

"Debemos consolidar Gree como una marca innovadora, tecnológica y fiable y que el profesional de la climatización nos vea como un referente"



Entrevista con Rosa Guillén

Directora de Negocio de Gree en España y Francia

Gree ha aterrizado en nuestro país hace apenas un año y medio. "España es un gran mercado para la climatización y no podíamos dejar de estar presentes", afirma Rosa Guillén, Directora de Negocio de la marca, que destaca la importancia que el I+D tiene para la compañía. "Gree es sinónimo de tecnología e innovación. La tecnología es nuestro leitmotiv", añade. Guillén busca la consolidación de la empresa en un sector que considera que "seguirá creciendo en el futuro tanto en la gama doméstica como comercial".

con bomba de calor que incluso también tienen control vía WiFi. Además es una opción que no exige casi ningún tipo de instalación...

También apostamos firmemente por la aerotermia con nuestro sistema GMV5. Éste combina la aerotermia de última generación para la calefacción y la producción del ACS y los sistemas de refrigeración por aire tipo VRF (una unidad exterior y múltiples interiores).

Los sistemas híbridos como GMV5 Home, representan un paso más allá en la eficiencia energética y ahorro doméstico. Esto demuestra que el alto rendimiento de los sistemas de bomba de calor va a seguir aumentando en los próximos años, ya que es una tecnología en constante evolución y aún bastante desconocida en España.

Imaginamos que el I+D será algo muy relevante para una marca como Gree, ¿no?

Gree es sinónimo de tecnología e innovación. Gree tiene tres centros de I+D+i, más de 8.000 ingenieros y más de 630 laboratorios donde se testean la calidad del producto y los niveles de eficiencia. La tecnología es el leitmotiv de la marca. Gree es tecnología. Es tan importante que un 5% de la facturación anual, unos 22.000 millones de dólares, se invierte en innovación. Esto se traduce en 1.000 millones de euros al año, un dato impresionante.

La marca también tiene una fuerte apuesta por la eficiencia energética de sus equipos. ¿Cómo se concreta la misma?

Por ejemplo, en la apuesta desde un buen principio por los nuevos refrigerantes como el R-32.

Incluso cuentan con un equipo de aire acondicionado que combina la alimentación convencional y la fotovoltaica y puede generar energía limpia, ¿no?

GMV5 PV Direct Driven es el primer VRF fotovoltaico de conducción directa del mundo. Este sistema, a diferencia de sus predecesores, permite conectar el equipo directamente, sin necesidad de componentes intermedios, a la planta fotovoltaica. Gracias a la supresión de este salto intermedio, se minimizan las pérdidas aumentando el aprovechamiento de la energía fotovoltaica producida, obteniendo una eficiencia energética un 6% superior en comparación con sistemas fotovoltaicos tradicionales.

¿Qué espera del comportamiento de la marca en el medio plazo? ¿Cuáles son sus objetivos?

Como he comentado anteriormente, nuestro principal objetivo es consolidar la posición en el mercado.

¿Cómo ve la situación actual del sector de la climatización en España?

Mirando hacia el futuro, creo que el mercado va a seguir creciendo, tanto en la gama doméstica como comercial. De hecho la facturación por la venta de equipos de cli-



matización para el sector doméstico en España según la Asociación de Fabricantes de Equipos de Climatización (AFEC) alcanzó los 230 millones de euros entre enero y junio, lo que representa un incremento del 13,6% respecto al mismo periodo de 2016. Es decir hay capacidad para seguir creciendo. Además siempre va a haber hueco de la mano de nuevas tecnologías y soluciones, como por ejemplo y como decíamos anteriormente, la aerotermia que está en constante evolución. De hecho muchas de las nuevas promociones inmobiliarias cuentan ya con este sistema de climatización.

¿Observa algún nicho de mercado en concreto donde la marca pueda crecer en cuota de mercado?

Nuestros productos incorporan una tecnología puntera, garantizando el más alto nivel de eficiencia. La incorporación del wi-fi y los sistemas de gestión remota de nuestros productos, permiten asociar los equipos de climatización al Internet de las cosas.

Si bien muchos de los productos de la gama doméstica y comercial, gamas que representan un mayor volumen en el mercado, ofrecen ya estas posibilidades, nosotros vamos más allá, y las incorporamos también a los productos de la gama industrial.

Por último, ¿hacia dónde cree que se moverá el mercado de la climatización en los próximos años?

Nuestra visión del futuro es hacia un mercado más eficiente, sostenible y amable con el medio ambiente. Por ello, la constante innovación, tanto en el aspecto técnico, de componentes de producto, de nuevos refrigerantes, o los sistemas de gestión y control de forma remota, tendrán un papel muy importante en los próximos años.

"El principal objetivo es consolidar nuestra posición. Estamos contentos con los resultados obtenidos hasta ahora, pero queremos seguir creciendo"

www.greeproducts.es



Gree es el mayor fabricante del mundo de máquinas de aire acondicionado. Fundada en 1991, cuenta con 52 centros de I+D+i, 630 laboratorios, más de 8.000 ingenieros y 9 plantas de producción capaces de fabricar anualmente más de 60 millones de unidades, para el mercado residencial y comercial al año. Además, Gree produce desarrolla y fabrica los componentes internos de sus equipos para mantener la coherencia de sus sistemas, optimizarlos y mejorar el control de calidad. 1 de cada 3 equipos de aire acondicionado del mundo es GREE. Un éxito basado en la capacidad de innovación de la marca, que destina el 5% de sus ventas a I+D+i.

Para más información:

communication@greeproducts.es

SÍGUENOS EN

