

# Entrevista con J. Luis Rodríguez, Director General de **CADENA ELECCO**



José Luis Rodríguez, fundador y Director General de Cadena Elecco.

■ **¿Cómo calificarían el ejercicio que está a punto de concluir para Cadena Elecco? ¿Qué logros destacaría a modo de resumen?**

Lo calificamos de excelente. Tras la reestructuración del grupo, en enero de 2015, se abrieron muchas dudas acerca de Cadena Elecco, no a nivel interno ya que tenemos muy claro nuestro proyecto y hacia donde vamos, sino en los demás actores del mercado. El gran logro de Cadena Elecco ha sido convertir una amenaza en una oportunidad, consolidando el proyecto mediante nuevos servicios y abriendo nuevas zonas para algunas de sus plataformas, como es el caso de su empresa matriz Coblanca, que ha penetrado con mucha fuerza y un servicio a la carta, en el complejo mercado madrileño, tras la baja del anterior socio. El ejercicio que ahora está a punto de concluir, sin duda, ha incrementado la solidez y credibilidad del proyecto Elecco.

■ **¿Qué ha supuesto el traslado de su sede central, realizada el pasado mes de marzo? ¿Qué mejoras para el grupo ha supuesto?**

Ha supuesto agilidad, concentración de fuerzas en cuanto a equipos

**CADENA ELECCO, GRUPO NACIONAL DE COMPRAS DE ELECTRODOMÉSTICOS ESPECIALIZADO EN EL CANAL MUEBLISTAS DE COCINA QUE AGRUPA A UNA DECENA DE PLATAFORMAS REGIONALES, HACE BALANCE DE 2015 Y APUNTA QUÉ ESPERA DE 2016. NOS LO CUENTA JOSÉ LUIS RODRÍGUEZ, SU FUNDADOR Y ACTUAL DIRECTOR GENERAL.**

comerciales, una mayor coordinación entre la central y sus plataformas y, por supuesto, hemos ganado en imagen, por las magníficas y nuevas instalaciones donde se ha ubicado la central. Otras ventajas obtenidas es la localización geográfica a nivel logístico, que ha permitido implementar su servicio de PLN (Plataforma Logística Nacional) y la minimización de costes. El cambio de ubicación también significó un cambio de denominación, aprobado por el Consejo de Dirección en marzo, y que fue finalmente registrado en septiembre, pasando de Cadena Elecco Kitchen Group, S.A. a Cadena Elecco-Grupo Coblanca, S.A.

■ **¿Qué acogida están teniendo entre sus plataformas el catálogo profesional 2015/2016, la nueva intranet corporativa y el nuevo manual de imagen corporativa Elecco Kitchen /Deccokitchen?**

El catálogo, en su nuevo formato, que incluye una imagen común pero que cada plataforma lo adapta según sus necesidades en cuanto a producto, está siendo todo un éxito, por la aceptación en los puntos de venta. Varias plataformas lo han lanzado ya, como es el caso de Adm, Prokit, Duplokit, o Grupo Mundobaño, y otras lo harán en diciembre, caso de Coblanca.

La renovación de la intranet del Grupo ha supuesto un salto de calidad en la interacción entre central y plataformas. Respecto al manual de imagen corporativa, ha sido acogido con especial interés por parte de las plataformas y puntos de venta. Es una herramienta muy eficaz y de gran ayuda desde el momento en que algún punto de venta decida asociarse, facilitando y unificando la adaptación a la imagen corporativa de Cadena Elecco en todos los aspectos de la empresa, administrativos, comerciales, logísticos etc...

## TENDENCIAS

## ■ ¿Qué inversión ha supuesto para Cadena Elecco estas acciones?

Los cambios puestos en marcha han supuesto un gran esfuerzo económico por parte de la central, ya que desde este año, Cadena Elecco reparte aún más recursos a sus plataformas asociadas para que éstas implementen el plan de marketing de Cadena Elecco en sus zonas de influencia, según sus necesidades. A esto se suma la inversión en informática, nuevas webs Elecco y Deccokitchen, nuevas herramientas, como intranet y manual de imagen, adaptación de nuevas instalaciones y una continuidad de presencia en medios que hace que la inversión total de la central haya sido muy importante. A esto hay que añadir la inversión realizada por sus plataformas en cuanto a mejoras de instalaciones e identificación y, concretamente en el caso de Coblanca, una importante inversión en medios logísticos para abordar nuevos mercados, que supuso una ampliación de capital de 80.000 euros.

## ■ ¿Qué acciones similares están previstas para 2016?

El plan de marketing de 2016 aún no está totalmente definido pero, básicamente, el objetivo será que nuestras plataformas crezcan exponencialmente en sus zonas de influencia, y potenciar sus redes de pdvs asociados de nuestras dos enseñas Elecco Kitchen y Deccokitchen. Obviamente, hay puntos importantes previstos en nuestro plan de 2016 que no pueden ser desvelados públicamente.

## ■ ¿Para el próximo año hay previsiones de expansión de las propias plataformas o del grupo, mediante nuevas incorporaciones?

Tal como he dicho en el punto anterior, la expansión de nuestras plataformas es nuestro principal objetivo. Respecto a las incorporaciones, el mercado está muy convulso. En este sentido, tenemos varias negociaciones abiertas y somos optimistas. Esperamos algunas incorporaciones.

## ■ ¿Qué esperan en líneas generales de 2016?

En líneas generales, aunque 2015 ha supuesto un crecimiento muy alto para las plataformas que, desde enero conforman el grupo, en 2016 esperamos un mayor crecimiento, así como continuar dotando de solidez a nuestro proyecto que es ya una realidad desde hace varios ejercicios.

## ■ La recuperación del sector de la cocina está implicando un incremento de la competitividad con nuevas aperturas de puntos de venta y la entrada en el negocio de nuevos operadores ¿Qué opinan de todo esto? ¿Cómo creen que ha de afrontar Cadena Elecco este nuevo escenario expansivo pero mucho más competitivo?

La recuperación del mueble es un hecho y, aunque en 2015 aún no se ha notado mucho, sí esperamos que lo haga en 2016. Hay operadores nacionales ya con unos proyectos muy definidos e internacionales que aún no han desembarcado en España pero que lo harán. Para ello hemos de prepararnos, innovar nuevos sistema de trabajo y herramientas para los puntos de venta especialistas, crear servicios de valor que sepan transmitir al usuario nuevas sensaciones y necesidades en el punto de venta. Ese es nuestro gran reto. Para ello, potenciaremos el desarrollo de nuestras plataformas y enseñas comerciales, especialmente el proyecto integral “Deccokitchen”, enseña dirigida a puntos de venta especializados en equipamientos de cocina de un segmento medio-alto.

Asimismo, desde Cadena Elecco estamos preparados para convertirnos en el suministrador integral de electrodomésticos y servicios a la carta, ya no sólo de plataformas y puntos de venta, sino también de organizaciones nacionales, fabricantes y cadenas de tiendas especializadas en la venta de muebles de cocina.

[www.cadenaelecco.com](http://www.cadenaelecco.com)

1. Central Nacional Elecco, Madridejos (Toledo). 2. Plataforma Grupo Mundobaño, Lorca (Murcia). 3. Plataforma Equipamiento & Confort, Agüimes (Gran Canaria). 4. Plataforma ADM, Jaén. 5. Plataforma Coblanca Group, Madridejos (Toledo).

