

HÄFELE refuerza su equipo para seguir creciendo

LA FILIAL ESPAÑOLA DE HÄFELE RECONOCE QUE ESTÁ REFORZANDO SU EQUIPO PARA CONSEGUIR CRECIMIENTOS DE DOBLE DÍGITO EN LOS PRÓXIMOS AÑOS.



El fabricante alemán de herrajes, Häfele, nació en 1923 en Aulendorf. La filial española data de 1997. Actualmente, la multinacional, con una facturación de 1.400 millones de euros y 7.800 trabajadores (10 millones de euros y 42 empleados en España), cuenta con seis fábricas en Alemania (4), Hungría y España (el centro de fabricación de perfilería de aluminio de Ripollet, en Barcelona). Sus almacenes centrales en Alemania suman más de 73.000 m². En nuestro país, además del centro de Ripollet, tiene almacenes en Alcorcón y Valencia.

■ Describa su principal producto para el sector cocina.

El programa Loox de iluminación Led nos ha permitido ser pioneros en el mercado mundial de herrajes e iluminación para el mueble, posicionándonos como una empresa cada vez más tecnológica. A su vez, hemos querido facilitar la vida del usuario mediante la creación de una App, denominada Häfele Connect Mesh, para controlar la iluminación, en un primer paso, los herrajes eléctricos en un segundo estadio y, finalmente, los electrodomésticos a través de un móvil o tablet. Este desarrollo fue premiado este año por la feria Interzum, siendo la primera vez que se premia una tecnología en lugar de un herraje físico.

Más allá de las excelentes calidades del producto, su flexibilidad de aplicación y su facilidad de instalación y uso, hay que destacar su

homologación a nivel mundial, algo especialmente interesante para aquellos que exporten sus muebles a otros mercados extraeuropeos.

■ ¿Cuáles han sido sus últimos lanzamientos y qué respuesta están recibiendo por parte del mercado?

Además del mencionado sistema Loox, los lanzamientos más significativos se relacionan con la parte constructiva/funcional del mueble. Así, cabe destacar los nuevos conectores invisibles de la familia Ixconnect, SC8/25 (para muebles livianos, cajones, etc) y SC8/60 (para montaje estructural de muebles de cualquier medida), junto con la fijación de travesera RPC G 13/20. Todo ello, para un montaje invisible y sin herramientas. Este sistema ha recibido también el IF Award de Interzum 2019.

Por otro lado, la revolucionaria pata para muebles de cocina Axilo está resultando todo un éxito a nivel mundial y también en España. Su regulación de fácil acceso hace que nivelar una cocina sea cosa de niños. En próximas semanas, lanzaremos la versión industrial de esta pata, que aporta un nivel de innovación nunca visto anteriormente.

Otro de los lanzamientos más esperados es el del compás Free Space, presentado y premiado en Interzum 2019, que ofrece un rango de aplicación muy amplio, una estética muy cuidada y que ha despertado un gran interés entre la industria del mueble de cocina en España.

■ Hablemos de servicio. Enumere los servicios añadidos o relacionados con sus productos, ofrecidos por su empresa. ¿Con qué plazos de entrega trabajan? ¿Qué garantía tienen sus productos?

Más allá de los excelentes servicios logísticos que aportamos (este año con una inversión de 73 millones en el nuevo centro logístico), cabe destacar nuestro servicio de fabricación de perfilería de aluminio a medida, donde trabajamos la familia de productos Natur-AL

TENDENCIAS

(puertas de porcelánico, vitrinas de cristal, estructuras para mesas, sistemas de estantes, etc). Buscamos ofrecer un servicio de calidad con unos plazos no superiores a dos semanas, con productos que el industrial pueda personalizar a su gusto. Además, contamos también con un servicio que pretendemos potenciar en Maderalia 2020: la prescripción de proyectos con especial foco en el canal Contract. Nuestro departamento de proyectos asesora en la prescripción de proyectos de principio a fin, con un servicio postventa que garantiza la calidad y servicio Häfele.

■ ¿En qué canales tiene más presencia y en cuántos puntos de venta? ¿Cuentan con tiendas propias?

A día de hoy, nuestra facturación está muy repartida entre los distintos nichos de mercado, pero podríamos decir que tenemos aproximadamente un 50% de ventas en la industria del mueble, un 35% en retail y un 15% en el canal contract. En retail, contamos con cuatro Häfele Partner Shops en Barcelona, Galicia, Valencia y Sevilla. Hay proyectada una nueva tienda para la zona Norte, cuya apertura está prevista para abril de 2020. Con ello, pretendemos dar un servicio más próximo a los clientes del sector retail.

■ ¿Cuál es la política de expansión de la marca?

Nuestra política de expansión se basa en la adquisición de empresas que permitan reforzar nuestro surtido de productos propio (con la reciente adquisición de la empresa Nimbus en Stuttgart, por ejemplo), la inmersión y refuerzo en otros canales de venta más allá del mobiliario (contract, automoción, equipamiento comercial, grandes superficies...) y la mejora de nuestras capacidades internas, con una verticalización desde nuestros centros de fabricación, nuestras capacidades logísticas y nuestra cercanía al cliente.

■ ¿Cómo siguen (o crean) sus productos las tendencias en el diseño de mueble de cocina?

Nuestra presencia mundial nos permite estar siempre a la última de las inquietudes de nuestros clientes en los diversos mercados. Así, tratamos de desarrollar, junto con nuestros clientes, aquellos productos que puedan abrir tendencia, algo que se ve reforzado por los crecientes premios a la innovación que estamos recibiendo. De esta manera, colaboramos con nuestros clientes en las ferias más relevantes del sector, y visitamos sus eventos más importantes a nivel mundial. Especialmente relevante resulta la ayuda que podemos aportar a los clientes que quieren comenzar a exportar en países donde Häfele tiene experiencia.



■ ¿Cómo han cerrado el ejercicio 2018 y qué previsiones tienen de cara a 2019 y 2020?

Tras adaptar nuestra estructura a la realidad del mercado, hemos conseguido retomar la senda del beneficio durante los últimos años. De cara a los años 2020-2021 estamos reforzando nuestros mandos intermedios con profesionales de contrastada experiencia que nos permitan dar ese salto cualitativo y cuantitativo. Así, se están reforzando los departamentos de proyectos, aprovisionamiento y ventas durante 2019 y continuaremos reforzando departamentos como el de Marketing y Producto a lo largo de 2020-2021. Con ello, afrontaremos un ambicioso plan de crecimiento de dobles dígitos para los próximos años.

■ ¿Por qué han decidido asociarse a AMC?

La idea de asociarnos a AMC parte del deseo de estar más cerca de los fabricantes de cocinas españoles, colaborando para hacer del sector una referencia a nivel de innovación y calidad en el mercado mundial de cocinas. Y para poder conocer de primera mano y con mayor inmediatez, las necesidades que puedan estar planteando en el sector.

■ ¿Qué creen que pueden aportar ustedes a AMC?

Innovación, tecnología, internacionalidad, desarrollo y asesoramiento técnico y comercial.

■ ¿Cómo valoran la nueva etapa de la feria Espacio Cocina-SICI?

La edición de este año ha plasmado la ilusión en retomar una cita que lamentablemente había sufrido muchísimo con la crisis. La atmósfera que se respiraba era de ganas de exponer y de mostrar al mercado las capacidades de nuestra industria. Tal vez se echa de menos una mayor participación por parte de algunos de los actores más relevantes en la industria. La representatividad de la feria queda muy mermada por la no concurrencia de algunos de los mayores fabricantes de cocinas de España. Creo que se debería incentivar una feria más representativa del sector para reforzar su atractivo y sentar unas bases sólidas de futuro para esta feria. Häfele estará siempre dispuesto a aportar su granito de arena en la medida en que podamos.