



¿Qué magnitudes tiene Indesit en la Península Ibérica? (ventas, número de empleados, referencias...) ¿Qué peso supone a nivel europeo?

En España, Indesit es el cuarto fabricante, con una cuota de mercado que ronda el 6%. Tiene mérito en un país con una competencia tan alta, ya que somos una pequeña filial del segundo fabricante europeo de electrodomésticos. Contamos con cerca de 70 personas en plantilla y con más de 250 referencias entre nuestras marcas Indesit y Hotpoint.

¿Qué destacaría de su compañía?, ¿cuál es la misión y los valores corporativos que defiende Indesit?

Desde su fundación, Indesit siempre ha estado al lado del usuario final, dando soluciones a su vida cotidiana.

La marca Indesit es sinónimo de sencillez, calidad y fiabilidad. Con Hotpoint el concepto cambia, dando más sentido a los detalles, la innovación y el diseño.

En cuanto a la compañía, en términos globales, Aristide Merloni quiso siempre que primara el contacto con las personas, que no nos convirtiéramos en una empresa orientada solo al negocio. Buena parte de nuestros éxitos se basan en esa filosofía, ya que el negocio también se alcanza por ese camino.

Acaba de ser nombrado Director de Indesit España, ¿qué objetivos se ha marcado? Y, ¿qué se espera de su gestión?

Como principal objetivo, pretendo asentar aun más a Indesit Company como lo que es, una de las empresas más estables dentro del panorama de los electrodomésticos en España. También es muy importante el darle a Hotpoint en nuestro país el empuje que se merece en cuanto a reconocimiento por parte del usuario. Es una gran marca, con electrodomésticos vanguardistas y de altísima calidad.

¿Qué es lo que prioriza, hoy en día, un usuario a la hora de elegir un electrodoméstico?

Dados los tiempos que corren, la eficiencia energética es un factor clave. El consumidor está más concienciado a la hora de ahorrar en recursos, sin olvidar la calidad.



“Dados los tiempos que corren, la eficiencia energética es un factor clave. El consumidor está más concienciado a la hora de ahorrar en recursos, sin olvidar la calidad...”

Un electrodoméstico debe funcionar bien y darle al usuario un plus, bien en ahorro, bien en innovación, bien en prestaciones, o en todas a la vez.

El diseño es un componente muy importante para su empresa porque... (Háblenos de ello).

Somos una empresa italiana. Con eso queda todo dicho... Hablando en serio, la filosofía de la compañía también se basa en que nuestros electrodomésticos sean atractivos. Si tienen buenas prestaciones y funcionan bien, imagina si además son bonitos. La gente prefiere que sus hogares cuenten con aparatos que llamen la atención además de ser de calidad. La empresa lleva esa idea al máximo, y buena prueba de ello es el hecho de contar con diseñadores de nivel top en todo el mundo para cada una de nuestras marcas. Giugiaro se encarga de Indesit, Makio Hasuike de Hotpoint, y David Lewis de Scholtès.

I+D+i ¿Por qué su compañía es innovadora en este área?

La renovación es uno de los secretos del éxito y la vida cambia a una velocidad increíble. Hoy en día todo el mundo tiene un Smartphone, pero hace 15 años nos parecía algo de ciencia ficción. Con los electrodomésticos ocurre lo mismo. En nuestro caso, obtenemos cerca de 300 patentes al año, y solo en lavado tenemos 267. Algunas se lanzan al mercado, otras se quedan por el camino, pero el esfuerzo en este campo es constante. Nuestro laboratorio de I+D+i, el Innolab, es una fábrica diaria de ideas.



Un tema clave, y una asignatura pendiente en muchos fabricantes, es lo relacionado con los servicios de asistencia técnica, la garantía, y el tema de reposición, en este sentido, ¿cómo está cubierto Indesit?, ¿cómo funciona en general?

Nuestro comportamiento en lo que se refiere a los servicios post-venta es bastante bueno. Llevamos años mejorando porque sabemos que un buen producto debe ir acompañado de un buen servicio. Si no, todo lo que ganamos en la venta lo perdemos después. Hemos invertido mucho, hasta el punto de reducir en un 50% los defectos en solo 5 años. Aportamos una solución cada 36 horas de media, y el índice de satisfacción de usuario en este aspecto es superior a un 80%.

¿Qué le diría a las empresas de distribución de electrodomésticos que aún no son clientes de Indesit? ¿Por qué deben tener en sus lineales esta enseña?

Pues es sencillo. Indesit es una marca reconocida por el usuario como de una buena relación calidad-precio y además le ofrece garantías. Son factores con los cuales la venta se hace mucho más fácil. También es muy importante recordar que ofrecemos muy buena rentabilidad con ambas marcas. Hotpoint es especialmente una marca con la que pueden ganar mucho dinero.

¿Qué novedades plantean lanzar para este año 2014? ¿Nos sorprenderá con alguna estrategia?

Ya hemos lanzado nuevas gamas de lavavajillas muy innovadores, que lavan con el programa deseado, solo en la zona deseada. Que son capaces de lavar perfectamente hasta una paellera...

En frío estamos renovando nuestra gama con productos de altas prestaciones, y en lavado



seguimos apostando por las gamas Innex, en Indesit, que funciona con solo apretar un botón, y por Aqualtis en Hotpoint, la lavadora referente en Europa desde 2008. Las novedades y sorpresas prefiero no desvelarlas, si bien diré que la domótica y la inteligencia artificial jugarán un papel importante.

Desde su punto de visdta, ¿cómo ve el sector de electrodomésticos en España?

Después de la caída de una compañía tan importante como Fagor, el mercado se ha readaptado sin demasiados problemas. Estamos ahora en un proceso de crecimiento después de años de sufrimiento. Parece que la intención de compra del usuario es mayor, y el mercado se está animando. La esperanza radica en que este proceso continúe en el tiempo y se asiente definitivamente.

