

“Se empieza a ver algunos indicios de que el segmento de la obra nueva vuelve a aumentar”

Fahd Barazin, director comercial de la división de grifería de Genebre



Genebre es una de las compañías más activas en el mercado de la grifería actual. Con una clara vocación internacional, esta firma sigue apostando por la calidad y por ofrecer soluciones flexibles y específicas para cubrir las necesidades de un amplio abanico de clientes.

Hacer un balance de estos 15 años de actividad en el sector no es una tarea fácil para **Fahd Barazin**, director comercial de la división de grifería de Genebre. Empieza resumiendo esta época exponiendo algunas cifras relevantes: “Del 2002 al 2008, el mercado de la grifería se dividía en dos grandes segmentos, la obra nueva, que representaba más del 65% y la reposición, con menos de un 35% pero con una banda de precios medio alto”. En los siete años posteriores se produjo el fin de la burbuja inmobiliaria, afectando de pleno a los dos segmentos de distribución de la grifería. Esto provocó, según Barazin, un cambio radical en los porcentajes: “La obra nueva pasó a representar menos del 15% y la reposición más del 85%”. Fue en este periodo cuando, debido a la fuerte bajada de las ventas en la mayoría de empresas, muchas de ellas tuvieron que cerrar. “Calculamos que la bajada en el mercado nacional ha sido de más de un 50%”, destaca. Con un mercado reducido a la mitad, la nueva situación ha obligado a las firmas supervivientes a realizar una serie de cambios en su estructura. “Hemos tenido que renovar y

ampliar la gama de productos para dirigirnos a un mercado más exigente y selectivo, y aumentar nuestra presencia en el mercado exterior”, señala el director comercial de la división de grifería de Genebre.

Periodo de estabilización

Según comenta, en estos últimos tres o cuatro años, “el mercado se ha estabilizado y muchas empresas del sector nos hemos adaptado a las circunstancias actuales”. Así, desde su punto de vista, visualiza “algunos indicios de que el segmento de la obra nueva vuelve a aumentar, y estaría actualmente sobre un 30% de incremento, aunque sigue liderando el mercado la reposición y la reforma con más de un 60%”. Tal y como destaca, esta situación les obliga a ofrecer una gama de productos y novedades muy amplia tanto en el baño como en la cocina y un servicio exquisito.

Sobre las innovaciones que más valor han aportado al mercado de la cocina y el baño, Barazin asegura que la marcha del sector ha estado marcada por la ampliación de la gama de productos en el ámbito del baño, “sobre todo para cubrir esta gran demanda en la reforma o reposición”, puntualiza. Algunos cambios significativos en el espacio del baño son “la sustitución de la bañera por el plato de ducha, donde Genebre está haciendo un gran esfuerzo ampliando su oferta”. Pero también en la cocina ha habido una evolución, “hemos incorporado una amplia variedad de nuevos diseños de fregaderos extraíbles, extensibles y flexibles”, destaca. Por último, la grifería pensada para ahorrar agua y energía también forma parte de las incorporaciones de esta compañía, donde destaca sobre todo su nuevo sistema de filtración. ■

“Calculamos que la bajada en el mercado nacional ha sido de más de un 50%”