

BC3 COCINAS: “Sherpa Capital hará de BC3 un referente indiscutible”

EL NUEVO SOCIO DE BC3, SHERPA CAPITAL AYUDARÁ AL GRUPO BC3 A SEGUIR CRECIENDO Y A CONSOLIDARLO COMO UN CLARO REFERENTE DEL SECTOR FABRICANTE DEL MUEBLE DE COCINA.



BC3 nació en Granada en 1982. En todos estos años, la compañía ha ido creciendo hasta convertirse en un grupo líder fabricante de muebles de cocina, con seis fábricas en Granada, Alicante, Murcia, Sevilla, Valencia y Barcelona, que suman un total de 26.500 metros cuadrados, 280 trabajadores y una facturación aproximada de 33 millones de euros. Actualmente, BC3 Cocinas vende sus productos en todo el territorio nacional, además de en Francia, Portugal y la Guayana francesa. Nos cuentan más sobre la empresa sus responsables.

■ **Describa su principal producto para el sector cocina. Indique las ventajas que aporta y explique sus principales diferencias con respecto a los productos similares de la competencia.**

Nuestro principal producto es el mueble de cocina terminado. La principal ventaja sobre nuestra competencia radica en que ofrecemos un catálogo de producto muy completo y variado, con el desarrollo más amplio del mercado en cuanto a medidas, materiales, acabados y referencias.

Ofrecemos una amplísima propuesta de soluciones para satisfacer las necesidades de nuestros clientes, con la posibilidad de personalizar el diseño mediante un producto de alta calidad y prestaciones, así como una gran variedad de modelos y acabados que se adaptan perfectamente, según al segmento de mercado al que vaya dirigido: estudio de cocina, grandes superficies o canal contract.

■ **¿Cuál/es ha/n sido sus últimos lanzamientos?**

Nuestro último lanzamiento ha sido la colección Innova, 12 acabados en melamina tanto unicolores como acabados en madera de gran realismo. Igualmente, estamos trabajando en una nueva colección muy novedosa, de puertas en HPL unicolor, con 12 acabados muy actuales, tanto en brillo como en mate.

■ **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?**

Desde BC3 Cocinas ofrecemos unos plazos de entrega lo más ajustados posible, a pesar de las dificultades de acceso a la materia prima o componentes y los plazos tan dilatados de entrega con los que nos encontramos actualmente.

BC3 Cocinas trabaja con proveedores y firmas de primer nivel, cuyos productos están certificados por empresas homologadas que los someten a todo tipo de pruebas para garantizar los más altos estándares de calidad. Esto, unido a las inversiones realizadas en maquinaria de última generación y personal altamente cualificado, hace que nuestras cocinas gocen de la máxima garantía y fiabilidad.

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

El Grupo BC3 centra la mayor parte de su negocio en el estudio de cocina y canal especialista, aunque cada día estamos más presentes en grandes superficies y trabajamos igualmente con todas las grandes empresas del canal contract.

Actualmente, contamos con más de 500 puntos de venta, todos ellos son distribuidores de la marca BC3 Cocinas. En todas nuestras fábricas disponemos de un showroom a disposición de nuestros clientes donde mostramos las últimas novedades y tendencias en el sector del mueble de cocina, pero no disponemos de tiendas propias, ya que solo vendemos al cliente profesional.

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

La política de expansión de BC3 Cocinas en el corto plazo, se centra, por un lado, en fidelizar aún más a nuestros distribuidores actuales y, por otro, en afianzar nuestra presencia y crecer en aquellas zonas del territorio nacional en las que tenemos menor penetración. En el medio plazo, la expansión está más enfocada en el mercado internacional, con prioridad y foco en los países en los que ya tenemos una presencia notable, como son Francia y Portugal y, más adelante, nos expandiremos hacia países en los que todavía no tenemos presencia.

■ ¿Cómo siguen sus productos las tendencias de mueble de cocina?

Disponemos de un equipo de diseño multidisciplinar que está permanentemente estudiando las tendencias del sector del mueble de cocina, asistiendo a ferias especializadas y colaborando de forma estrecha con nuestros principales proveedores para desarrollar, en muchos casos de forma conjunta, nuevas propuestas que ofrecer al mercado. Asimismo, el equipo de backoffice y, en general, todas las áreas que están en contacto con nuestros clientes, van informando de las necesidades y propuestas de mejora que nos solicitan, para, posteriormente, ser implementadas en cambios de versión y en el diseño de nuevos productos.

■ ¿Cómo les fue 2021 y qué expectativas tienen para 2022?

Para el Grupo BC3, el ejercicio 2021 ha sido el mejor de la serie histórica en términos de cifra de ventas y en rentabilidad. Para este año 2022, esperamos superar las cifras del año anterior y, para lograrlo, contamos con el impulso y ayuda de un nuevo socio mayoritario, Sherpa Capital, con gran experiencia en el desarrollo y gestión de empresas de tipo industrial, con un equipo humano altamente cualificado, que ayudará, sin duda, a mejorar todos los ámbitos de la empresa y a hacer del Grupo BC3 un referente indiscutible del sector del mueble de cocina a nivel nacional.

Por último, la previsión de mercado para el segundo semestre del 2022 y, principalmente, para el 2023, es que haya una ralentización de la demanda del consumidor final y, por tanto, una contracción del



mercado. No obstante, estamos convencidos de que el plan estratégico diseñado a corto y medio plazo, hará que esa caída de ventas se vea compensada con la mayor presencia en zonas con escasa penetración de Grupo BC3 y con la captación de un mayor número de distribuidores de nuestras cocinas.

■ ¿Por qué han decidido asociarse a AMC, qué esperan de la asociación y que pueden aportarle?

La decisión de unirnos a AMC es porque consideramos que, en un sector tan atomizado como el del mueble de cocina, es importante unir esfuerzos y poner en valor los estándares de calidad de los fabricantes y distribuidores nacionales. Por otro lado, siempre es importante poder compartir conocimientos y buenas prácticas con el resto de empresas del sector que, a pesar de ser competencia, va a redundar en una mayor oferta y calidad de servicio a nuestros clientes.

AMC aporta a sus asociados formación, marketing y comunicación, asesoramiento jurídico y, en general, información relacionada con el sector del mueble de cocina, que resultan de gran ayuda en la toma de decisiones. Desde Grupo BC3, pensamos que podemos aportar nuestra visión del mercado, avalada por una experiencia de más de 40 años en permanente adaptación a los cambios que se han producido en un sector dinámico y cada vez más exigente, que ha tenido que ir amoldando su modelo de negocio.

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

Creemos que es una decisión muy acertada el hecho de que tanto SICI como Hábitat coincidan en el tiempo y que compartan espacio en Valencia, como lugar de referencia para el sector del mueble. Pensamos que ambas ferias se complementan perfectamente y hará que esta edición sea todavía más atractiva para los profesionales, tanto de la cocina como del sector inmobiliario.