

Con la reciente adquisición de Doca, el Grupo KBV se constituye como uno de los grandes líderes nacionales en la fabricación de mobiliario de cocina, con una facturación anual aproximada de 50 millones de euros

Grupo KBV: "para afrontar los retos futuros es importante pertenecer a un grupo fuerte"

A mediados de abril, el grupo KBV, empresa participada por Abac Capital y propietaria de OB Cocinas y Delta, compró al fabricante tarraconense de cocinas Doca, dando lugar así al grupo fabricante de muebles de cocina líder a nivel nacional, con una facturación cercana a los

50 millones de euros (20 de OB, 15 de Delta y otros 15 de Doca) y una red comercial de más de un millar de puntos de venta. Con las marcas Delta, OB Cocinas y Doca, y fábricas en La Rioja, Córdoba y Tarragona, el Grupo KBV emplea a más de 300 personas y vende sus cocinas, en España, Francia, EE.UU. y Portugal, por citar a los principales. Nos cuenta más detalles del grupo su CEO, Luis Vicens.

• **Recientemente han sumado Doca al proyecto de KBV. ¿Por qué? ¿Qué hace a Doca un buen candidato para ustedes?**

La marca Doca es el complemento perfecto al portfolio que teníamos con OB y Delta. Doca cubre el segmento más premium del mercado y tiene una presencia internacional muy importante. Lo que nos abre muchas oportunidades para continuar con la estrategia de crecimiento del grupo KBV.



• **¿Cuál es la estrategia de crecimiento del grupo KBV tras la adquisición de Doca?**

En el grupo KBV continuamos explorando oportunidades en el mercado y no descartamos nuevas incorporaciones en el futuro. Tras un 2022 en el que había cierta curiosidad

en el sector, hemos pasado a un 2023 y 2024 en el que cada vez más actores coinciden en que para poder afrontar los retos futuros es importante pertenecer a un grupo fuerte.

Adicionalmente, vamos a seguir explotando las sinergias en las compañías que actualmente forman nuestro grupo para seguir creciendo orgánicamente.

• **Describe su principal producto para el sector cocina.**

El Grupo KBV centra su actividad en la fabricación de muebles de cocina. Pero nuestra oferta es mucho más global y nos definimos como proveedores de soluciones para amueblar el hogar. Nuestros clientes pueden encontrar en nuestro portfolio muebles para el salón, muebles de baño o soluciones de ordenación como los armarios y los vestidores.

Las tres empresas que conforman el Grupo KBV nos permiten dar soluciones desde el segmento medio hasta el segmento más premium. La capacidad productiva y el conocimiento de los distintos materiales nos permiten ofrecer todo tipo de soluciones fabricadas en casa. En nuestras fábricas:

hacemos nuestros propios cascos, lacamos, trabajamos los chapados de madera, y hacemos nuestra propia perfilaría de aluminio para vitrinas y accesorios.

• **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?**

Gracias al alto nivel de capacitación de nuestro equipo, podemos ofrecer todo tipo de soluciones que se adapten al deseo del cliente y a las características del espacio a reformar. La flexibilidad y la adaptación son un valor añadido que nuestros clientes aprecian especialmente, al igual que la fiabilidad de las entregas, que garantizamos en plazos y cuidado, por usar transporte propio.

• **¿En qué canales tienen más presencia?**

Nuestros canales más importantes son el retail y la construcción.

• **¿Cuál es la política de expansión de la empresa a corto y medio plazo?**

El proyecto de crecimiento de KBV tiene dos estrategias principales. Una estrategia que busca un crecimiento inorgánico, mediante la adquisición de empresas ya establecidas en el mercado, y una estrategia de crecimiento orgánico que se concreta en cada una de las marcas de nuestro portfolio. Cada una de las marcas tiene una estrategia diferenciada y personalizada que



Cocina Fenice Bronzo de Docca.

combina desarrollo de producto, presencia homogénea en todo el territorio, incremento de presencia en el extranjero y desarrollo de la marca.

• **¿Cómo siguen sus productos/servicios las tendencias en el diseño de mueble de cocinas?**

En KBV tenemos la suerte de contar con

equipos de diseño pro-

prios. Unos equipos con mucha experiencia en el sector y que no solo saben trasladar las tendencias del mercado a nuestra gama, sino que son creadores de tendencia. Nuestras colecciones disponen de acabados y puertas exclusivas que se han gestado internamente y que nos dan una exclusividad y diferenciación claves para nuestros clientes.

• **¿Cómo cerraron el ejercicio 2023 y que previsiones tienen de cara a 2024?**

Cerramos el 2023 por encima del 2022, lo que nos ha permitido ganar cuota de mercado ante una situación de decrecimiento sectorial. Esto nos anima a seguir con la estrategia del Grupo KBV, que ha consistido en dar continuidad a las marcas. Todas las empresas de nuestro portfolio son marcas de éxito en su segmento. Con reconocimiento sectorial y cuya aportación a la cadena de valor de nuestros clientes es diferencial y destacada. Por último, y no por ello menos importante, debemos mencionar a los equipos internos, cuya dilatada experiencia y saber hacer, están haciendo este crecimiento posible.

• **¿Por qué forman parte de AMC y qué esperan de la asociación? ¿Qué creen que pueden aportar ustedes a AMC?**

Estamos asociados prácticamente desde nuestra creación. De la AMC esperamos que potencie la marca España en el sector de la cocina y nos ayude a generar sinergias con otros actores del sector. Además de ser miembros, participamos en muchos de los eventos que organiza y yo, personalmente, soy vocal de la asociación.

<https://www.kbv-group.com/>