

# Entrevista con **FARO**: “nuestras ventas no han parado de crecer, especialmente en el exterior”

FARO COCINAS, NACIDA EL AÑO 2002 EN LA CAROLINA (JAÉN) FORMA PARTE DEL GRUPO ALVIC. SOBRE LA EMPRESA Y SU DECISIÓN DE INCORPORARSE A AMC HABLAMOS CON SU DIRECTOR INDUSTRIAL, SANTOS PÉREZ.



**F**aro nació el año 2002 en la localidad de La Carolina (Jaén) dentro del Grupo Alvic, del que sigue formando parte, como una de sus marcas comerciales. La principal actividad de Faro es la fabricación y distribución de cocinas y baños, para lo que cuenta con una planta productiva en la mencionada localidad jiennense. Nos ofrece más información sobre la empresa su Director Industrial, Santos Pérez.

## ■ ¿Cómo ve en estos momentos al sector español de equipamiento de cocinas?

La venta sigue creciendo en la gran superficie y grandes almacenes, siendo el canal de mayor crecimiento, cuyos principales atributos de compra son, en orden de prioridad, el precio, calidad/garantía y variedad. Continúan creciendo las importaciones, y en orden de importancia, de Alemania, Italia y Francia. Desde algunos de estos países, donde la profesionalización de los puntos de venta es superior a la

nuestra, se están dando los pasos para la introducción de sus productos en el mercado nacional a través de franquicias o soluciones similares, controladas por los mismos fabricantes.

## ■ ¿Qué considera que le falta al sector?

Quizás un aumento de las exportaciones de cocina españolas hacia nuevos mercados. Actualmente, hay un fuerte crecimiento en las exportaciones de los fabricantes hacia Francia, pero creemos que las exportaciones crecerán de forma significativa a otros mercados como EE.UU. y América Latina.

## ■ Hablemos del Grupo. ¿Cómo han evolucionado las ventas en los últimos años?

Nuestras ventas no han parado de crecer, especialmente en los mercados exteriores, donde hemos tenido un crecimiento superior al 300% en siete años.

### ■ ¿Cuál ha sido la receta de su compañía para superar la crisis??

La innovación, la internacionalización y nuestra tecnología industrial nos hace únicos entre nuestros competidores, y orientamos toda nuestra empresa a estos factores diferenciadores. Destaca la inversión en formación y selección, la cual nos ha permitido crear otro factor diferenciador, el capital humano.

La innovación y el alto nivel tecnológico del que disponemos en nuestras plantas industriales han permitido al Grupo Alvic el desarrollo de productos que son utilizados en todo tipo de mobiliario y en proyectos de decoración. Faro, al pertenecer al Grupo, tiene también un marcado carácter innovador.

### ■ ¿Cuántas referencias tiene y cómo es su catálogo de cocinas? Describa sus últimos lanzamientos

La tendencia se orienta hacia la combinación de tonalidades lisas, como los blancos, marfiles, grises, antracitas y basaltos, con maderas rústicas en tonalidades medias y oscuras, y con diseños de piedras, óxidos y cementos en acabados de gran naturalidad, infiriendo un aire industrial al amueblamiento. También se tiende a armonizar el diseño de la encimera y el de los frentes de los muebles bajos, utilizando los mismos materiales y diseños.

En Faro estamos en proceso de introducción en el mercado de un catálogo, orientado a conseguir la máxima funcionalidad y ergonomía con alturas de trabajo superiores y ampliando nuestra oferta de equipamiento interior. También presentamos como novedades la gama Oxid, Spatt y el Fingerpull con diseños de maderas con poro a registro.

### ■ ¿Con qué plazos de entrega y garantías trabajan?

Contamos con un sistema de entrega llamado servicio Just-in-Time, con un plazo de siete días, y una garantía de cinco años.

### ■ ¿Qué diferencia su producto del de sus competidores?

Además de nuestra filosofía innovadora, en Faro nos caracteriza la capacidad de escucha y adaptación a nuestro cliente, tanto nacional como internacionalmente. Somos capaces de analizar el mercado y adaptarnos a la tendencia. La cocina sigue siendo uno de los espacios de socialización en el hogar, con diseños integradores con el resto del hogar, por lo que debe tener armonía con el diseño del resto de la casa, de ahí que el consumidor exija un estándar de calidad, funcionalidad y ergonomía que Faro debe cumplir.

### ■ ¿Cuál es su estrategia de expansión y qué papel juegan las ferias en dicha estrategia?

En 2016 las exportaciones se situaron en el 70% del total de la cifra de negocio. Estamos presentes en las principales ferias del sector, un factor importante que ha contribuido a un continuo plan de expansión y a analizar y poder adelantarnos a las exigencias de nuestros consumidores.

### ■ ¿Por qué han decidido asociarse a AMC y qué esperan de la asociación?

Vemos AMC como una gran herramienta de comunicación e información del sector que facilita la comunicación y el establecimiento de acuerdos entre las distintas empresas del ámbito de la cocina, a la vez que nos sirve para analizar los puntos fuertes y débiles de nuestra industria.

### ■ ¿Qué pueden aportar Ustedes a AMC?

Espíritu innovador, experiencia y el punto de vista del gran equipo humano que integra Alvic, formado por personas e idiosincrasias de más de 80 países.

[www.farococinas.com](http://www.farococinas.com)

