



entrevista

Víctor Gómez Álvarez

Director General del Grupo Ferrolí España

“Mi principal reto es seguir profundizando en hacer de nuestro Grupo en España una de las principales potencias del mercado de la calefacción, climatización y las energías renovables”



Hace unos meses Víctor Gómez Álvarez fue nombrado director general del Grupo Ferrolí España. Un profesional que llevaba doce años en la compañía ejerciendo la Dirección de Operaciones de las plantas del Grupo Ferrolí en España y Polonia. Hemos querido conversar con él una vez pasados los primeros meses, para conocer los retos y objetivos que se ha planteado para esta nueva etapa del grupo en nuestro país.



El Instalador: Recientemente ha asumido el cargo de director general de Grupo Ferroli en España. ¿Qué supone para usted esta responsabilidad?

Víctor Gómez: Esta nueva responsabilidad dentro del Grupo será un desafío profesional apasionante pero lo asumo con la tranquilidad e ilusión de contar con un equipo humano excelente y un grupo industrial de gran envergadura, con los que sin duda conseguiremos los objetivos que nos proponemos.

E.I.: ¿Cuáles son los principales retos que se ha marcado?

V.G.: El mercado español ha cambiado mucho en los últimos años en todos los sentidos. Ha evolucionado hacia productos más eficientes como la condensación, la bomba de calor, energías renovables,... pero también ha evolucionado en lo referente a los canales de comercialización y la tipología de cliente, que ha derivado hacia un mercado dominado por la reposición en detrimento de la obra nueva que había preponderado en años anteriores. Ante esta situación hay quien se resiste al cambio y quienes, como nosotros, nos planteamos cómo debe evolucionar la empresa para adaptarse y competir en este nuevo escenario. Ese será mi principal reto, seguir profundizando en hacer de nuestro Grupo en España una de las principales potencias del mercado de la calefacción, climatización y las energías renovables.

E.I.: Usted tiene ya una amplia experiencia en el sector y en concreto en el propio Grupo Ferroli como director de Operaciones de las plantas en España y Polonia. Conocer tanto el mercado interior como el exterior, ¿Cómo le va a beneficiar en su responsabilidad actual? ¿En qué posición se encuentra nuestro país dentro del Grupo?

V.G.: El conocer al detalle el funcionamiento del Grupo a nivel industrial y de gestión siempre es una ventaja adicional de cara a afrontar nuestros objetivos. Muchos grupos plantean rigideces en sus enfoques industriales ya que están diseñados para otros mercados europeos de mayor volumen y después

intentan forzar esos planteamientos en España sin tener en cuenta sus particularidades. En nuestro caso, sin embargo, ocurre todo lo contrario al ser España un mercado principal dentro de nuestra empresa y, por tanto, nuestros planteamientos fabriles siempre tienen en cuenta en primera línea las necesidades de los clientes españoles.

E.I.: Ferroli apostó en su día por nuestro país para instalar una de sus fábricas. ¿Cómo valora la decisión del grupo de mantenerse en nuestro país, a pesar de las, por desgracia, tan frecuentes decisiones de otras compañías de cerrar factorías o trasladarlas a otros países?

V.G.: La apuesta del Grupo por España es clara y rotunda. Es público que en España nos encontramos actualmente inmersos en una reorganización industrial, pero planteada desde la perspectiva de mantener siempre nuestra capacidad productiva en el país. Muchos grupos ante esta situación deciden llevarse fuera las fábricas; nosotros hemos decidido mantenerlas aquí y no perder nuestra alma española. La fábrica de Burgos pronto cumplirá sus 50 años de presencia en el mercado y desde que se fundó, no hemos escatimado en esfuerzos e inversión para mantenerla a la cabeza de la tecnología para la fabricación de radiadores, calderas y sistemas de climatización.

E.I.: ¿En qué medida está repercutiendo la difícil situación del mercado interno en Ferroli España? ¿Cómo están haciendo frente a la crisis?

V.G.: Hace tiempo que hemos desterrado la palabra crisis de nuestro vocabulario. El

“La apuesta del Grupo por España es clara y rotunda. Es público que en España nos encontramos actualmente inmersos en una reorganización industrial, pero planteada desde la perspectiva de mantener siempre nuestra capacidad productiva en el país”



“La actualidad pasa por un mercado centrado en la reposición con una comercialización completamente diferente al mercado de la obra nueva. Nosotros llevamos mucho tiempo trabajando en este mercado y estamos preparados para afrontarlo con garantía de éxito”

mercado ha cambiado y es nuestra obligación adaptarnos para seguir satisfaciendo las necesidades de nuestros clientes. Aferrarse al concepto de crisis y resistirse al cambio no ayuda a que las cosas mejoren. Hemos emprendido un camino que, si bien es difícil, nos abre en el horizonte un sinfín de oportunidades nuevas que están ahí para quien quiera verlas y aprovecharlas. Nosotros sin duda, vamos a ir a por ellas.

Seamos optimistas, trabajemos con ganas, dedicación y compromiso, siempre hay oportunidades que aprovechar y éstas se observan mejor desde la ilusión.

E.I.: Es una realidad que el mercado de nueva construcción está prácticamente parado. El futuro del sector pasa por la rehabilitación. ¿Cómo ven desde Ferroli este mercado?

V.G.: La obra nueva sigue existiendo aunque en mucha menor medida que hace años y será una cuestión de tiempo y de mejora de la situación económica general, que este mercado vuelva a resurgir, eso sí, de manera sostenible y bien dimensionada.

Pero la actualidad pasa por un mercado centrado en la reposición con una

“Añadimos un nuevo concepto de eficiencia a nuestros productos: la eficiencia económica para nuestros clientes”

comercialización completamente diferente al mercado de la obra nueva. El cliente es diferente y por tanto también lo son los productos, canales,... con los que hay que llegar a él. Nosotros llevamos mucho tiempo ya trabajando en este mercado y estamos preparados para afrontarlo con garantía de éxito.

E.I.: Eficiencia energética, sostenibilidad, ... son conceptos imprescindibles hoy en día en el mundo de las instalaciones. ¿Qué puede aportar Ferroli en este sentido?

V.G.: Pues a día de hoy nuestro grupo es uno de los referentes cuando hablamos de eficiencia energética, sostenibilidad y energías renovables, hoy en día disponemos de un catálogo muy amplio y profundo de soluciones eficientes en todas sus líneas de producto, desde las calderas de condensación hasta la bomba de calor geotérmica, pasando por las renovables como la solar, la biomasa o la aerotermia. Estamos convencidos de este camino y vamos a seguir apostando por él desde una perspectiva que además nos diferencia respecto a nuestros competidores, y es que nosotros añadimos un nuevo concepto de eficiencia a nuestros productos, la eficiencia económica para nuestros clientes.

E.I.: Ferroli, aunque tradicionalmente ha sido un destacado fabricante de sistemas de calefacción, hace años se abrió al mercado de la climatización y las renovables, oferta que amplió con la adquisición de Cointra. ¿Cómo se han consolidado las diferentes líneas de negocio?

V.G.: Efectivamente la familia ha ido creciendo en torno al Grupo y me enorgullece decir que las inversiones que el Grupo ha hecho para seguir mejorando en estos aspectos se han consolidado plenamente y han pasado a ser parte del motor que hace girar nuestra actividad. Como hablábamos antes, no se puede entender el mercado actual sin incluir los conceptos de eficiencia, renovables,... por lo que valoro muy positivamente todas las inversiones que el grupo ha hecho y hará en

este sentido.z