

Faro garantiza un alto nivel de calidad y competitividad

Faro by Alvic aún a el estudio de las tendencias y gustos del consumidor con una continua apuesta por el I+D+i. Esto les permite confeccionar un concepto de cocina totalmente novedoso que entiende el espacio como un lugar de bienestar e interacción y se adapta a todos los gustos y preferencias con diseños sofisticados y funcionales.



En 2002, nació Faro en el seno de Grupo Alvic; una compañía que persigue como pilares fundamentales la innovación, la calidad y la integración de las tecnologías de última generación para la fabricación de sus productos. Tomás Fernández, director comercial del Área Mobiliario de Cocina en Faro by Alvic, señala

que esta firma siempre ha dedicado su actividad a la fabricación de Cocina y Baño, pero que su enfoque ha cambiado: *“En sus inicios, Faro se fundó para crear mobiliario en Flat-Pack especializado en un canal DIY y Gran Almacén. Hoy en día, vivimos un momento en el que el sector de la cocina ha madurado y se ha profesionalizado*

“Nuestro catálogo da solución a un riguroso estudio de las tendencias y de los consumidores actuales”

mucho. Por ello, hemos reinventado nuestra visión de negocio y hemos lanzado un catálogo que da solución a un riguroso estudio de las tendencias y de los consumidores actuales con un método de distribución totalmente renovado basado en una red de puntos de venta en toda la Península Ibérica, Francia y Marruecos, entre otros lugares”.

La cocina es un espacio cada vez más importante en el hogar. A pesar de que cada año los colores se renuevan siguiendo cánones y patrones en interiorismo; el consumidor huye de las tendencias y corrientes decorativas y aboga por la satisfacción de los propios gustos y necesidades del que la compra, algo que ha provocado que no exista un ideal de cocina universal. Un denominador común es el empleo del espacio como zona de trabajo para cocinar, reunión familiar y bienestar en el hogar. Fernández insiste en que,

precisamente, la suya es *“una propuesta altamente orientada al consumidor, que cada vez es más consciente de la importancia de la cocina como lugar de convivencia y encuentro familiar”*. Esta circunstancia les ha posibilitado establecer once modelos de cocina totalmente personalizables y adaptables a los gustos y preferencias del comprador con más de 180 acabados distintos.

Al igual que en su enfoque comercial, también han invertido en nuevos procesos industriales que les permite ofrecer una co-

Faro by Alvic ha establecido once modelos de cocina totalmente personalizables con más de 180 acabados distintos

cina mucho más funcional con materiales renovados. Es decir; con módulos y cajones con gran capacidad de almacenaje, con herrajes más versátiles y con diseños para frentes y encimeras que se adaptan a los gustos del mercado. Con todos estos medios; Faro garantiza un alto nivel de calidad y competitividad. De hecho, entrega a sus clientes una garantía de diez años. Fieles a su origen de fabricantes, el hecho de contar con cinco plantas industriales y con más de 800 trabajadores les aporta un aspecto diferenciador en cuanto al análisis de los costes y el control de la calidad de los productos que elaboran. Esto les lleva a pensar que, sin duda, serán capaces de brindar al consumidor

Tendencias

Respecto a tendencias que hay ahora de estilos y formas, Tomás Fernández remarca la persecución de funcionalidad y una estudiada selección de herrajes, accesorios, módulos y cajones para facilitar el orden y almacenamiento; así como la creación de espacios diáfanos donde el frente del mueble es protagonista. Sobre los materiales, el director comercial del Área Mobiliario de Cocina en Faro by Alvic comenta que los diseños más demandados son, desde hace algunos años, los tonos blancos, beige y grises en acabados alto brillo, mate, maderas y texturas aplicados sobre puertas lisas con o sin tirador o de inspiración clásica, con plafón central o duelas, que combinan un estilo tradicional con la funcionalidad de las cocinas actuales.



Tomás Fernández

una marca de cocina donde la máxima “*mejor calidad al mejor precio*” es una realidad.

Innovación y adaptabilidad

Su filosofía de innovación y adaptabilidad al mercado ha desembocado en la creación de un catálogo abierto a las preferencias del consumidor. En éste, pueden apreciarse propuestas que van desde los modelos clásicos con puertas enmarcadas con duelas hasta cocinas con líneas rectas y depuradas en alto brillo y tirador integrado.

Por regla general, en los once modelos que muestran como referencia en el catálogo se persigue equilibrar diseño y funcionalidad con módulos y cajones amplios y resistentes que tengan gran capacidad de almacenaje, estanterías que aporten dinamismo al usuario que use la cocina y espacios diáfanos de trabajo y descanso.

En estos momentos, tiene seis gamas con estilos totalmente diferenciados que viabilizan al usuario confeccionar la cocina en función de sus gustos: Flat, puerta con cuatro cantos rectos; Pull, con tirador integrado; Post, en postformado vertical; Frame, una puerta con cuatro piezas más plafón central; Shape, puerta de dos listones verticales más paño central y Tablet, puerta con duelas centrales.

Preguntado por las novedades que presentan, Fernández cita que, además de una paleta de diseños renovada para cada una de las gamas, entre las que se encuentran propuestas en madera natural, en su último catálogo, han incorporado la gama Shape y Tablet, “*tendencias más clásicas que siguen siendo muy demandadas*”.

El objetivo de Faro by Alvic para 2018 es consolidar el nuevo catálogo y concretar muchas de las negociaciones ya iniciadas que les abra poco a poco al mercado de la distribución de muebles de

cocina “*como una opción diferenciada en España, aportando como elemento diferenciador argumentos comerciales al punto de venta*”.

Debido a su fuerza industrial, su intención en el mercado nacional es “*lograr conseguir acuerdos con distintos actores que intervienen en la distribución, pudiendo atender desde grandes cadenas o centrales de compra a algunos distribuidores individualizados*”. En ese sentido, Fernández destaca que creen que la fortaleza y competitividad de su marca se lo facilita. Si bien, advierte, no tienen prisa en el desarrollo en España. “*Actualmente, estamos incrementando la selección de puntos de venta interesados en nuestra enseña, ya que es importante para nosotros encontrar profesionales que encajen con nuestra visión del negocio y que sean capaces de ofrecer al cliente final soluciones que sean fieles a nuestro compromiso entre el precio y la calidad de nuestros productos*”, declara. Están



Faro entrega a sus clientes una garantía de diez años

llegando a acuerdos con distribuidores que asuman su visión del negocio y que sean capaces de transmitir al cliente final el compromiso que tiene Faro by Alvic entre el precio y la calidad de sus productos. ■

