

Azulejos Peña

la apuesta segura por la empresa familiar

Azulejos Peña, empresa familiar dedicada a la venta de azulejos, pavimentos cerámicos, grifería y accesorios de baño, prosigue su evolución en el mercado sin renunciar a su identidad. Con su Director, Juan Pajares, hablamos de la situación actual del sector y de cómo afrontan el futuro.

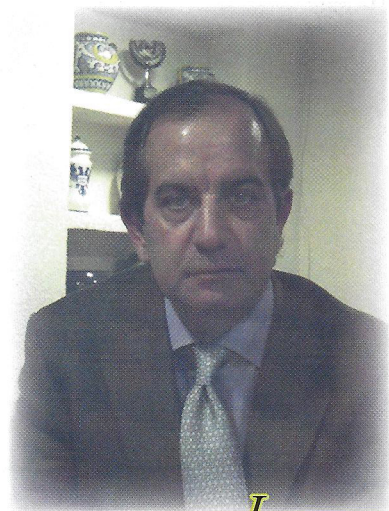
Una de las empresas que tiene su origen en Castellón pero cuya sede central se encuentra en Madrid es Azulejos Peña. Una empresa familiar dedicada, en un principio, a los azulejos y que, con el avance de los tiempos, se ha adaptado y ha ampliado su oferta hasta abarcar revestimientos y pavimentos cerámicos, tanto naturales como porcelánicos, así como todos sus complementos, desde la grifería hasta accesorios de baño, pasando por los sanitarios desde hace dos años.

Lejos quedan los años 50 en que el fundador de Azulejos Peña, y padre de las dos actuales propietarias, se desplazó a Madrid y creó una empresa distribuidora. Azulejos Peña se hacía un hueco en el competitivo Madrid. A

pesar del éxito de esta empresa azulejera, su carácter familiar no ha cambiado ni un ápice. Actualmente, una de las hijas del fundador se dedica a la parte comercial y la otra, a la financiera. Y a su lado, los respectivos maridos. El director de Azulejos Peña, Juan Pajares, defiende la fuerza de las empresas familiares ante las grandes superficies. "Si nos damos cuenta, después de grandes crisis, las empresas que siempre aguantan son las familiares"- afirma Pajares- "Existe más agilidad, si hay que tomar decisiones rápidas, se pueden aplicar más fácilmente".

La evolución de Azulejos Peña ha sido ascendente. Hoy en día cuentan con cinco puntos de venta en Madrid y la ampliación continúa su curso. La adquisi-

La evolución de Azulejos Peña ha sido ascendente



Juan Pajares,
Director de Azulejos Peña



ción de las antiguas instalaciones de Johnson & Johnson de Arganda del Rey, en la avenida Madrid, de 70.000 metros cuadrados de terreno, 15.000 de ellos ya construidos, ha permitido a Azulejos Peña contar con una exposición más grande y con almacenes más amplios y modernos. En breve, la sede central que actualmente se encuentra en el kilómetro 11.8 de la carretera de Toledo, en la madrileña localidad de Getafe, se trasladará a las nuevas instalaciones, ya que proporcionan más posibilidades de expansión.

Entre las marcas más famosas con las que trabaja Azulejos Peña, se encuentran Queraben, Gres Català, Saloni o Azubi. Y sus productos abarcan pavimentos y revestimientos para baños, cocinas o piscinas, grifería para cocina y baño, productos sanitarios y accesorios de baño como mamparas o el gran surtido de muebles.

Azulejos Peña se mueven en los tres canales de actuación, venta al detall, distribución y obra. El porcentaje más importante se lo lleva la obra que supone un 40%, seguido del detall con un 35% y, el 25 restante se lo queda la distribución. Pajares remite al buen momento de construcción que está pasando España. *“Estamos en una época de la obra muy gloriosa, aunque creo que le queda poco. Pero todo lo que*

hemos comenzado no se parará de golpe, todavía quedan algunos años para que se note la ralentización”.

Evolución económica

El volumen económico de Azulejos Peña durante el ejercicio de 2003 se elevó a 26 millones de euros. A escasos días para acabar 2004, Pajares afirma que llegarán a cerrar con 31 millones de euros. De esta cifra, el 90% proviene de la cerámica, alma mater de Azulejos Peña, y el 10% restante recae en la cerámica sanitaria, cifras positivas si se tiene en cuenta que se dedican a este producto desde hace escasamente dos años. Como cuenta Pajares, Azulejos Peña encontró en Ideal Standard la firma que los entendió y con la que hubo “buena sintonía desde el principio”. Respecto al futuro

Hoy en día Azulejos Peña cuenta con cinco puntos de venta en Madrid y la ampliación continúa su curso

más próximo, espera que en 2005 se llegue a alrededor de los 34 millones de euros. A pesar de ser optimista, Pajares se muestra cauto. *“No podemos pensar que siempre será como estos últimos cuatro años. Pero todavía queda mucho por hacer. Hemos pasado de un tema de higiene a un tema de decoración. La cocina y el baño son las habitaciones que más se utilizan de la casa y se busca que sean bonitas y cómodas, cosas impensables hasta hace poco”.*

El secreto: saber aconsejar al cliente

Entre los secretos de Azulejos Peña para mantenerse en la cima de la venta de cerámica en España, se encuentra sobre todo ofrecer un buen producto y saber aconsejar al cliente. Pajares mantiene que las nuevas propuestas de distribución, que se diferencian por el autobricolaje, *“son apuestas seguras pero aquí el bricolaje, por una simple cuestión de filosofía de vida o de manera de ser, es diferente a otros países. Pertenecen a otro tipo de venta, ya que nosotros ofrecemos el servicio al cliente”.* Y todo ello, claro está, al mejor precio posible y con más de 120 profesionales dedicados a ofrecer sus conocimientos al cliente. ■

