

# BARPIMO: “en una cocina, nuestro producto es el que primero observa el consumidor”

BARPIMO LLEVA EN EL MERCADO DE BARNICES PARA MADERA MÁS DE SEIS DÉCADAS. CON SU AMPLIA OFERTA DE PRODUCTOS Y SERVICIOS BUSCA SATISFACER LAS NECESIDADES DE LOS DIFERENTES FABRICANTES DE MOBILIARIO DE COCINA.



**B**arpimo lleva más de 60 años en el sector de barnices para madera. Se trata de una empresa totalmente adaptada a los nuevos retos y exigencias del mercado del mueble de cocina, que afronta el presente y futuro con ilusión, estrategia y planificación. Así, constituye un grupo sólido, con una de las mayores ofertas del mercado de pinturas, más de 200 trabajadores y presencia en más de 25 países. Esta empresa española posee un posicionamiento internacional consolidado y en constante crecimiento, en el que destaca su filial de Polonia, con más de 25 años de trayectoria.

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

Poseemos desarrollos específicos para la industria de la cocina altamente tecnológicos, y diseñados para garantizar un perfecto acabado. Disponemos de una amplia variedad en cuanto a calidades, colores, procesos, texturas y efectos, ofreciendo a los fabricantes de cocinas la gama más completa y vanguardista de barnices y acabados para madera. Hoy, la cocina se basa en los conceptos de innovación, diseño, calidad, personalización, diferenciación y sostenibilidad, en los que Barpimo tiene mucho que ofrecer.

El presente y el futuro dependen de la personalización y servicio a todos los niveles. Barpimo, de forma estratégica, busca que la relación

con sus clientes sea muy cercana y fiable, y trabaja día a día para ofrecerles un servicio de calidad. En relación a la tecnología del color, aspecto altamente estratégico en el sector de la cocina, Barpimo cuenta con coloristas experimentados y sistemas tintométricos propios muy tecnológicos y preparados para poder fabricar cualquier color.

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

Ofrecemos al fabricante de cocina numerosas opciones de barnizado, tanto cualitativas como cromáticas, y ajustándonos a sus instalaciones productivas. Así, Barpimo desarrolla constantemente nuevos productos que satisfacen las demandas tecnológicas y estéticas de los clientes. Para el sector de la cocina, algunas de nuestras últimas mejoras de producto incluyen:

- Productos y procesos acrílicos transparentes de última generación que garantizan un perfecto y natural acabado en procesos a poro abierto, además de excelente resistencia a todos los niveles, como al rayado. Destaca la gama Acrilac Nature Plus.
- Productos y procesos pigmentados en cualquier color, textura y brillo, totalmente personalizados.
- Acabados pigmentados de alta dureza y resistencia, con posibilidad de fabricarlo en cualquier color.
- Productos y procesos sostenibles de bajo impacto medioambiental. Es el caso de la gama Hydrobarp Care de barnices al agua, tanto en transparente como en pigmentado, con propiedades antibacterianas y que garantiza la calidad del aire interior. Aquí, creemos que la clave del impulso de la sostenibilidad está en la exigencia de los consumidores finales y en la prescripción, en que realmente exista una demanda importante de este tipo de productos.

## TENDENCIAS

Además, estamos encantados de aplicar nuestros productos sobre diferentes soportes de madera, ya que la madera es un material altamente sostenible y ecológico, cálido, protege al medioambiente y extremadamente bello.

■ **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?**

El servicio es uno de los puntos más estratégicos e importantes para Barpimo. En nuestro formato de negocio, la exigencia diaria de los fabricantes de cocinas para que les suministremos los colores y productos solicitados es máximo, por lo que ofrecer un excelente servicio nos diferencia. Para ofrecer un excelente servicio a todos los niveles debemos tener delegaciones y centros de color en diferentes puntos del ámbito nacional. Así satisfacemos las necesidades del mercado y cumplimos los exigentes plazos de entrega de nuestros clientes.

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

Como proveedores de barnices para madera a la industria de la cocina, nuestro canal de venta más importante es el B2B. También promocionamos la marca Barpimo y sus productos orientados a la cocina en redes sociales, mediante charlas con prescriptores, etc.

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

Como decía nuestro fundador, D. Juan Ros, “el futuro no es un regalo, es una conquista”. Por lo tanto, Barpimo afronta el presente y futuro con ilusión, estrategia y planificación, ofreciendo al mercado productos y servicios perfectamente adaptados a los tiempos actuales y de futuro, que satisfagan a todos los niveles las necesidades de los clientes. Resumiendo, el objetivo es crecer y crecer, pero de forma ordenada, estratégica y con criterio. A nivel nacional, la línea industrial de madera de Barpimo está muy presente en empresas pequeñas y medianas y, a partir de clientes estratégicos, queremos recuperar poco a poco la confianza de los clientes y el liderazgo del mercado. A nivel internacional, el objetivo también es crecer, con productos de calidad y estrategias personalizadas a todos los niveles: comerciales, de marketing y comunicación, y una logística para estar en cualquier mercado, esté donde esté.

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

Nosotros fabricamos los barnices para madera con los que los fabricantes aplican y decoran sus cocinas, es decir, nuestro producto es



el que primero observa el consumidor final y luego, toca y siente. Por tanto, ocupamos un papel importante, y debemos dominar las tendencias y modas en acabados: nuevos colores, texturas, diseños. Así, nos encanta colaborar con nuestros clientes en la realización de las nuevas colecciones, trabajando en equipo.

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

2021 fue atípico. Por un lado, hubo una situación muy complicada de las materias primas, con fuertes aumentos de precio. Y por otro, hubo una fuerte demanda, que nos llevó a cerrar el año a casi todos con fuertes incrementos. La otra cara de la moneda es la reducción del margen, ya que no se han podido repercutir al mercado las subidas de precio. En 2022, como preveíamos, el primer cuatrimestre ha seguido la inercia de 2021, y en el segundo, ya estamos notando los efectos de los altos costes generalizados, que está afectando al consumidor final. El tercer cuatrimestre se espera un clima de cierta inestabilidad.

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

Hoy, el mueble de cocina marca la tendencia del mueble a todos los niveles: diseños, materiales, acabados, tendencias, certificaciones, y, sobre todo, su nuevo rol en los espacios hábitat. Para nosotros es estratégico formar parte de AMC. Nos gustaría implicarnos de forma activa en el sector y ofrecer nuestras opiniones, ideas y posibles soluciones en los debates que puedan surgir en AMC. Como empresa colaboradora nuestra aportación puede ser importante a nivel de acabados. Además, nos gustaría implicarnos de forma activa en el sector y ofrecer nuestras opiniones, ideas y posibles soluciones en los diferentes asuntos que se puedan plantear en la asociación.

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

Nuestra opinión es que en Hábitat queda mucho más integrada. A día de hoy, la cocina es el elemento principal del hogar, por lo que es ideal que se una a la feria Hábitat, ya que va a ser beneficioso en ambas partes, además que va a atraer al prescriptor especializado de calidad, lo cual beneficiará a todos los participantes de la feria Hábitat.