

# VERROCHIO: “Queremos convertirnos en sinónimo de calidad y durabilidad”

VERROCHIO AVANZA A SU RITMO, PERO CON PASO FIRME Y LAS IDEAS MUY CLARAS. EL FABRICANTE ALICANTINO BUSCA CONSOLIDARSE EN EL MERCADO NACIONAL, CON LA CALIDAD Y EL SERVICIO COMO PRINCIPALES ARMAS.



Los orígenes del fabricante de mueble de cocina Verrochio se remontan al año 2010 en la localidad alicantina de Pilar de la Horadada. En sus instalaciones, de 5.500 metros cuadrados entre fábrica, oficinas y showroom, trabajan una cuarentena de profesionales. Con una facturación de 2,1 millones de euros, las cocinas Verrochio se venden en todo el territorio nacional, además de en el sur de Francia. Nos explican más detalles de la empresa sus responsables.

## ■ Describa su principal producto para el sector cocina.

Nuestro objetivo en el sector del mobiliario para cocinas es crear un producto 100% personalizado y de una alta calidad, que se adapte a las exigencias de cada cliente. Con una fabricación muy flexible, somos capaces de adaptar nuestra fabricación a las distintas exigencias que nos pueda demandar el mercado. Además de para la cocina y también damos soluciones integrales para baño y living.

## ■ ¿Cuál/es ha/n sido sus últimos lanzamientos? (explíquelos).

Estamos preparando un nuevo catálogo para principios del 2022 en el cual convergen los materiales nobles, lacados naturales, con la principal premisa de integrar los diferentes espacios en uno común.

Nuestras últimas novedades han sido productos anti huella, que aportan a nuestro mobiliario una alta funcionalidad. Nuestro equipo está en constante búsqueda de nuevos materiales, tendencias o cualquier aspecto que pueda dotar de valor a nuestro producto, siempre bajo el paraguas de la sostenibilidad a largo plazo.

En Verrochio adaptamos nuestra fabricación al espacio y no al contrario, fabricando a la medida solicitada por el cliente.

## ■ 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?

Nuestros productos cuentan con una garantía de 5 años. Para nuestra empresa es muy importante crear productos sostenibles a largo plazo. En este sentido, apostamos por la sostenibilidad y no por el consumo de usar y tirar. En nuestros procesos trabajamos diariamente para mejorar la duración en el tiempo de nuestros productos. Nuestro objetivo es poder ofrecer un producto con una alta durabilidad.

Igualmente, desde 2017, impulsamos un plan de inversión para maquinaria e instalaciones, transformando nuestra fabricación y flexibilizando al máximo, para poder acortar tiempos de fabricación y servicio, adaptando nuestra empresa a la industria 4.0. Así, implantamos una trazabilidad completa del proceso de fabricación desde que entra un pedido hasta que es expedido. Todo ello, con un modelo de fabricación de Lote 1, con ausencia de semielaborados.

Actualmente estamos en unos plazos de 3-6 semanas, dependiendo del modelo y de la complejidad del proyecto.



■ **¿En qué canales tienen más presencia? ¿En cuántos puntos de venta a nivel nacional tienen presencia? ¿Cuentan con tiendas propias?**

La distribución de nuestros productos la realizamos por tres vías: por una parte, el canal retail/minorista, al que dotamos de las herramientas necesarias para poder realizar el diseño y la venta de nuestros productos.

Por otro lado, también estamos inmersos en el canal contract y project, realizando servicios integrales. Aquí, nuestro equipo creativo diseña espacios únicos y totalmente adaptados a las necesidades y exigencias del cliente.

Finalmente, contamos también con una tienda propia en la que se pueden ver expuestos todos nuestros productos.

■ **¿Cuál es la política de expansión de la marca a corto y medio plazo?**

Nuestro plan de expansión contempla fortalecer el territorio nacional, aperturando nuevos puntos de venta o fortaleciendo aquellas zonas donde tenemos muy poca presencia. Para ello, queremos impulsar el canal retail y estamos trabajando en un nuevo catálogo que verá la luz a principios de 2022.

Nuestra tendencia es creciente y llevamos varios años de crecimiento exponencial. Nuestro plan estratégico pasa por consolidar nuestra marca a nivel nacional.

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

Contamos con un equipo especializado en producto, que sigue muy

de cerca las tendencias, tanto del sector como a nivel global. Creemos que los distintos sectores se comunican entre sí y beben unos de otros. Por eso, no somos ajenos a las tendencias de otros sectores y otros mercados.

Además, solemos visitar ferias especializadas y nuestro equipo está en constante formación y comunicación con los distintos agentes que intervienen en el sector.

■ **¿Cómo esperan cerrar 2021 y qué expectativas tienen para 2022?**

Pese a las circunstancias externas, el año 2021 ha sido nuestro mejor año en volumen. Veníamos de una tendencia alcista que se ha refrendado con la elevada demanda que ha experimentado nuestro sector.

De cara a 2022, esperamos seguir creciendo, pero siempre bajo unas premisas, teniendo como prioridad mejorar nuestro servicio al cliente, ofreciendo productos más duraderos y sostenibles en el tiempo, algo innegociable para nuestra empresa. Queremos ser una marca que perdure en el tiempo y sea sinónimo de calidad y durabilidad.

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

AMC es una asociación que trabaja y vela por los intereses del sector. Su labor es encomiable. Desde nuestra empresa siempre hemos apostado por las sinergias y la colaboración. En este sentido, estamos muy orgullosos de pertenecer a esta organización. Ello nos permite estar cerca de los distintos actores del sector y tener un conocimiento más profundo de nuestro entorno.

Para nosotros, AMC es una fuente de la que beber, ya que realiza labores en distintos ámbitos; su papel dinámico y activo nos crea una alta confianza en el trabajo que están realizando como apoyo al sector.

■ **¿Cómo valoran el que SICI pase a celebrarse en 2022 en septiembre y con Hábitat?**

Tras dos años en los que, prácticamente, no ha habido ferias, creemos que es bueno recuperar un espacio para nuestro sector, donde se impulse y promuevan las nuevas tendencias y se ofrezcan nuevas soluciones al mercado.

Que SICI y Hábitat se realicen conjuntas es para nosotros algo lógico. Creemos firmemente en la integración de espacios y nos parece mucho más adecuado que esto ocurra con Hábitat, en lugar de con Cevisama.