

Azulejos Peña amplía sus instalaciones en Arganda

LA FIRMA MADRILEÑA TAMBIÉN MEJORA SUS ESTABLECIMIENTOS DEL PASEO DE LA CASTELLANA, 84 Y DE JOSÉ ABASCAL, 4. SU DIRECTOR JUAN PAJARES NOS EXPLICA QUÉ HAY DETRÁS DE ESTAS REMODELACIONES.



Juan Pajares, director de Azulejos Peña explica a los lectores de *Azulejo Distribución Colocación* los detalles de la nueva imagen de sus establecimientos en Madrid y de la nueva exposición-almacén de Arganda del Rey.

La veterana empresa Azulejos Peña entró en el 2005 con muchos proyectos dirigidos a mantener su liderazgo en el mercado cerámico del centro del país. Uno de ellos es la reforma en sus dos tiendas madrileñas situadas en el Pº de la Castellana, 84 y en la calle José Abascal, 4.

Ha sido una remodelación progresiva, llevada a cabo sin cerrar sus puertas al público y que se ha desarrollado desde el mes de febrero a mayo de 2005. Su objetivo ha sido superar las estética de los ochenta e integrarla en la nueva imagen corporativa del grupo, iniciada con la apertura de la tienda de la calle Príncipe de Vergara. En todos los casos, Moidecar ha sido la empresa encargada de estas reformas.

Más ambiciosa ha sido la remodelación de Arganda del Rey. Aquí las obras han sido de gran envergadura. Lo primero que salta a la vista es la nueva fachada. Es ventilada, de grandes dimensiones (2.450 m²) y está formada por piezas de 60x1.20 de última generación de porcelánico de la firma Roca.

Los cambios han llegado también al exterior de las instalaciones: se han acondicionado 22.000 m² para habilitar una gran explanada destinada al almacenaje exterior, además de otros 1.900 m² que también han sido asfaltados para el parking. Otros 11.000 m² se han reservado para posibles nuevas ampliaciones. Por último, en el interior se ha diseñado una gran zona de estanterías para picking.



La espectacular fachada ventilada de 2.450 m², una de las mayores de España utilizando esta técnica, de las nuevas instalaciones de Azulejos Peña en Arganda.

Con todas estas mejoras, el nuevo centro de Arganda es ahora el que presenta un crecimiento potencial mayor dentro del grupo. A medio plazo es muy probable que tome el relevo a la central de Getafe, la única que queda pendiente de reformar para integrarse en la nueva línea del grupo. Además, esta última está inmersa en un proceso de cambio ya que su entorno está dejando de ser un recinto industrial para transformarse en un núcleo urbano cada vez mayor.

De todo esto, y mucho más, nos ha hablado el director de Azulejos Peña, Juan Pajares: "Azulejo DC" ha querido conversar con él para conocer más a fondo las razones de esta nueva etapa emprendida por su grupo.

"La distribución cerámica exige hacer un esfuerzo constante por estar al día. La evolución no es un capricho; es una necesidad"



La fachada ventilada está formada por piezas de 60x1,20 m. de gres porcelánico suministrado por la firma Roca.



José Luis Pascual es el director de la nueva exposición de Azulejos Peña en Arganda. El almacén es para él lo mejor de estas impresionantes instalaciones, con una capacidad y posibilidades logísticas sin parangón.



Esta mesa de recepción se augura que sea tan visitada como lo es en la actualidad la de la central de Getafe, cuando la tienda de Arganda se encuentre a pleno rendimiento.

<Pregunta> ¿Qué se ha querido conseguir con estas remodelaciones?

<Respuesta> Hemos querido que todas las tiendas sigan el mismo espíritu y tengan la misma línea estética, para que cuando el cliente entre en cualquiera de ellas reconozca nuestra imagen corporativa.

Son locales urbanos y, por tanto, las posibilidades espaciales están mucho más limitadas que en las exposiciones ubicadas en polígonos industriales. Sin embargo, hemos podido jugar mucho con los paneles. Los hemos unificado, además de hacerlos intercambiables e incorporarlos a esta imagen corporativa.

<P> ¿Por qué han decidido dar prioridad a las instalaciones de Arganda?

<R> Arganda tiene mucha fuerza como localidad comercial y nosotros tenemos que seguir esta misma dinámica. Esta tienda puede llegar a convertirse en nuestro almacén principal porque el de Getafe empieza a quedarse pequeño y, además, está inmerso en una profunda transformación urbana y gracias a ello Getafe se convertirá en nuestra mejor tienda.

"La moqueta es el auténtico rival de los laminados, y no los azulejos. El público cerámico tiene otras necesidades y asume las exigencias de la colocación"



El diseño e instalación de los expositores de Arganda han corrido a cargo de Moidecar.

"Cuando el crecimiento de la construcción se desacelere, se producirán otros cambios estructurales importantes. La cerámica tendrá que centrarse más en la reforma que en la gran obra"

A medio plazo, probablemente acabaremos invirtiendo sus funciones, aunque no tenemos ninguna fecha marcada.

<P> ¿Este cambio de ubicación puede ser una muestra de la constante evolución del sector de la distribución?

<R> Sin ninguna duda, la distribución cerámica exige hacer un esfuerzo constante por estar al día. La evolución no es un capricho; es una necesidad.

Queremos seguir creciendo con nuevos proyectos y, para ello, nos tenemos que adaptar a los nuevos tiempos. El almacén de Getafe empezó a funcionar en 1971 y es lógico que empiece a requerir una puesta a punto.

<P> ¿Qué otras evoluciones destacaría en la distribución cerámica?

<R> En nuestro caso, por ejemplo, en todas las tiendas hemos incorporado una parte dedicada sólo al sanitario, porque los propios clientes nos han llevado a ello y los fabricantes con los que trabajamos nos lo han facilitado mucho.

Es una tendencia natural e irreversible. Creemos que la distribución cerámica y de sanitarios acabará uniéndose. Así como el sector de la fontanería tiene unas peculiaridades insalvables y resulta muy difícil introducirse, el de sanitarios es mucho más flexible. Trabajamos con Ideal Standard y con otras dos firmas más de gama más económica. El resultado está siendo muy bueno.

<P> Por su experiencia en sus tiendas, ¿cómo ven el momento actual que vive el sector?

<R> El mercado cerámico sigue mostrándose muy activo. El auge de la construcción de los últimos años nos ha favorecido mucho.

Aunque queda mucho para que la construcción deje de crecer, todavía hay muchas promociones aún por construir. Además, se sigue vendiendo mucho, aunque tal vez ya no existan colas en las casetas de los promotores y por primera vez en muchos meses tienen que volver a buscar a sus clientes.

Lo que sí detectamos es que, cuando el crecimiento se desacelere, se producirán otros cambios estructurales importantes. Por ejemplo, una posible tendencia de futuro es que acabará creciendo más la reforma que la gran obra.

<P> Y, dentro de este contexto, ¿el azulejo sigue siendo un producto de futuro?

<R> Desde nuestro punto de vista, sí. Ni algunos de sus supuestos competidores como, por ejemplo, los laminados son un auténtico rival, ya que en el fondo van dirigidos a mercados distintos.

<P> Explíqueme.

<R> Un tema son los parqués auténticos y otro muy distinto es el sector de los laminados, donde la evolución sí ha sido espectacular. En este último caso, se ha debido, sobre todo, a una cuestión de comodidad porque se instala en tiempos récord. Además, es un producto muy novedoso que su deterioro efectivo está aún por verse.

Es cierto que la colocación cerámica tiene sus exigencias, pero son dificultades superables porque sus posibilidades son muchas.

Además, todo es cuestión de tendencias. Ahí está el papel pintado, que estuvo muy penalizado durante una época y ahora ha vuelto.

También la moqueta ha experimentado un proceso similar y, realmente, es ella el auténtico rival de los laminados, y no los azulejos. El público cerámico es distinto porque va más dirigido a nuevos espacios que necesitan materiales de mucha calidad, especialmente si son de alto tránsito.



Junto a la remodelación de las tiendas del centro de Madrid, a las que se ha desprovisto de su look años 80, Azulejos Peña ha modernizado su imagen y sus servicios con esta amplia exposición y almacén de Arganda.



<P> ¿Y cómo ve las nuevas aplicaciones cerámicas?

<R> Este es un campo con muchas posibilidades. Lo que tal vez nos han podido quitar por el lado de los laminados a los que aludíamos, lo estamos ganando con nuevos usos cerámicos. Ahí están las paredes de las segundas residencias gracias a los nuevos porcelánicos.

En la actualidad, la cerámica ya no está asociada sólo a cuestiones higiénicas por su comodidad y fácil limpieza. Hoy en día hay muchas posibilidades decorativas orientadas, por ejemplo, a restaurantes o cualquier otro tipo de locales comerciales. Si se buscan solución minimalistas, la cerámica las ofrece con creces. Si se buscan soluciones rústicas también, si pretendemos soluciones técnicas la cerámica también las cubre. Su colocación se ha ampliado a todo tipo de estancias y a todo tipo de tendencias decorativas

<P> ¿Y cree que los prescriptores son conscientes de ello? ¿Se está acercando por fin la cerámica al profesional?

<R> Así lo vemos nosotros y lo hemos comprobado en escaparates como CasaDecor. Llevamos varios años con un stand propio y colaborando con otros. Es una buena plataforma para ratificar que los arquitectos y diseñadores han dejado de eliminar la cerámica de los interiores.

No hay que olvidar que el usuario sigue siendo muy práctico. El ama de casa, por mucha vocación estética que tenga, continúa pensando en el día a día.

1. El amplísimo almacén se aprovecha de unas instalaciones generosas en espacio.
2. El almacén es el pulmón que distingue a la instalación de Arganda.
3. La sección de muestras para arquitectos, obligada en toda exposición moderna.
4. La explanada de 22.000 m² es la reserva que asegura un potencial de almacenamiento y carga considerables.
5. Un detalle de la fachada ventilada de Arganda.



Contactar:

AZULEJOS PEÑA

Exposiciones

Almacén, Exposición y Oficinas

Príncipe de Vergara, 13
28001 Madrid
Tel. 91 575 61 11
Fax 91 576 74 77

Getafe

Ctra. de Toledo km. 11,8
28905 Getafe (Madrid)
Tel. 91 695 23 50
Fax 91 695 23 98

Pº de la Castellana, 84
28046 Madrid
Tel. 91 564 15 92
Fax 91 563 77 54

Arganda

Avda. de Madrid, 82
(Antigua Nacional III, km. 24,7)
28500 Arganda del Rey
Tel. 91 875 76 70
Fax 91 870 49 40

José Abascal, 4
28003 Madrid
Tel. 91 594 40 29
Fax 91 593 96 98

"En la actualidad, la cerámica ya no está asociada sólo a cuestiones higiénicas por su comodidad y fácil limpieza. Hoy en día hay muchas posibilidades decorativas"

"China es una barrera natural que tal vez a la larga se salvará, pero de momento, nos beneficia gracias a los 20.000 kilómetros que separan a los containers del colocador"

<P> Y, ¿qué habría que hacer para que esta nueva cerámica se conozca más?

<R> Tal vez se debería seguir el camino emprendido por algunas empresas que han hecho mucho por su promoción al haberle dado un nuevo estatus. Todavía queda mucho por hacer y debería ser una prioridad para todos los que trabajamos en el sector.

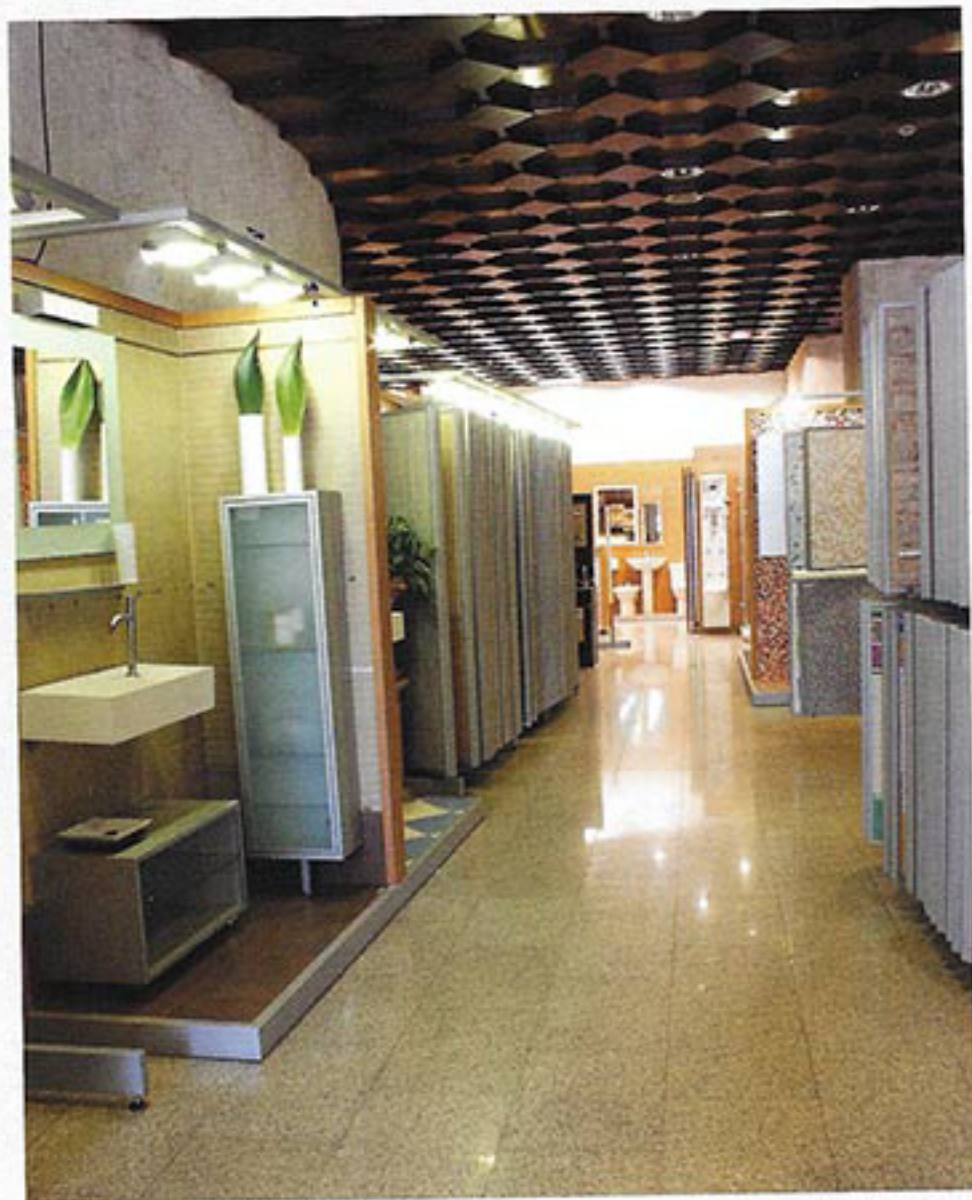
<P> Por último, ¿cómo ven el auge de las importaciones de artículos de China?

<R> Por una parte, entiendo que las propias fábricas de Castellón empiecen a importar porque es una oportunidad de mercado. También es comprensible que se planteen trasladar parte de su producción allí.

Sin embargo, si no se actúa de manera estratégica, la amenaza puede ser mayor que la oportunidad. El sector está preocupado y tiene razones para ello. Hay que luchar por abajo y por arriba.

Es cierto que la diferencia de costes es impresionante y hay poco que hacer en este sentido. Pero el mercado tiene una dinámica que en algunos casos es incompatible con las importaciones chinas. Por ejemplo, cuando tienes obras y necesitas stocks, sólo te sirven a sesenta días. Son formas de funcionar que costará cambiar. Es una barrera natural que tal vez a la larga se salvará, pero de momento, nos beneficia gracias a los 20.000 kilómetros que separan a los containers del colocador.

Por otra parte, también se puede hacer mucho a nivel directivo. Hay que intentar dar un valor añadido y vender cada marca apoyándose en una política de promoción de la calidad y de respeto medioambiental. Aquí habría que hacer la apuesta más importante, sobre todo pensando en que nuestros clientes buscan lo mejor y quieren un buen servicio. Sólo así la cerámica vencerá sus dificultades y podrá seguir progresando. ■



Vista del interior de la tienda de Azulejos Peña en la calle José Abascal, 4, de Madrid, recientemente remodelada.



Sección dedicada a los productos de Alcala en la tienda del Pº de la Castellana, 84, que Azulejos Peña ha modernizado completamente.