



Panasonic

Mirko Scaletti

Director General Panasonic Iberia

“La marca Panasonic destaca por su amplia oferta de soluciones y en su apuesta por productos de calidad Premium. Un claro ejemplo de ello es la nueva gama de televisores OLED...”

“Panasonic se ha convertido en un proveedor global de tecnología tras la incorporación de nuevas gamas de pequeño electrodoméstico entre las que destaca la nueva línea de cuidado personal masculino, así como el desarrollo del concepto de Smart Home que avanza hacia el futuro hogar inteligente”, analiza Mirko Scaletti, Director General de Panasonic Iberia. En esta entrevista, nos describe la larga trayectoria de esta multinacional.

Con cerca de 100 años de trayectoria, ¿qué destacaría de Panasonic?, ¿cuál es la misión y los valores corporativos que defiende?

El fundador de Panasonic, Konosuke Matsushita, concibió la empresa con el objetivo de contribuir a la mejora de las condiciones de vida de las personas, poniendo la tecnología al servicio del progreso económico y social de los distintos países donde está presente, como muy bien indica su lema: “A better world, a better life”.

En este sentido, todos los lanzamientos de Panasonic cumplen con estos valores, introduciendo avances tecnológicos que mejoran la vida diaria de las personas y, a la vez, contribuyen a un planeta más eficiente y sostenible.

Podría comentarnos las magnitudes de Panasonic en España, (nº de socios, nº de establecimientos, marcas, empleados...) ¿Qué peso supone a nivel europeo?

Panasonic Iberia tiene su sede en Barcelona y cuenta con oficinas en Madrid y Lisboa. Somos alrededor de 130 empleados. En la sede de Barcelona trabajamos la parte de gran consumo, Climatización (residencial y profesional) y otras áreas de negocio enfocadas al mundo profesional (Display, Toughbook, etc.).

¿Cómo han evolucionado los productos y la marca Panasonic en los últimos años?

Panasonic se ha convertido en un proveedor global de tecnología tras la incorporación de nuevas gamas de pequeño electrodoméstico, entre las que destaca la nueva línea de cuidado personal masculino, así como el desarrollo del concepto de Smart Home que avanza hacia el futuro hogar inteligente.

La marca Panasonic destaca por su amplia oferta de soluciones y en su apuesta por productos de calidad Premium. Un claro ejemplo de ello es la nueva gama de televisores OLED, fruto de las sinergias y el know how establecido entre las áreas de producto profesional y de consumo de la compañía.

Otra de las gamas más estratégicas de la compañía, LUMIX, ha evolucionado sus productos para adecuarse a las necesidades de fotógrafos y camarógrafos profesionales y amateurs. En este sentido, la tecnología para foto y video 4K permiten capturar el momento perfecto y tomar imágenes de alta calidad en entornos dinámicos o en movimiento. El video 4K por ejemplo, alcanza una resolución 4 veces superior a Full HD y permite elegir la secuencia preferida y guardarla como una foto con una calidad excepcional.

De las líneas de negocio con las que cuenta Panasonic, ¿cuál de ellas resulta más importante para la Compañía en cuanto a beneficios?

Todas las divisiones de negocio han dado resultados positivos en el último año fiscal (abril 2016 – marzo 2017).

Seguimos focalizados en las gamas clave de la compañía como son televisores, teléfonos inalámbricos, climatización o las cámaras de fotografía LUMIX. Además, seguimos trabajado en la distribución de gamas con potencial de crecimiento, como son pequeño electrodoméstico de cocina, Cuidado Personal y Audio.

¿Qué tecnologías propias incluyen sus productos que ofrezcan mayores ventajas comparativas con respecto a otros?

Una de las características que incluyen los productos de Panasonic se basa en el Japanese Blade, cuchillas tradicionales japonesas de alta precisión y óptimos resultados, que utilizamos no solo en algunos de nuestros pequeños electrodomésticos de cocina, como procesadores de alimentos, sino también en nuestra gama de cuidado masculino y femenino (afeitadoras, recortadoras y depiladoras).

Otra de las tecnologías propias de Panasonic, pionera y aprovechada por otras marcas, la encontramos en el ámbito del pequeño electrodoméstico de cocina. La tecnología Inverter de Panasonic controla el nivel de potencia del microondas para que la comida se cocine de forma uniforme y en su totalidad, con un resultado excepcional: una cocción óptima junto con un ahorro de tiempo. Esta rapidez y cuidado favorece a la conservación del sabor y los nutrientes dando lugar a una cocina saludable y deliciosa.

En la gama de televisores, el nuevo OLED de Panasonic cuenta con el procesador de imágenes más potente que Panasonic ha creado nunca hasta el momento en un televisor de consumo: el Studio Colour HCX2. Gracias a tecnologías utilizadas por Panasonic en los monitores de la división profesional para la grabación de cine, como las 3D LUT (Look Up Table), este OLED puede reproducir algunos colores con la mayor precisión en la historia del televisor a nivel mundial.

¿Qué garantía ofrece la compañía a los consumidores?, ¿cómo responde el servicio técnico?

Tenemos un servicio técnico y profesional que trabaja en todo el ámbito nacional con el fin de garantizar un acompañamiento próximo y completo a todos nuestros consumidores españoles con el objetivo de resolver cualquier tipo de incidencia de forma inmediata.

Nuestros productos ofrecen un periodo de garantía de 2 años. Además, estamos tan convencidos de la calidad de nuestro producto y confiamos tanto en ella, que en Beauty hemos lanzado la promoción de sell out “100 días de prueba”, una promoción para usuario final



que anunciamos en puntos de venta y que permite al usuario probar durante 100 días nuestra gama de beauty masculino. En el caso de no convencer al usuario le devolvemos el dinero.

¿Qué novedades concretas están lanzando o tiene previsto lanzar Panasonic?, ¿nos sorprenderán próximamente?

Panasonic está haciendo una gran apuesta por el OLED lanzando al mercado español dos nuevos modelos que ofrecen una muy alta calidad a los usuarios. Calibrados por los coloristas de Hollywood, los nuevos televisores de Panasonic ofrecen al espectador las imágenes tal como el cineasta las concibió al crear la película. Y todo esto desde el salón de su casa, consiguiendo la calidad de los monitores profesionales, sin necesidad de ir al cine.

Además, estamos haciendo un gran esfuerzo en la gama de cuidado masculino que arranca con importantes novedades para ofrecer un gran abanico de opciones para moldear los diferentes tipos de barba y conseguir un recorte más suave y preciso. En concreto, las

dos nuevas recortadoras son la ER-GD60, para dar forma a diferentes estilos de barba, y la ER-GK60, indicada para el cuerpo.

Desde su experiencia, ¿cuál será la tendencia en los próximos años?

La tendencia sigue en el sentido de aprovechar al máximo las oportunidades que nos ofrece Internet para conseguir soluciones tecnológicas que se adaptan a las necesidades de cada consumidor dando respuestas a tiempo real.

En este marco, se centra la apuesta de Panasonic en distintos proyectos de Smart Cities (ciudades inteligentes) a lo largo de nuestro planeta, destacando la ciudad japonesa de Fujisawa (totalmente concebida por Panasonic) o el reciente proyecto europeo en la capital alemana: Future Living Berlin.

En el territorio nacional, Panasonic es uno de los principales aliados en la construcción de casas pasivas (casas muy eficientes sin prácticamente consumo energético) con el desarrollo de sus equipos de climatización basados en la aerotermia.

