

**AZULEJOS PEÑA, S.A. (Madrid)**

José Abascal



Juan Pajares Gómez y Manuel Rodríguez Vela,  
Directores de Azulejos Peña, S.A.



# LA OPCIÓN DE LA ESPECIALIZACIÓN

AZULEJOS PEÑA, S.A. ES UN EJEMPLO DE UN ESPECIALISTA. SUS DOS TIENDAS-EXPOSICIÓN EN EL CENTRO DE MADRID, AMPLIAS Y BIEN EQUIPADAS, DEDICADAS EXCLUSIVAMENTE A LOS AZULEJOS, Y SU ALMACÉN CENTRAL CON EXPOSICIÓN EN GETAFE, FORMAN EL PERFIL

## Entrevista con JUAN PAJARES GOMEZ y MANUEL RODRIGUEZ VELA, Directores.



DEL ALMACENISTA MODERNO, CENTRADO BÁSICAMENTE EN UNA LINEA DE PRODUCTOS, CONOCEDOR A FONDO DE LO QUE COMPRO Y VENDE, Y PROTOTIPO DE LA NUEVA GENERACIÓN DE EMPRESAS QUE HAN SABIDO APARTAR EL BOSQUE PARA VER EL FUTURO.

### Un especialista en Madrid

Con 40 años de antigüedad, Azulejos Peña, S.A. se dedica exclusivamente a la comercialización de revestimientos y pavimentos cerámicos, y sus complementos

Azulejos Peña, S.A. es una empresa con 40 años de antigüedad en el sector de la comercialización de cerámica industrial. Fue fundada por D. José Fernando Peña y su denomi-

nación como Sociedad Anónima data de 1974.

Las personas que dirigen actualmente esta empresa son D. Juan Pajares Gómez y D. Manuel Rodríguez Vela.

Azulejos Peña, S.A. es una empresa dedicada única y exclusivamente a la distribución y venta de revestimientos y pavimentos cerámicos, con todos sus complementos. Es pues un especialista en materiales cerámicos.

# AZULEJOS PEÑA, S.A. (Madrid)

## Entrevista con JUAN PAJARES GOMEZ y MANUEL RODRIGUEZ VELA, Directores.

Una característica de Azulejos Peña, S.A. es su visión de la efectividad de la información. La prueba es su presencia en prensa, radio, revistas especializadas y vallas publicitarias, a través de un departamento dedicado a los temas de comunicación. La importancia que dan a sus exposiciones es otro aspecto que refuerza la necesidad de proyección al exterior del comercio moderno de materiales de construcción.

### D+C: ¿Está cambiando el negocio de la comercialización de azulejos?

**AZULEJOS PEÑA:** Creemos que, tanto la fabricación como la comercialización, están cambiando totalmente. En 7 ó 8 años se ha dado un giro de 180 grados. Las vías de distribución y comercialización, las exposiciones, la forma de vender, son totalmente distintas en esta década.

### ¿Cuáles son las razones principales de estos cambios?

Hay varios motivos; en cuanto al producto destacar que se ha diversificado mucho, existiendo una gran variedad de modelos y piezas especiales que obligan al distribuidor a mantener un stock mayor. Por lo que se refiere al cliente, ha variado mucho su grado de conocimiento de todos los materiales, exigiendo cada vez una mayor calidad y mayor rapidez en el servicio.

### ¿Qué cambios comportan las nuevas condiciones del mercado para el distribuidor?

Todo ello supone que los distribuidores nos vamos convirtiendo cada vez más en empresas de servicio, en las que hay que ofrecer una mayor atención, asesoramiento y rapidez hacia el cliente.

### ¿Cómo se ha adaptado Azulejos Peña a estos cambios?

Nuestra empresa lleva ya muchos años en el mercado y cada etapa ha sido diferente. Somos conscientes de todos los cambios que se van produciendo es intentamos adaptarnos lo más rápidamente posible, aunque cambiar es-

## EN PUNTOS ESTRATÉGICOS DE MADRID

Azulejos Peña, S.A. tiene como zona de influencia Madrid -Centro, con dos tiendas exposiciones muy céntricas de 800 m<sup>2</sup> cada una de ellas y un almacén central de 7.500 m<sup>2</sup> con exposición de 1.000 m<sup>2</sup> y 300 m<sup>2</sup> de oficinas. Estas son sus instalaciones:

#### EXPOSICIONES:

Paseo de la Castellana, 84.  
Tienda exposición de 800 m<sup>2</sup>  
Tel. 91-562 58 09  
fax. 91-563 77 54  
28046 MADRID

C/ José Abascal, 4  
Tienda exposición de 800 m<sup>2</sup>  
Inaugurada en 1994  
Tel. 91-594 40 29  
Fax 91-593 96 98  
28003 MADRID

#### ALMACÉN Y EXPOSICIÓN:

Ctra. Madrid - Toledo, Km. 11,800  
Almacén central de 7.500 m<sup>2</sup>  
Exposición de 1.000 m<sup>2</sup>  
Oficinas de 300 m<sup>2</sup>  
Tel 91 - 695 23 50  
Fax 91 - 695 23 98  
28905 GETAFE (Madrid)



Castellana

estructuras e siempre costoso y difícil.

### ¿En qué se han basado para optar por la innovación en la venta de estos materiales y cómo la enfocan?

Los cambios han sido los normales que exige el mercado actual y que son mu-

chos. Hemos abierto dos grandes tiendas en el centro de Madrid y hacemos publicidad en distintos medios, como radio, vallas publicitarias y anuncios en prensa, como es el caso de las revistas y periódicos dirigidos al consumidor Nuevo Estilo, El Mueble, ABC, Gacetas del Barrio, etc. También prestamos una atención especial los puntos de venta,

que cuidamos mucho y a los que atribuimos una importancia primordial para la venta actual de los revestimientos y pavimentos cerámicos.

**La inauguración de la tienda de la calle José Abascal y la mayor presencia en medios de comunicación ¿es una forma de acercamiento al consumidor final?**

Por supuesto, la apertura de la tienda de Abascal supone un paso más para acercarnos a las exigencias del público que, por algún motivo, no puede desplazarse a las afueras de la capital. Teniendo en cuenta la experiencia de la exposición del Paseo de la Castellana, 84, decidimos llevar a cabo la inauguración de otra con características similares. Por tanto, es una forma de acercamiento al consumidor final, ofreciéndole una exposición muy completa y todos los servicios que posee nuestra empresa.

**¿Cuál es el segmento del mercado al que van dirigidos los mayores esfuerzos de la empresa?**

Intentamos mimar a todos nuestros clientes, entre los que se encuentran

constructores, minoristas, decoradores y particulares.

**Se definen como especialistas en materiales cerámicos: ¿qué significa para ustedes este modo de operar en relación con su mercado?**

Hemos optado por la especialización; esto significa que, en principio, nos dedicamos única y exclusivamente a los revestimientos y pavimentos cerámicos.

En un futuro próximo quizá ampliemos nuestros productos. Esta especialización supone dedicarnos en pleno a la venta de la cerámica industrial, con el objetivo de que el mercado encuentre en Azulejos Peña una extensa gama.

**¿Creen en el futuro de las marcas en este sector?**

Sí, siempre y cuando la marca se identifique con "algo bueno".

**¿Azulejos nacionales o de importación?**

Ambos, aunque trabajamos principalmente con pavimentos y revestimientos

fabricados en España, ya que hoy en día se fabrica aquí prácticamente de todo, tanto en calidad como en variedad y diseño. En este punto es en donde pueden superarnos algo, ya no países como Italia, sino más bien algunas marcas concretas ya sean italianas como alemanas. Sin embargo hay que reconocer una realidad: en España hay de todo y ello nos permite a los distribuidores ofrecer a nuestros clientes un servicio más rápido.

**¿Cuál es, en su opinión, el grado de conocimiento de los azulejos y sus características por el comprador?**

El conocimiento del comprador, cuando se trata de usuarios particulares, es bastante limitado por no decir nulo, y es lógico, ya que hace obras de tarde en tarde. Por el contrario, cuando viene a la exposición cualquier profesional (aparejador, colocador, etc....) lo hace con un conocimiento más amplio del tema.

**¿Se debería hacer algo para facilitar una mayor información?**

Creemos que al usuario particular deberíamos asesorarle e informarle de una

Getafe



# AZULEJOS PEÑA, S.A. (Madrid)

## Entrevista con JUAN PAJARES GOMEZ y MANUEL RODRIGUEZ VELA, Directores.

forma clara y lo más sencilla posible, sobre lo que está comprando y ayudarle a identificar cuáles son sus necesidades, ya que si somos demasiado técnicos seguramente le cansaremos.

Cuando hablamos con profesionales, el lenguaje de la venta es lógicamente distinto, más técnico, y se puede profundizar mucho más en el producto que vendemos.

### ¿Serían partidarios de la formación de las personas que están a cargo de la venta en las exposiciones?

Todos deberíamos reciclarnos para estar al día, y no vendría mal un programa de formación de vendedores, pero tampoco estaría mal otro dirigido a los colocadores, o de control de calidad en la fábrica.

### El nivel de preparación de los colocadores ¿es un problema de adaptación a los nuevos materiales?

Es debido, en gran parte, a que las técnicas de los materiales han evolucionado más deprisa que los técnicos de colocación y, por tanto, existe un pequeño desfase entre los materiales y productos actuales y algunos alicatadores-soladores.

### ¿Cómo tratan el tema de la colocación? ¿Tienen colocadores, los recomiendan o se inhiben?

Hace años tuvimos muchos colocadores propios, hoy en día hemos abandonado esa faceta. Respecto a si recomendamos o no a los colocadores, depende de las circunstancias.

### ¿Cómo afrontan el tema del estocaje?

Actualmente en número de fábricas de azulejos es tan extenso y se dispone de una gama tan amplia, que para el distribuidor es del todo necesario disponer de un gran almacén con el fin de tener stockado el mayor número de modelos. Hoy es necesario optar por un buen surtido si se quiere estar presente con fuerza en el mercado.

### ¿Qué importancia dan a una buena exposición?

Damos mucha importancia a las exposiciones; de hecho, en nuestras dos tiendas-exposición de Madrid, hemos procurado, primero que tengan una buena situación, segundo, que tengan una gran amplitud y, tercero, proveerlas de una amplia gama de productos con arreglo a las exigencias del mercado actual. En este contexto, las fábricas de

azulejos quieren estar presentes en este tipo de exposiciones y por ello colaboran en la mayor medida de lo posible.

### ¿Cuáles son las acciones que realizan para dar un mejor servicio a sus clientes?

Horario continuado, servicio diario de transportes, más puntos de venta, calidad del producto, precios competitivos, catálogos, expositores, etc., y sobre todo un buen asesoramiento al cliente a la hora de la venta.

### ¿Creen en un futuro programa informático CAD global, aplicado a la venta?

Lógicamente, la informática estará presente en todos los actos de nuestra vida y el diseño por ordenador ya está aplicado a la venta de muchos productos ¿por qué no al azulejo?



## Las marcas de Azulejos Peña, S.A.

Esta son algunas de las fábricas que habitualmente comercializa Azulejos Peña:

Adex  
Azulejera Alcorense  
Azuvi  
Baldosas Vallés  
Bámul  
Cañada (Gres de Aragón)  
Cedonosa (Ferrogres)  
Cerámica Saloni  
Consentino  
Gres de Nules  
Gres de Valls  
Keraben  
Marazzi  
Mármol Compac  
Mensaque Rodríguez y Cia.  
Porcelanatto  
Togama



Abascal