

Carmen Luna: “Clientes de países de todas las latitudes apuestan por nuestras piezas para vestir las fachadas”

GRACIAS A SUS MARCAS, COMO FRONTEK, LA FIRMA GRECO GRES INTERNACIONAL CONTINÚA AUMENTANDO SU CARTERA DE CLIENTES A TRAVÉS DE UN CATÁLOGO CADA VEZ MÁS TÉCNICO Y CON PRODUCTOS CERÁMICOS AVANZADOS. LA DIRECTORA DE MARKETING DE LA COMPAÑÍA, CARMEN LUNA, REPASA CÓMO FUE LA ADAPTACIÓN DE LA EMPRESA A LA SITUACIÓN PROVOCADA POR EL CORONAVIRUS, AL TIEMPO QUE MANIFIESTA SU DESEO POR EL REGRESO DE LAS FERIAS PRESENCIALES COMO CEVISAMA.

Martín Plaza



Carmen Luna, con el galardón a uno de los mejores stands en Cevisama 2020



ace poco más de un año, a la vuelta de Cevisama 2020, sobrevino la pandemia de coronavirus. ¿Cómo ha sido la adaptación, a grandes rasgos, de Greco Gres a la nueva situación?

Ha sido un año difícil y, sobre todo, extraño. El balance de Cevisama parecía deparar un futuro prometedor, presentamos importantes novedades con gran éxito y estábamos preparados para satisfacer la demanda de un mercado que sigue apostando por la calidad de nuestra cerámica y valora el compromiso de nuestra organización por prestar siempre el mejor servicio a nuestros clientes. De repente todo se paró y nos enfrentamos a una situación completamente desconocida. Es como si un gran banco de niebla se hubiera cernido de repente

sobre nosotros. Pero había que seguir navegando y mantener un rumbo fijo. Con precaución, pero con la confianza de tener una tripulación que siempre responde.

Y al poco tiempo nos encontramos utilizando nuevas herramientas que nos permitían teletrabajar y seguir adelante. El mercado mundial de la cerámica continuaba demandando soluciones para disfrutar de nuestros hogares y la niebla empezó a disiparse.

Al cierre de 2020 ¿qué mercados se han mantenido con más fuerza y en cuáles se ha resentido la demanda?

En general todos los mercados en los que operamos han mantenido e incluso ha mejorado su demanda.

En cuanto a sus familias de producto, ¿cuáles han soportado mejor la llegada de la nueva situación? Dentro de cada una de sus marcas ¿cuáles son las soluciones más vendidas?

En nuestro caso, ha sido muy gratificante ver cómo todas nuestras marcas han podido seguir adelante, **Venatto** ha sido nuestro gran apoyo para superar este año, junto a nuestro estandarte durante décadas, **Klinker Greco**. Sin olvidar las soluciones para fachada **Frontek**, podemos señalar que a pesar de ser más difíciles de apreciar a simple vista, nos han proporcionado un gran éxito en esta situación. Francamente es una pieza muy conocida y fiable que ha seguido creciendo en todos los mercados en los que operamos. En otra escala, pero no menos significativo, podemos apuntar la gran acogida de la colección de piezas de gran formato **Argos**. Ha sido la última en llegar y, a pesar de las extrañas circunstancias que hemos atravesado, se está convirtiendo en un imprescindible de nuestro portfolio de productos.

Justo en febrero fueron seleccionados como uno de los mejores stands comerciales de Cevisama. ¿Qué supone la ausencia de esta feria en el calendario?

La verdad es que la ausencia de ferias, sobre todo para nosotros Cevisama, que es en la que podemos exponer mejor nuestras marcas, es bastante difícil de asumir, pero la situación nos obliga y vamos compensándolo con acciones y eventos virtuales que nos mantienen en contacto con nuestros clientes.



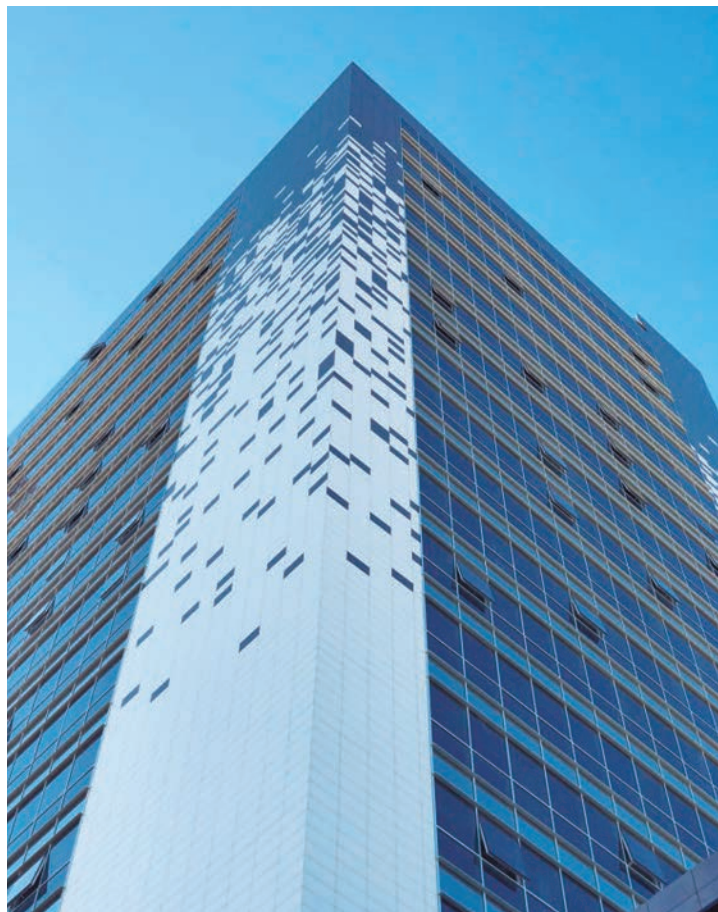
Argos - Grey Teak



Frontek - Iceberg y Azabache - Madrid



Frontek - S133 - Venezuela



Frontek - S120 - Argelia

¿Fue importante la consecución de esta mención especial del jurado?

Sí, por supuesto que para nosotros fue muy importante el reconocimiento al esfuerzo que llevamos haciendo durante muchos años para tener una presencia a la altura de una feria como Cevisama que como ya he comentado es uno de los mayores referentes a nivel mundial y la construcción de fantásticos stands es cada año un nuevo desafío.

¿Creen que este ejercicio será prácticamente un año en blanco en cuanto a salones presenciales? ¿Cómo están supliendo esta falta de encuentros físicos?

Parece que la primera parte del año va a ser así. Contamos los días para poder volver a montar un stand y presentar todas las novedades a nuestros clientes. Poco a poco se agilizarán las campañas de vacunación y más pronto que tarde podremos volver a vernos las caras. Va a ser un reencuentro espectacular.

En los últimos años están haciendo un gran trabajo a la hora de acercar sus soluciones técnicas a los prescriptores, ¿cuáles son los principales proyectos nacionales o internacionales en los que han participado con sus productos?

Sí, gracias a todas nuestras marcas, como ya he comentado antes, **Klinker Greco, Venatto, Argos y Frontek** cada vez estamos presentes en más países repartidos por los cinco continentes. Países de todas las latitudes apuestan por nuestras piezas para vestir las fachadas de edificios residenciales y espectaculares proyectos de emblemáticos edificios como hoteles, hospitales, centros comerciales, etc.

¿Cómo estima que será la evolución de los mercados español y exterior durante este ejercicio?

Yo lo veo con optimismo. Todo indica que el mercado nacional se irá revitalizando a lo largo del año y en mercados foráneos esperamos mantener e incluso aumentar el crecimiento de los últimos meses.

A corto, medio o largo plazo ¿tienen en marcha alguna inversión destacada en el campo logístico, tecnológico o de producto?

El pasado año pusimos en marcha la nueva línea de producción de **piezas XXL**. Nuestros equipos de I+D siguen trabajando en nuevos proyectos que por prudencia no podemos desvelar hasta que vayan madurando. Ahí queda el suspense... pero seguro que en breve nos vuelven a sorprender.

Prevén algún acontecimiento de marketing *on line* para acercarse a sus clientes de todo el mundo?

Sí, claro, siempre estamos presentes en todas las ferias virtuales que están sustituyendo a las físicas. Al principio nos ha costado un poco, pero es sorprendente lo rápido que hemos sabido adaptarnos a las circunstancias. Evidentemente nada sustituye al calor del encuentro presencial pero hemos descubierto cosas muy buenas con el telemarketing que van a quedarse.

GRUPO GRECO GRES
www.grecogres.com