

Más cercanos que nunca

Desde que la encimera conquistara un puesto como protagonista de la cocina más moderna, el sector no ha parado de moverse para satisfacer las necesidades y los caprichos de cada uno de sus clientes. La comunicación y el marketing son la clave para crecer en un sector maduro y cada día más competitivo.



El mercado de la encimera de cocina marcha viento en popa en términos generales, con un crecimiento del 6% en el pasado 2016, remontando la situación de años anteriores con fuerza y decisión.

Una fuerza y una decisión que se fundamentan en la convicción de haber trabajado duro durante mucho tiempo para obtener un producto de muy alta calidad, que merece ser tratado como una joya. Esta gran calidad es un rasgo que define a prácticamente todos y cada uno de

los materiales fabricados y comercializados en la actualidad, desde la piedra natural, pasando por los materiales compuestos y los porcelánicos hasta los postformados, la madera o el acero inoxidable.

Así, un cliente final lo tiene difícil a la hora de escoger entre tanta variedad y tanta calidad: las tradicionales desventajas de cada producto van limándose año tras año a medida que los equipos de investigación e innovación de cada compañía encuentran la manera de mejorar el producto.

Un lugar para enamorar al cliente

Es por eso que los principales fabricantes de encimeras han decidido dar un paso más en su evolución y están abriendo showrooms y tiendas propias en las que poder enamorar al cliente final a la vez que convencen al diseñador profesional de cocinas.

Se trata en algunos casos de verdaderas salas de exposición independientes en las que los distintos modelos muestran todo su esplendor, todos los posibles usos y las posibles combinaciones de las que pueden ser protagonistas; en otros, de espacios agradables y modernos dentro de la misma fábrica, pensados para atender a los clientes de forma cómoda y atractiva.

Es un gran paso para una industria que, hasta hace poco, no tenía acceso fácil al comprador final, que elegía la encimera confiando en el distribuidor, sin un claro criterio propio. Y, a su vez, es una declaración de intenciones entre los distintos materiales; la competencia será cada día más feroz.

Los porcelánicos llegan con fuerza

La llegada de los materiales porcelánicos a un sector que llevaba mucho tiempo con el granito y

Los principales fabricantes de encimeras están abriendo showrooms y tiendas propias en las que poder enamorar al cliente final

los compuestos de resina como grandes amos y señores de la industria, ha sido una de las catalizadoras de esta nueva batalla entre materiales.

Los expertos coinciden en señalar que los porcelánicos crecerán en los próximos años y se harán con una significativa cuota del mercado en poco tiempo. ¿De dónde pueden estos nuevos materiales ganar clientes? Es algo que, por ahora, no está claro.

Si tenemos en cuenta la buena marcha de los materiales compuestos en los últimos años



>> Corian

Diferenciarse para conquistar el mundo

La globalización ha llegado al sector de la encimera en sus distintas vertientes, es decir, en sus distintos materiales. Ya sean naturales, como la piedra o el mármol, o compuestos, cada empresa lucha por ofrecer al mercado un producto claramente diferenciado de los demás, en su diseño y en sus características técnicas.

Pero tener un producto de calidad y diseño extraordinario no es suficiente. Tal y como lo resumía el ICEX en una reciente jornada, a la hora de conquistar los mercados internacionales, "es importante la aplicación de planteamientos estratégicos tales como la diferenciación de los productos frente a los mercados, el uso adecuado de las nuevas tecnologías, la aplicación de nuevas formas de venta y nuevas herramientas de comunicación con los potenciales clientes".

En otras palabras, "para posicionarse en el exterior no basta con tener una buena materia prima, hay que dotar al producto de un valor añadido y la I+D y el marketing son claves para lograrlo".

-crecieron un 11% en 2016, hasta facturar 277 millones de euros-no parece que vayan a acusar la entrada de los porcelánicos.

En las próximas temporadas podremos ver cómo encaja el sector de la encimera la irrupción de estos nuevos materiales que, además de sus características interesantes -como su porosidad casi nula, o el hecho de que el calor no le afecte, no se raye y no pierda tono- cuentan con grandes marcas nacionales e internacionales con excelentes equipos de marketing para darse a conocer. ■