

A k i t a



*designed by Taisen Sawaki*

reportaje



## Grifería

el monomando se lleva la palma

El diseño se ha instalado en todas y cada uno de los espacios del hogar y, como no podía ser de otra manera, los fabricantes de grifería han recogido este desafío. No hace falta más que echar un vistazo a cualquier exposición de grifos para darse cuenta de que los actuales diseños nada tienen que ver con las viejas y repetitivas piezas que coronaban nuestros lavabos y fregaderos hace unos pocos años. Pero si tenemos que hablar de un protagonista indiscutible, no cabe duda: ése es el monomando.

Foto: Grohe

La llegada del monomando al baño fue el pistoletazo de salida que necesitaba el sector para empezar a romper los viejos moldes. Estos grifos introdujeron la revolución de permitir que con una sola maneta o palanca se pudiese regular tanto el caudal como la temperatura, algo que los convertía en elementos funcionales y fáciles de manejar. A la par, con su línea abrió la puerta a nuevos diseños y formas más atrevidas. Hoy, son escasos los hogares que no disponen de este tipo de grifos en sus baños y cocinas y la variedad de modelos es increíble.

Como se decía anteriormente, el diseño y la decoración se ha instalado en todos los hogares, siendo el baño una de las estancias de la casa en la que con mayor fuerza han irrumpido. La renovación en las tendencias de grifería es una de las grandes responsables de ello. "La evolución en cuanto a diseños de baños ha sido enorme en los últimos años. Desde espacios abiertos a cuartos de baños funcionales, desde duchas totalmente equipadas para disfrutar de experiencias de lujo bajo la ducha a bañeras tipo oasis para deleitarse en compañía. Se conjugan los conocimientos técnicos del sector, con el estilo de vida, el diseño y la arquitectura para ofrecer verdaderos centros de 'wellness'. Se siguen tendencias minimalistas, con líneas puras y colores neutros. Baños que te permiten disfrutar con los cinco sentidos y encontrar un espacio íntimo y de relax. Es una fusión de elementos para lograr ambientes sugerentes y sensuales, con la incorporación de las más altas tecnologías. El baño se torna cada vez más en la expresión de una nueva cultura de deleite, estética y sensualidad: desde las griferías de diseño y los sofisticados sistemas de ducha hasta los efectos luminosos y las armonías de formas y color, todo converge en la búsqueda de un espacio en el que el agua se convierte en la verdadera protagonista", explica Blanca Molina, directora de Marketing de Grohe España.

¿Pero que trata de encontrar realmente el usuario? "Los consumidores buscan productos de buena calidad y seguros, que permitan el ahorro de agua y electricidad en el uso diario. Muchas de estas mejoras, antes privilegio exclusivo de los grifos de gama alta, están ahora disponibles en las gamas medias, tal y como demandan los consumidores", apunta Juan Bestard, director de Ventas de Casa Buades, integrada en la División de Grifería de Teka. En una línea similar declara Antonio Romero, gerente de Gessi Spain, quien afirma que la tendencia a seguir "es una apuesta clara por la calidad y el diseño. El consumidor



Foto: Buades - Teka

español exige ya productos de calidad y de diseño, no se conforma con cualquier cosa. Desea tener un hogar confortable y bien decorado".

#### Una situación incierta

Sin embargo, pese a los esfuerzos de los fabricantes por ofrecer lo mejor a los consumidores, hay una serie de variables externas que están haciendo que el sector atraviese una etapa de incertidumbre. Como señala Antonio Abad, director general de Euroalfi, "el mercado de la grifería en España no está en su mejor momento debido al descenso del ritmo en la construcción. Esto, unido al empuje de China, exige a los fabricantes tener muy en cuenta lo que el mercado requiere en cuanto a calidad, diseño, precio, garantía y servicio".

Y es que el parón inmobiliario es una sombra que se cierne sobre los negocios

que atañen al sector inmobiliario, afectando a todos en mayor o menor medida. Según apunta Belén Fernández, secretaria general de la Asociación Nacional de Fabricantes de Grifería y Valvulería (AGRIVAL), "la demanda ha descendido, aunque mínimamente, ya que la grifería es el producto que tarda más en recoger las influencias de las fluctuaciones de la construcción, al ser uno de los elementos que se incorporan al final de la obra. Las perspectivas para el año 2008 no son malas aunque tampoco positivas. El futuro, desde el punto de vista de la invasión de productos de baja calidad y bajo precio, parece bastante controlado. Y desde el punto de vista de la demanda, aunque incierto, no parece preocupante por el momento". Por su parte, Jordi Planella, del departamento de Diseño de Standard Hidráulica, reconoce que la desaceleración "sí está afectando en cuanto a vivienda nueva, puesto que el descenso ha sido de un 30% en un año", aunque matiza que, "paralelamente, se



Raindance® AIR - 2005

## ¿Quién tiene el original?



Talis® S - 2002

El original está siempre en poder de sus creadores. Como las innumerables teleduchas, griferías y sistemas de ducha de Hansgrohe. Y puesto que en este caso innovación y tradición van de la mano, Hansgrohe se ha convertido en uno de los fabricantes de grifería y sistemas de ducha líder en diseño, funcionalidad y calidad. Hansgrohe: más de 100 años de grandes ideas para baño y cocina. Solicite más información en Hansgrohe S.A.U. Riera Can Pahissa, 26 A-B - 08750 Molins de Rei (Barcelona) Tel: 936 803 900 Fax: 936 803 909 E-mail: info@hansgrohe.es - www.hansgrohe.es

**hansgrohe**



Foto: Euroalfi

ha ido incrementando el mercado de reposición. Y es en este mercado en donde el crecimiento será casi 'eterno' ya que, una vez construida la vivienda, entra a formar parte desde el primer día del mercado de la reposición".

Por otro lado, Molina explica que "el mercado de la grifería en España ha sufrido una interesante evolución. De ser durante muchos años un mercado estable, pasó a verse amenazado por el reajuste en el sector de la construcción y por la

entrada en acción de fabricantes chinos, que atacaron el segmento de precio bajo y que constituyó una seria amenaza para muchas empresas. Como consecuencia de ello, el sector se ha profesionalizado y modernizado y ha sido capaz de superar estos grandes retos".

#### ¿Qué se avecina?

Con este panorama es complicado predecir cómo se comportará el mercado

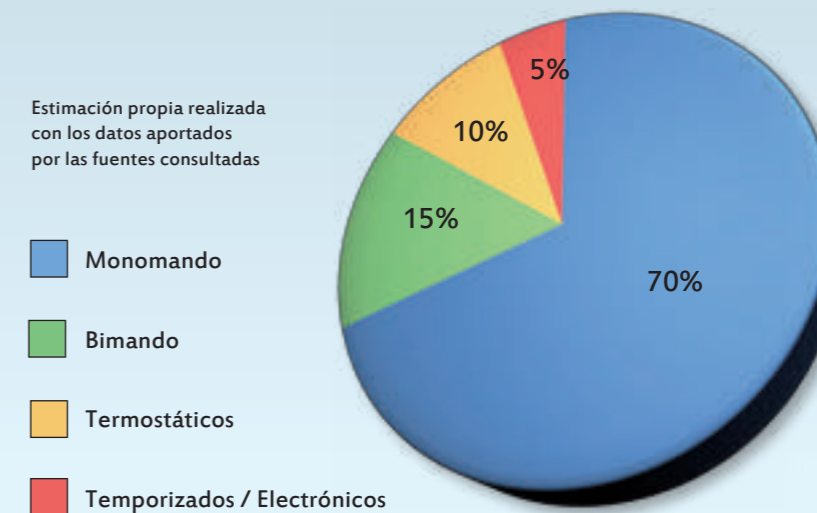
a corto y medio plazo, pero parece que en 2008 las perspectivas son de una cierta desaceleración. "El mercado español de grifería ha crecido enormemente entre 2002 y 2006, pero tanto 2007 como el presente año mostrarán unos índices de crecimiento mucho más modestos. La ralentización de la actividad constructora provocará una mayor capacidad de recorrido para los productos vinculados con el 'wellness' porque están muy ligados a la rehabilitación y reforma del hogar", apuntan desde Noken. "A pesar de

Frente a la desaceleración en el sector de la construcción, la venta de grifería de gamas media y alta, junto al mercado de la reposición por reformas, pueden asegurar el mantenimiento de las ventas del segmento

## El Monomando, rey de la grifería

Si atendemos a la opiniones vertidas por las fuentes consultadas podemos concluir rotundamente que el monomando es el absoluto dominador del mundo de la grifería, tanto en el baño como en la cocina. "El monomando está plenamente introducido y la presencia del bimando es casi testimonial, aunque resurge en las líneas de diseño minimalista. También aumenta la demanda de grifería termostática, especialmente en duchas, debido a la bajada de precios por el incremento de la oferta", indican desde AGRIVAL. De igual modo, Juan Bestard (Casa Buades-Teka) opina que "el monomando sigue siendo el rey de la grifería, con alrededor del 60-70% del mercado", aunque anota que "se percibe un ligero repunte del bimando y un avance lento de los grifos termostáticos, electrónicos y temporizados". En el mismo sentido declara Nicolas Hayek (Roca), quien afirma que "la inmensa mayoría de las griferías vendidas en España son del tipo monomando", pero matiza que "las bimando de diseños actuales están viendo aumentar su venta de año en año". Así, una estimación aproximada realizada con los datos recopilados por Promateriales situaría al monomando con una cuota próxima al 70-75% del mercado, mientras que el resto se repartiría entre bimando (10-20%), termostáticos (10%), electrónicos (2-3%) y temporizados (4-5%) que, como explica Jordi Planella (Standard Hidráulica), "tienen un mercado muy definido en instalaciones públicas, centros comerciales, restaurantes, etc."

Estimación propia realizada con los datos aportados por las fuentes consultadas



## Las tendencias más "in"

Si tenemos en cuenta el dominio aplastante del grifo monomando podemos decir que la tendencia más clara, sostenida desde hace tiempo, es hacia la instalación de este tipo de elementos. Sin embargo, hay que explicar algo más porque, si por algo se caracterizan los monomando –además de por su comodidad de uso–, es por su "libertad de diseño", como señalan desde Noken. Así, Jordi Planella (Standard Hidráulica), explica que "actualmente no hay ninguna línea que marque una tendencia clara, puesto que en un mercado globalizado como en el que estamos hay diseños para todos los gustos de los clientes". Y algo similar anota Anne-Claire Sauvajon, Marketing Manager de Supergrif, quien explica que "existe una clara tendencia de mezcla de materiales y de estilos, con una afición a 'customizar' el producto y adaptarlo a las necesidades y a los gustos profundos del que lo va a usar". Además, algunos fabricantes están recurriendo a renombrados diseñadores, como es el caso de la propia Supergrif, que tiene en su catálogo referencias de Antonio Miró o Miquel Milà.

En definitiva, Jordi Soler (Industrias Ramón Soler) condensa todo esto al afirmar que "el mercado de grifería se comporta

como las tendencias generales en el diseño de todos los productos que nos envuelven, ya sea moda, coches, muebles, etc. Es decir, hoy en día todas las tendencias son válidas, desde los productos más clásicos hasta los más puros minimalistas, añadiendo nuevos materiales y nuevas tecnologías". Además, Nicolas Hayek, Product Manager de Grifería de Roca, recuerda un aspecto esencial: el equilibrio. "Todo al final se resume en un equilibrio de las formas. El conjunto tiene que gustar visualmente a su cliente potencial y le tiene que transmitir la categoría correspondiente a su nivel de precio", señala.

A continuación, dejamos algunas pinceladas acerca de lo más "in", destacando sobre todo la orientación minimalista o, como señala Antonio Abad (Euroalfi), "un estilo que fusiona un minimalismo de líneas rectas y depuradas con una ergonomía y confort que mejora su práctico manejo".

**Minimalismo.** "La tendencia actual es hacia líneas geométricas puras, con preponderancia de cuerpos cilíndricos y manetas cuadradas, todo de aspecto minimalista", señala Belén Fernández (AGRIVAL). Del mismo modo opina, Juan Bestard (Casa Buades-Teka), quien afirma que "el diseño actual

mantiene vivo el minimalismo y busca variaciones en torno a las formas geométricas, perdurando siempre la funcionalidad del producto, lo que desde Genebre concretan haciendo referencia a "líneas rectas, cilíndricas y rectangulares o cuadradas". En cualquier caso, Hayek recuerda que "minimalismo no significa que el volumen de las piezas tenga que ser pequeño, sino que presente un diseño 'esencialista', con formas geométricas depuradas".

**Piezas grandes.** En línea con lo anterior, el representante de Roca precisa que "un volumen de cierto tamaño puede ayudar a lucir más el diseño de una pieza y esto se puede hacer de varias maneras, estirando el diseño de la pieza a lo alto o a lo ancho".

**Diseños suaves pero complejos.** "Las próximas tendencias apuntan hacia diseños con formas a la vez suaves y complejas, como las que se pueden encontrar en la naturaleza", indica Hayek. En ese sentido apuntan también en la compañía Noken, desde donde se afirma que el minimalismo está cediendo poco a poco a un mercado de "formas más orgánicas y diseños más osados y originales".

**Empotrados.** "Aumenta la tendencia en griferías de lavabo empotradas –monomando y bimando– y también en grifos altos para los nuevos lavabos tipo bol-" apunta Fernández.

**Revolución en su emplazamiento.** Además de los encastrados, empiezan a aparecer grifos "de suelo o de techo", como indica Antonio Romero (Gessi).

**Duchas.** "Hay un notable avance en la oferta de duchas, tanto fijas como manuales y en combinaciones de ambas", señala la secretaria general de AGRIVAL.

**Termostáticos.** Según Hayek, hay que señalar en cuanto a este tipo de elementos que "la buena marcha de las griferías termostáticas, que crecen por encima del 15% interanual. Estos datos demuestran la confianza que otorgan las personas al confort y a la seguridad que procuran los mezcladores de baño-ducha equipados con esta tecnología". Igualmente, en la compañía Noken destacan el crecimiento de estos elementos de última generación "por un doble motivo: el confort y la facilidad de uso que aportan y el considerable ahorro de agua y energía".



Foto: Noken

### 'Revival' del bimando... pero actualizado

"Las modas suelen funcionar mediante períodos cíclicos. Algo que es 'tendencia' durante mucho tiempo, después decae y desaparece durante algunas temporadas para volver a resurgir con más fuerza, por lo que ahora nos encontramos con un 'revival' del bimando, pero en un formato nuevo y muy actualizado", señalan desde Noken.

La secretaria general de AGRIVAL también recuerda que "se nota una regresión, aunque no muy notoria, al bimando de estilo minimalista". También Juan Bestard (Casa Buades-Teka) reseña que "al igual que en otros aspectos decorativos, se percibe un cierto retorno a las líneas de los años 70, pero más sofisticados". Del mismo modo, Hayek (Roca), precisa

que "en las griferías bimando destaca la aparición de diseños neoclásicos". Por su parte, Blanca Molina (Grohe) indica que "las líneas estéticas 'retro' están volviendo a la actualidad, no sólo en acabado cromado, sino en combinación con los más diversos tipos de materiales -cerámica, etc.-. Se trata de un 'revival' del pasado pero con tecnología actual y diseños mucho más sofisticados". Mientras tanto, Jordi Planella (Standard Hidráulica) opina que "el grifo bimando da un aire de elegancia en la vivienda, más 'glamour'. La tecnología nos acompaña en todo momento y un sector del mercado demanda un espacio 'clásico' en que poder descansar del acoso tecnológico. Y para eso nada más sencillo que un grifo bimando, eso sí, con la más alta tecnología en su interior".



Foto: Roca

la competencia creciente de los países de economía emergente de Asia -incluida India- y Europa del Este, la constante apuesta por la innovación, el diseño y un servicio impecable nos hace contemplar el futuro de manera optimista", añaden.

Así, desde AGRIVAL se recuerda que "actualmente, y debido al previsible descenso de demanda en obra nueva, se cree que el futuro de la grifería está en la reposición. Hace unos años el baño se cambiaba cada 15 ó 20 años. Ahora, la imposición de nuevas tendencias hace que la reposición se reduzca a 7-10 años". Igualmente, Bestard resalta que "el descenso en la construcción tendrá sin duda un efecto en todas las industrias vinculadas a la obra. Sin embargo, el efecto puede paliarse en parte gracias al repunte de obra de protección oficial y reforma".

Profundizando en esta línea, desde Gessi se afirma que "el freno de la vivienda nueva afecta al mercado español de grifería, pero únicamente a los fabricantes de baja gama. En cambio, los productores de alta gama no se ven afectados. Al contrario, se

### Obra Nueva frente a Rehabilitación

En un momento como éste, en el que empiezan a verse las dificultades que conlleva la ralentización de la construcción residencial para la mayor parte de los sectores implicados, conviene prestar especial atención al mercado de reposición. Por ejemplo, como explica Juan Bestard (Casa Buades-Teka), "la proporción de rehabilitación está aumentando y en los próximos años cobrará un protagonismo indiscutible".

¿Pero qué divergencias presentan ambos mercados? "Las diferencias entre obra nueva y reposición no han cambiado aunque se han agudizado: en obra se pide bajo precio y alta calidad y en reposición se demanda, fundamentalmente, diseño", precisa Belén Fernández (AGRIVAL). Igualmente, Bestard señala que "la grifería de reposición es generalmente de gama más alta y su venta se realiza principalmente a través de tienda y exposición". Para Antonio Romero (Gessi), "las diferencias son claras. En obra nueva se tiende a buscar productos de bajo precio y, por ello, de calidad baja. En este segmento la grifería suele ser monomando y de estilo funcional. Por otro lado, en el mercado de reposición se busca mayor calidad y diseño. El consumidor español empieza a ver estos productos como un elemento más de decoración. Así, en este segmento encontramos principalmente grifos de calidad media y alta, de tipo bimando y estilo minimalista".

Por su parte, Blanca Molina (Grohe) explica que "básicamente, los productos son los mismos y la diferencia estriba en el tipo de reforma y en si se trata de una rehabilitación total o parcial del baño o de la cocina. En general, en obra nueva

suelen primar aspectos tales como la facilidad de instalación, la funcionalidad del grifo y su durabilidad y la garantía. En cambio, en el mercado de la reposición, el diseño cobra mayor importancia. También en la renovación el usuario tiene en cuenta criterios de mayor sofisticación e innovación al elegir la grifería". Del mismo modo opina Jordi Planella (Standard Hidráulica), quien resalta que "en el mercado de reposición se demanda un grifo de más valor económico, puesto que, generalmente, en las reformas se suelen usar mejores materiales que en la obra nueva.

¿Y cada cuánto cambiamos nuestros grifos? Una pieza puede durar entre 15 y 20 años sin ningún mantenimiento, aunque existen otros factores a considerar. "El ciclo de renovación de una grifería varía dependiendo de la calidad de la marca que se haya elegido. Sin embargo, está apareciendo una tendencia a recortar los ciclos de vida de estos productos atendiendo a criterios puramente estéticos. Actualmente, los usuarios acostumbran a querer renovar y modernizar su baño con un cambio de diseño aproximadamente cada 8-10 años", afirma la responsable de Grohe. La estimación desde Gessi es algo menor, pues Romero apunta que "la grifería de hogar suele renovarse cada 5 ó 7 años", mientras que desde Tres Comercial se señala un período que ronda los 10 años y desde AGRIVAL se apunta a un ciclo de entre 7 y 10 años.

Una pieza puede durar entre 15 y 20 años, pero cada vez más el diseño y las reformas reducen este plazo

Sensaciones  
únicas

www.euroalfi.com

EUROALFI, S.L. Plaça de la Salut, s/n • 08980 Sant Feliu de L.L. • Barcelona • Spain • Tel.: +34 93 632 72 32 • Fax: +34 93 666 06 94 • euroalfi@euroalfi.com

incrementa la reforma, que es el principal mercado, y se mantiene el crecimiento en vivienda de alto 'standing'. En este sentido, Jordi Soler, director Comercial y de Marketing de Industrias Ramón Soler, afirma que "aunque la construcción se está ralentizando, existen aún muchos proyectos en marcha que cada vez requieren un nivel más alto de grifería y, por tanto, se compensa en parte la posible caída de la demanda". Y del mismo modo, desde ACSA –fabricante de las marcas Martí 1921, Brem España, Bongio España y ACSA by VISENTIN– se señala que "el descenso de la construcción está haciendo que en los modelos más básicos haya un ligero descenso que queda compensado por la venta de grifería de diseño de aquellas personas que optan por reformar su hogar en vez de cambiarse de vivienda".

Más pesimistas se muestran en Ginebra, desde donde se resalta que "todas las informaciones apuntan a que se está iniciando una fase de crisis en el sector de la construcción que a corto plazo puede ser realmente importante; un cambio de ciclo".

En cualquier caso, para Molina "lo que es seguro es que el mercado se mantendrá dinámico porque el propio entorno va a ser también dinámico". Por su parte, Planella considera que "las perspectivas son buenas si nos adaptamos al mercado rápidamente. Como ejemplo citaremos el incremento de centrales de compra y almacenes para los instaladores. Estar en dichos centros es fundamental".

Y desde Ginebra se apunta otra alternativa. "Hay mucha incertidumbre en el mercado nacional, por lo que deberemos apostar por la exportación mundial y diversificar mercados".



Foto: Hansgrohe

## Cocinas: funcionalidad y acabado "industrial"

Como explica Jordi Planella (Standard Hidráulica), "el mercado de grifería de cocina está separado del diseño de la destinada al cuarto de baño. El grifo de cocina debe conjuntar con el resto del mobiliario y es importante mantener un estrecho contacto con los fabricantes de muebles de cocina para buscar un diseño acorde a sus tendencias". En cualquier caso, lo cierto es que "en la cocina sigue manteniéndose la demanda de grifos monomando con el caño sustituido por un muelle y un flexible en su interior con salida ducha", como puntualiza Belén Fernández (AGRIVAL). Por otro lado, "también se puede empezar a ver algunos grifos con dispositivos electrónicos", como indica Blanca Molina (Grohe), mientras que "el acabado más habitual es el cromado, por su neutralidad a la hora de combinar con cualquier tipo de estilo de cocina", añade. Pero más allá de eso, podemos encontrarnos con las siguientes tendencias:

**Funcionalidad.** "En la cocina prima sobre todo la funcionalidad, aunque hay una creciente penetración del diseño. Se pide al grifo que sea útil, ágil, fácil de limpiar, fiel al intenso uso al que se ve sometido", explica Juan Bestard (Casa Buades-Teka). Por su parte, Antonio Abad (Euroalfi) resalta que son "grifos que destacan por su gran tamaño, su flexibilidad y, sobre todo, su fácil manejo y practicidad".

**Resistencia.** "La tecnología debe ofrecer un grifo resistente a un uso frecuente puesto que, proporcionalmente, es el que más se usa de toda la casa", precisa Planella.

**Diseño y propiedades "industriales".** "La tendencia en grifería de cocina es la del diseño 'industrial' adaptado a las necesidades domésticas", señala Antonio Romero (Gessi). Así, como precisa Bestard, "hay una tendencia a introducir

funcionalidades 'industriales' en la cocina del hogar, como muelles de gran flexibilidad, distintos tipos de chorro, etc.". Además, la responsable de Grohe resalta que "la grifería de cocina incorpora la tecnología más avanzada para ofrecer mayores prestaciones, pensando siempre en la comodidad del usuario: mecanismos de ahorro de agua, agua filtrada, caños extraíbles u orientables, distintos chorros que se emplean según las necesidades, etc."

**Acero inox.** Desde Ginebra se resalta la penetración de "materiales en acero inox, ya que se está imponiendo en casi todos los acabados de su entorno: fregaderos, electrodomésticos..."

**Entornos más actuales.** "Las nuevas tendencias en grifería de cocina tienen en cuenta el diseño y la estética para crear cocinas más actuales. Las tendencias minimalistas y puras están muy de moda ya que dan a la cocina un estilo moderno y aportan elegancia especial", señala Molina.

**Ocultables.** "También algunos grifos se esconden, lo que es muy práctico si tienen que instalarse delante de una ventana", apunta el gerente de Gessi.

**Leds.** "Están empezando a verse los grifos que tienen leds que se iluminan en rojo o en azul según la temperatura del agua", precisa Romero.

La grifería de cocina ha ido adaptando todas las innovaciones que hasta hace bien poco solo estaban disponibles en los modelos profesionales

## El gigante asiático y la deslocalización

En el mercado de la grifería, como en tantos otros, ha irrumpido con fuerza la industria china. El país oriental exporta grandes cantidades de artículos de bajo precio y, por lo general, escasa calidad. La respuesta de los fabricantes pasa por la deslocalización y el refuerzo de la marca.

### Con la fábrica a otra parte

"Los productos originarios de China desestabilizaron los precios a la baja, pero el tiempo ha ido demostrando que la calidad de estos productos no es fiable. Los fabricantes españoles, para hacer frente a esta situación, han tratado de bajar sus costes, pero sin menoscabar la calidad. Para ello han desviado parte de su producción a China pero manteniendo un control directo e in situ sobre la calidad, que está controlada por AENOR en aquellos productos que están certificados por este organismo y van marcados con la 'N'. La garantía que conlleva el marcado AENOR viene dada por los controles anuales que se efectúan sobre el proceso productivo, aunque esté localizado en China, sobre los productos terminados y sobre los artículos a la venta en el mercado", explican desde AGRIVAL.

Juan Bestard (Casa Buades-Teka) opina que "la deslocalización de la producción industrial es un fenómeno que afecta no sólo

a la grifería, sino a muchísimos sectores de nuestra economía, y al cual nos vamos a tener que adaptar con la mayor rapidez posible. La llegada masiva de productos económicos es el principal reto que supone la deslocalización, que a su vez trae innumerables ventajas si el proceso se maneja con destreza. Teka Grifería considera que es importante para las empresas europeas no perder las riendas de todo el proceso de producción y mantener los más estrictos controles de calidad sobre todo el proceso y sus componentes, sin importar su origen. La División Baño de Teka inauguró el año pasado una fábrica en China, de titularidad 100% propia, y sometida a los mismos controles de calidad que nuestras plantas de producción europeas. El diseño, la investigación y desarrollo, y los modelos de calidad se marcan desde nuestra sede central en Mallorca".

En cualquier caso, "la deslocalización ya hace tiempo que viene afectando al mercado. Los fabricantes hemos tenido que desviar la producción hacia el exterior porque la presión del coste de fabricación no dejaba otra alternativa. La mejor manera de afrontarlo es mantener los centros de I+D en la propia empresa, fabricar en Asia con tecnología europea y preservar departamentos de calidad tanto allí como aquí. Es decir, tener un doble control sobre el producto", explica Jordi Planella (Standard Hidráulica).

### Calidad y marca, las armas

Como señala Jordi Soler (Industrias Ramón Soler), "una alternativa al 'factor China' es la priorización de la investigación en nuevas tecnologías y productos más avanzados". De igual modo, desde Supergrif se señala que "las pequeñas y medianas empresas –que no han abierto sus propias fábricas en China como las más grandes– luchan por dar a conocer su marca subiendo el nivel de sus productos". Adicionalmente a esto, desde AGRIVAL puntualizan que "la marca es en la actualidad muy importante. Los productos de origen chino están devaluados y se demanda una marca reconocida. Así, los fabricantes desarrollan nuevos productos de mayor diseño en el segmento medio-alto y se aferran a la Certificación, a través de AENOR, de sus productos". En cualquier caso, como recuerda Anne-Claire Sauvajon (Supergrif), "el producto, importado o no, debe cumplir con los mínimos requisitos de calidad. De hecho, están saliendo unas normativas de cumplimiento mínimo con el fin de proteger al usuario de grifos fabricados con materiales inapropiados. A partir de ahí, el poder de las marcas en los puntos de venta marcará la diferencia".



Foto: Standard Hidráulica

## Más tecnología y sostenibilidad

Como resumen podemos decir, según indica Belén Fernández (AGRIVAL), que “los materiales siguen siendo los mismos, igual que la tecnología”, mientras que “los acabados son predominantemente en cromo”. De hecho, Jordi Planella (Standard Hidráulica), recuerda que “el material por excelencia para la fabricación de grifería sigue siendo el latón porque es maleable, fácil de mecanizar y de cromar”. Pero hay otro factor a tener en cuenta, puesto que “todo lo relacionado con el ecologismo y respeto del medioambiente son elementos claves para la innovación”, según reseña Anne-Claire Sauvajon (Supergrif), mientras que desde Genebre apuntan que el “ahorro de agua será una de las características más importantes en los próximos años”. Más allá de esta síntesis, podemos citar algunas novedades del mercado actual:

**Materiales.** El clásico latón se ha perfeccionado y ahora se trata de “un latón depurado, con menos plomo y, por tanto, más saludable y respetuoso con el medioambiente”, apunta Antonio Romero (Gessi). Por otra parte, desde Roca se indica que “unos pocos fabricantes están proponiendo ya griferías realizadas con resinas sintéticas policromas, pero siguen imperando los grifos metálicos –latón o acero inoxidable– con el acabado cromado brillante por su durabilidad y estética”.

**Sostenibilidad y ahorro.** Sergi Serrano, del departamento de Marketing de Tres Comercial, tiene claro que la novedad más importante que estamos viendo en el mercado de la grifería actual se orienta hacia el ahorro de agua. En esto coincide con Blanca Molina (Grohe), que argumenta que “cada vez preocupa más la sostenibilidad y el cuidado del medio ambiente, por

lo que los nuevos productos se diseñan para ahorrar agua y energía”. Igualmente, el gerente de Gessi destaca que “la apuesta por el medioambiente es total. Se investiga para ahorrar agua, principalmente, pero también para eliminar ruidos”. Del mismo modo, el responsable de Standard Hidráulica recuerda que “el cambio climático implica a toda la sociedad; a consumidores y a fabricantes. En el momento de escoger un producto, los consumidores se decantan hacia los más ecológicos, aunque esto suponga algunas veces pagar un sobreprecio”.

**Cromados más avanzados.** “Algunos fabricantes proponen tratamientos –como el ‘Iondur Mate (PVD) de Roca– que confieren al cromado una altísima resistencia frente a la abrasión y a los productos químicos”, apunta Hayek.

**Acabados espectaculares.** “Gracias a las tecnologías que se utilizan en la actualidad en el tratamiento de los materiales, se pueden aportar cada vez efectos más espectaculares”, precisan desde Noken.

**Control de la temperatura.** Como puntualiza Planella, “los grifos termostáticos son los más avanzados en cuanto a confort y tecnología. Además, el ahorro de energía es considerable y la seguridad es total, al contar con un dispositivo de control de temperatura automático”. Del mismo modo, desde Noken indican que “una de las acciones en las que más agua se desperdicia es en el tanteo para ajustar la temperatura del agua de la ducha”, por lo que las piezas termostáticas contribuyen a la rápida consecución de una graduación constante y a la reducción de

las incómodas variaciones. “Los avances tecnológicos en cartuchos termostáticos durante los últimos dos años han sido muy notables”, añaden desde la compañía.

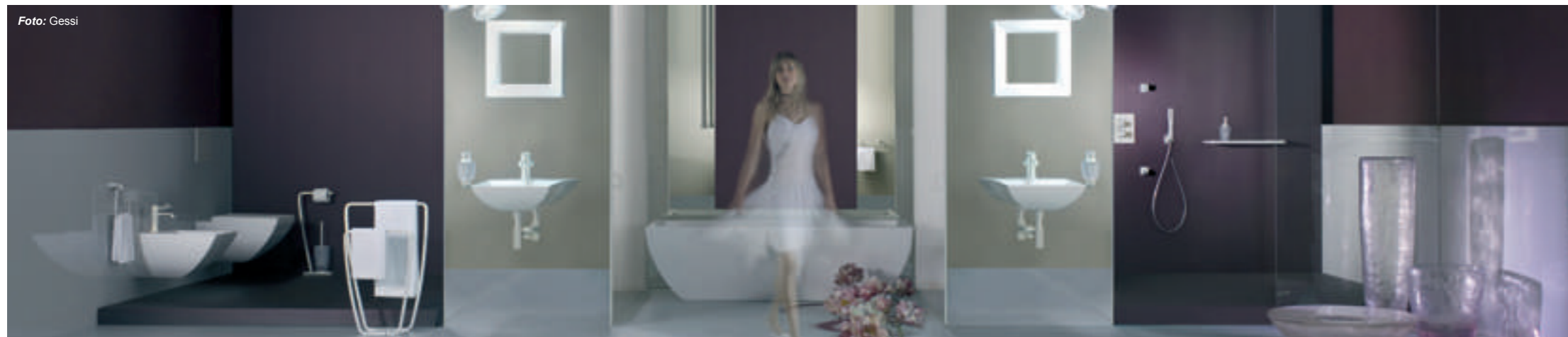
**Seguridad.** Muy ligado a lo anterior se encuentra este aspecto. “Las principales innovaciones tecnológicas están enfocadas a la seguridad en el caso de tacto frío o progresivos”, indican desde ACSA.

**Electrónicos.** “Hay un incremento en la oferta de grifos electrónicos pero sigue siendo, en comparación con el resto, muy baja”, apuntan en AGRIVAL. Por su parte, desde Casa Buades-Teka señalan que “se detecta un interés cada vez mayor por la grifería electrónica”. Según el gerente de Gessi, el ahorro es una de las claves de este interés. “Son grifos que regulan el caudal y la temperatura al pasar la mano y con ello se obtiene un importante ahorro energético”.

**Tecnología digital.** “El consumidor cada vez se muestra más abierto a otros conceptos y nuevas tecnologías incorporadas al baño. Por ejemplo, la tecnología digital va a permitir dar un verdadero salto cualitativo en la definición de los baños futuros”, adelanta la directora de Marketing de Grohe.

**Domótica.** “En un futuro no muy lejano está claro que la globalización de la domótica hará que todas las empresas del sector se apunten a la carrera tecnológica en ese campo”, destacan en ACSA.

Foto: Gessi



### PRINCIPALES EMPRESAS DE GRIFERÍA EN ESPAÑA

EMPRESA	TLF	WEB
ACSA BATH SOLUTIONS COMERCIAL, S.L.	902930304	www.acsabath.com
CASA BUADES, S.A.	971870210	www.buades.com
EUROALFI, S.L.	936327232	www.euroalfi.com
GENEBRE, S.A.	932988000	www.genebre.es
GISSI SPAIN, S.L.U.	934777336	www.gessi.es
GRIFERIA MARTI, S.A.	902930304	www.griferiamarti.com
GROHE ESPAÑA, S.A.	933368850	www.grohe.es
HANSGROHE, S.A.	936803900	www.hansgrohe.es
IDEAL STANDARD, S.L.	935618000	www.idealstandard.es
INDUSTRIAS RAMON SOLER, S.A.	933738001	www.ramonsoler.net
NOKEN DESIGN, S.A.	964506450	www.noken.com
PRESTO IBERICA, S.A.	915782575	www.prestoiberica.com
ROCA SANITARIO, S.A.	933661200	www.roca.es
STANDARD HIDRAULICA, S.A.U.	935641094	www.standardhidraulica.com
SUPERGRIF KITCHEN & BATH, S.L.	936859800	www.supergrif.com
TEBISA LA GRIFERIA, S.A.	936852170	www.tebisa.com
TRES COMERCIAL, S.A.	936834004	www.tresgriferia.com

Fuente: Promateriales

# confort con bajo consumo



Cada vez preocupa más la sostenibilidad y el cuidado del medio ambiente, por lo que los nuevos productos se diseñan para ahorrar agua y energía, así como para eliminar ruidos. Los consumidores se decantan hacia los más ecológicos, aunque esto suponga algunas veces pagar un sobreprecio

# TRES

Calle Penedès, 26 • Polígono Ind. Can Prunera • 08759 VALLIRANA (Barcelona)  
Tel. (34) 936 83 40 04 • Fax. (34) 936 83 02 23 • comercialtres@tresgriferia.com

www.tresgriferia.com