la aplicación más viral del momento.

Hemos sabido hacer un plan de expansión digital que nos ha permitido estar en las principales plataformas de venta online internacionales y nuestro propio ecommerce.

¿Cómo se están adaptando los modelos de negocio de Haverland para satisfacer las nuevas necesidades de los consumidores en un mundo post-pandémico?

En los últimos 3-4 años, todos hemos vivido bajo un clima de incertidumbre provocado por la pandemia, la guerra de Ucrania, el precio de la electricidad... Estos hechos han provocado también un aumento generalizado de los costes de componentes y materias primas que, en nuestro caso como fabricantes, hemos tenido que abordar con más cautela. Pero, por otro lado, ser fabricante nos permite manejar los costes de producción de una manera más exacta, y por tanto, podemos ser más competitivos y seguir ofreciendo a los clientes la máxima calidad y prestaciones a un precio más económico para que el cliente final no se vea afectado por la sucesiva inflación en la

que nos encontramos. Siempre trabajamos ajustándonos lo máximo posible a las circunstancias externas.

Si nos centramos en ese mundo “post-pandémico”, la situación sanitaria que sufrimos durante la COVID-19, ha repercutido de manera directa en la preocupación por la calidad del aire en los hogares, escuelas, centros de trabajo, etc. y ha resaltado la importancia de mantener un espacio interior con un aire limpio y saludable.

Somos conscientes de que un ambiente libre de impurezas y virus, especialmente en esta época de alergias, puede evitar problemas de salud, sobre todo respiratorios, y en ese sentido, nuestros purificadores siguen siendo el principal producto de venta complementario a nuestros radiadores, con unos niveles de venta similares a la pandemia al ser un producto que siempre ha contribuido a la mejora de la calidad del aire y que, además, es un artículo atemporal. Los filtros HEPA que incluyen nuestros purificadores eliminan los elementos contaminantes en el aire con una precisión del 99,99%, ofreciendo una protección completa contra la contaminación y eliminando las partículas de hasta 0,3 micras como PM2.5(1), CO₂, TVOC(2), polen, humo, polvo y malos olores, entre otros. Este sistema de filtrado de aire evita que el ambiente se llene de impurezas limpiando las moléculas repartidas en los espacios interiores.

¿Qué estrategias de expansión tiene Haverland, tanto a nivel nacional como internacional, para fortalecer su presencia en el mercado global?

Desde hace más de 15 años, Haverland exporta sus productos a más de 20 países. En este sentido y por los factores externos que todos conocemos (COVID-19, guerra de Ucrania, subida de transporte y materias primas, inflación, etc.), hemos seguido creciendo en Reino Unido (donde poseemos una filial propia) y hemos aumentado las ventas en Irlanda, Francia y Portugal.

En el caso de Francia, que es nuestro segundo mercado internacional, hemos hecho una gran apuesta invirtiendo en productos acordes a la demanda del país y en recursos humanos. Hemos ampliado nuestra cartera de clientes en el país galo, así como nuestra red comercial.

En el resto de países como Alemania, Italia, Chipre, Chile, Países Bajos, etc., estamos llevando a cabo un plan de expansión que nos va a permitir consolidarnos como una marca internacional referente en el sector, como ya lo somos aquí en España.

¿Cuáles son los principales obstáculos que enfrenta Haverland en su proceso de crecimiento y cómo planea superarlos?

Los principales obstáculos con los que nos encontramos, yo creo que todos los fabricantes, son las consecuencias que seguimos sufriendo desde la COVID-19 y que cuando todos creíamos que ya remontábamos... nos vienen los conflictos bélicos en las rutas comerciales marítimas, subida de fletes, de seguros, tiempos de tránsito... que encarecen los costes de las materias primas y por tanto de fabricación y comercialización.

En nuestro caso, Haverland no ha sido una excepción y ¡claro que lo ha sufrido!, pero gracias a nuestro posicionamiento en el mercado, innovación de producto y sobre todo el saber adaptarnos a las necesidades del consumidor, nuestro objetivo está centrado en la optimización energética y por un tanto en el ahorro económico.

Finalmente, ¿cómo visualiza el futuro de Haverland en los próximos años y cuáles son los principales objetivos de la empresa a corto y largo plazo?

En Haverland siempre hemos sido muy optimistas, y hasta el momento, siempre hemos sabido encontrar una oportunidad cuando hay una crisis.

Nuestro futuro en los próximos años es superar nuestra presencia en los mercados internacionales en más de un 75%.

PROTIENDAS | 36

ESPACIO
COCINA SICI
TRENDS AND TECHNOLOGY

30 Sept.
» 3 Oct.
2024



Coincidiendo con

FeriaHábitatValència

Textilhogar

HOME TEXTILES PREMIUM



FERIA VALENCIA

AMC
Asociación de Mobiliario de Cocina