

"Hyundai lanzará al mercado una gama de aerotermia, fotovoltaica y climatización" - Climatización y Confort - CdeComunicacion.es

- En esta entrevista, Rojo analiza los objetivos de Hyundai Climatización, los pilares de su propuesta para el canal profesional y los retos que marcarán el rumbo del sector en los próximos años.



<https://climatizacion-y-confort.cdecomunicacion.es/noticias/sector-hvac/152800/huyndai-lanzara-al-mercado-u...>

Alba Merino

Lunes, 26 enero 2026

En esta entrevista, Rojo analiza los objetivos de Hyundai Climatización, los pilares de su propuesta para el canal profesional y los retos que marcarán el rumbo del sector en los próximos años.

Compartir: [Linkedin](#) [Whatsapp](#) [Facebook](#) [Twitter](#)

Hyundai Climatización ha iniciado una nueva etapa enfocada en el canal profesional. La marca, respaldada por **Grup Svan**, está desarrollando su estructura comercial y operativa con el objetivo de consolidar su presencia en este segmento del mercado, con una oferta centrada en soluciones de climatización y ACS dirigida a instaladores y prescriptores.

Al frente de esta nueva etapa se sitúa **Antonio Rojo**, recientemente nombrado **director comercial del canal profesional de Hyundai Climatización**. Con más de 25 años de trayectoria en el sector HVAC y una amplia experiencia en el desarrollo de redes comerciales, **Rojo** afronta este reto tras ocho años como director nacional del canal profesional de **Gia Group**.

Junto a él, se suman al proyecto **David Martos**, como director de ventas, y **Alberto Hinojo**, como director de postventa, conformando un equipo con profundo conocimiento del mercado y una visión clara de futuro.

Pregunta: Acumula una trayectoria de más de 25 años en el sector. ¿Qué hitos considera clave en su evolución profesional hasta llegar a este nuevo reto en Hyundai Climatización?

Respuesta: Para mí, el hito principal siempre ha sido la consecución de objetivos ligada al aprendizaje mutuo con la empresa. Mi mayor logro es esa evolución continua: empecé desde la base como promotor de ventas en El Corte Inglés con Carrier & Toshiba, pasé a delegado de zona y posteriormente a Key Account Manager. Al cerrar esa etapa, continué como Area Manager gestionando marcas como **Airwell** , **Electra** y **Johnson** .

En 2020 **di el salto** a la Dirección Comercial Nacional, gestionando en exclusiva el canal profesional, hasta llegar ahora a liderar un proyecto de esta envergadura.

P: Ha pasado tanto por el canal *retail* como por el profesional. ¿Qué aprendizajes determinantes se lleva de cada uno?

R: Son canales con ritmos muy diferentes. El Retail, que viví intensamente con Carrier y Toshiba trabajando con grandes verticales y grupos de compra, es muy gratificante pero extremadamente estacional. Las campañas se concentran de mayo a agosto y, pasado ese tiempo, la tienda cambia el foco a otros productos.

El canal profesional es distinto; es un motor que funciona todo el año porque abarca obra nueva, locales comerciales y vivienda. En este canal, mi filosofía es el **respeto absoluto a la distribución** .

El instalador es cliente del distribuidor, no nuestro. Nosotros no visitamos directamente al instalador para que el distribuidor se sienta protegido, con la certeza de que la marca no va a competir con él ni a ponerlo en compromiso con tarifas cruzadas. Además, el canal profesional mueve toda la gama del catálogo, no se limita solo al split de pared doméstico.

Además, el canal profesional mueve toda la gama completa del catálogo, no solo el split de pared doméstico.

P: Tras 8 años liderando el canal profesional en Gia Group, ¿cuál es su visión actual del mercado y del papel del fabricante?

R : El mercado evoluciona imparable hacia la eficiencia energética. La tendencia es clara: aerotermia, reducción sonora y, sobre todo, conectividad y tecnología **IoT** (Wi-Fi, domótica) e integración con energía fotovoltaica. El usuario de hoy es **mucho más exigente e informado** ; consulta redes e inteligencia artificial antes de decidir su compra.

Por eso, de cara a 2026, muchas máquinas vendrán ya con asistencia de IA integrada. Como fabricantes, tenemos la obligación de acompañar al distribuidor, no solo vendiendo, sino asesorándole sobre estas nuevas tecnologías y tendencias.

P: ¿Qué le impulsó a dar el paso y apostar por este nuevo proyecto de Hyundai tras una etapa consolidada?

R: Valoré varias opciones, pero **me movió la ilusión de construir un proyecto desde cero** . Además, me atrajo el factor novedad de Hyundai en el sector de la climatización. Aunque la marca es un referente mundial en automoción, el **Grupo Svan** —que ya gestiona la marca en gama blanca para España y Portugal— quería diversificar y entrar con fuerza en el canal profesional de clima. Me motivó que el catálogo actual se haya creado específicamente para las necesidades de la distribución en España.

“El usuario es cada vez más exquisito y se informa a través de redes e inteligencia artificial antes de comprar”.

Antonio Rojo, director comercial en Hyundai Climatización

P: He sabido que se está formando en áreas como ciberseguridad e IA. En un sector maduro como el HVAC, ¿qué aporta esta formación continua?

R: El mercado es muy cambiante y, aunque tenga 56 años, tengo una **mente inquieta** . Cuando asumí mi primera dirección comercial tuve que aprender a manejar herramientas y tablas dinámicas que antes no usaba. Ahora estoy profundizando en ciberseguridad e IA porque el propio mercado lo demanda.

Aunque no soy técnico, necesito tener las nociones suficientes para entender al cliente y poder guiar a mi equipo. Para complementar esto y dar un nuevo impulso a mi gestión, desde 2025 estoy cursando un Diploma Superior en Dirección Comercial y Ventas en EAE Business School.

P: ¿Cuáles son sus prioridades estratégicas a corto y medio plazo para la marca?

R : Nuestra prioridad inmediata es la apertura de cuentas; ya estamos cerrando los primeros acuerdos con grupos de compra y distribuidores. Entramos con una gama muy completa que incluye climatización doméstica, residencial, aerotermia monoblock, fotovoltaica y ACS, todo con precios muy competitivos. Pero nuestra gran apuesta estratégica es ofrecer un servicio postventa “premium”.

Sabemos que ahí residen las principales carencias del sector hoy en día. Queremos que, ante cualquier incidencia, la respuesta sea rápida y que tanto el usuario como el instalador y el distribuidor se sientan realmente respaldados por la marca.

P: ¿Cómo visualiza el estado actual del sector de la climatización en España?

R: Veo un sector en una etapa de fuerte crecimiento y transformación tecnológica, orientada totalmente hacia la descarbonización. La bomba de calor (aerotermia) se ha consolidado como la tecnología líder, impulsada por normativa y por los fondos europeos para rehabilitación.

Sin embargo, aunque la demanda de equipos eficientes y conectados es alta, **el principal cuello de botella es la escasez de mano de obra cualificada** . Esto está dificultando cubrir el ritmo de instalaciones que exige esta transición hacia la electrificación.

P: ¿Cómo está estructurado el equipo directivo y cuál es la proyección de la plantilla?

R: La cúpula directiva está formada por personas de mi total confianza de etapas anteriores: David Martos como jefe de ventas y Alberto Hinojo como director de postventa. Actualmente, contamos con el soporte global de **Grupo Svan** , que ronda las 30 personas (Product Manager, Diseño, Marketing, Administración...), pero mi plan es que la división específica de clima cuente con un equipo propio de entre 15 y 18 personas en unos meses, incorporando delegados de zona a medida que crezcan las ventas.

“Aunque están entrando nuevos actores, especialmente asiáticos, creo que la inercia de la construcción y la rehabilitación mantendrán el crecimiento”.

Antonio Rojo, director comercial en Hyundai Climatización

P: Para terminar, ¿qué podemos esperar del catálogo de productos?

R: Lanzamos un catálogo ambicioso que cubre inicialmente el 60% de nuestra oferta prevista, centrado en la gama doméstica y residencial: splits, multi, conductos, cassettes, aerotermia y ACS.

Como curiosidad, nuestra línea de aerotermia se llamará **“Ionic Thermal”** , haciendo un guiño a la famosa línea de coches eléctricos *IONIQ* de la marca. El objetivo es completar el catálogo con la gama semi-industrial e industrial de cara a 2027.

Compartir: [Linkedin](#) [Whatsapp](#) [Facebook](#) [Twitter](#)