



“Creemos que el futuro va hacia nuevas líneas de negocio, y por eso hemos abierto el nuevo *showroom* y potenciaremos la ferretería”

## Francesc Verdura y Eduard Verdura

Francesc (a la izquierda de la imagen) y Eduard Verdura (derecha) representan la cuarta generación al frente de Materials Sagristà. Hace ahora 100 años, a principios del siglo XX, su bisabuelo Vicenç Sagristà dejó la ciudad de Barcelona para ir a trabajar a Sant Celoni como encargado de la cementera La Campinense...y aquí empezó la historia.

Francesc, 33 años y Eduard, 30, son los encargados de mantener el espíritu y la esencia de este negocio familiar, pero con la responsabilidad de proyectarlo al futuro con un nuevo posicionamiento y nuevas estrategias de negocio. Francesc, estudió economía y un máster de mercados financieros en la UPF y, por su parte, Eduard estudió International Business and Marketing en ESCI y máster en gestión inmobiliaria.

### **Estaba escrito que continuaríais el camino empezado hace 100 años...**

Seguramente sí. De hecho, desde pequeños hemos crecido en contacto con el negocio, trabajando los veranos y pasando por todos los departamentos y secciones para conocer bien el día a día del negocio. Una vez finalizamos nuestros estudios universitarios y después de una experiencia laboral en el sector bancario, decidimos implicarnos en el negocio familiar, ya que descubrimos que realmente es lo que nos ilusionaba y apasionaba.

Una de nuestras principales motivaciones, aparte de dar continuidad a la empresa familiar, es dar una vuelta a la situación -nosotros entramos en el 2014- mejorando el punto de venta y seguir dando el buen trato y agilidad que caracteriza a BdB Sagristà.

### **Hace 10 años la situación era todavía un poco complicada.**

Sí, entramos en una época complicada donde el sector aún seguía un poco resentido. Tenemos claro que nos encontramos en un sector cíclico y dinámico, y debemos saber leer muy bien las diferentes situaciones y surfear la ola lo mejor posible.

Intentamos tener una plantilla ajustada pero muy válida y experimentada. Y con los clientes, nos enfocamos al profesional buscando una relación a largo plazo con una vinculación máxima, convirtiéndonos con su *partner* de confianza en todos sus proyectos.

### **¿Cree que el tipo de negocio de un almacén ha cambiado mucho en los últimos años?**

Durante estos últimos 10 años, el sector de la distribución de materiales de construcción ha evolucionado considerablemente. Para nosotros, la reforma ha sido un pilar fundamental y en los últimos años ha ganado peso la obra nueva, donde entramos en acción en todas las fases del proyecto, desde los cimientos hasta los acabados.

Ahora, el mercado se ha vuelto más agresivo y se trabaja con márgenes más apretados. Ante esta situación, creemos que la solución se encuentra en enfocarnos en el constructor y promotor profesional, quien valora mucho el servicio y trato diferencial que podemos ofrecerle los almacenes tradicionales como nosotros, por delante de las grandes superficies. De todas formas, no cerramos las puertas al cliente particular, el cual sigue suponiendo una parte importante de nuestro negocio, sobre todo en el *showroom*.

Uno de los factores más diferenciales han sido los movimientos de los grupos de compras y las grandes multinacionales dentro del sector. Estos, a pesar de tener un impacto relativo en nuestro negocio debido a nuestra ubicación, no les podemos perder de vista.

### **¿Hacia dónde cree que nos lleva el futuro?**

Creemos que el futuro va hacia nuevas líneas de negocio, y por eso hemos abierto el nuevo *showroom* y potenciaremos la ferretería gracias al acuerdo con Cadena88. Nos gustaría que este futuro fuera hacia la profesionalización en todas sus fases, ya que la construcción es un pilar para el país, pero creemos que no está bien vista por este motivo.

También, vemos que por una parte, con los proveedores/fabricantes tratamos con empresas multinacionales muy profesionalizadas y bien gestionadas pero, por otra parte, con los clientes todavía falta mucha profesionalización. Por la parte que nos toca, en el sector de la distribución de materiales de construcción también tenemos mucho que mejorar. Por eso creemos, que quienes no lo hagan, no sobrevivirán en este entorno cada vez más competitivo.

De cara al futuro, creemos que los productos con instalación incluida pueden ser una buena solución (mamparas de baño, cocinas...) y debido a la intermediación del internet, nos obligará a ofrecer un servicio de entrega muy eficiente. Por su parte, la digitalización tendrá un papel muy importante en el futuro, y lo vemos como un importante canal para captar nuevos clientes y generar valor de marca.

### **¿El nuevo showroom forma parte de esta estrategia?**

Sin duda al 100%. Queremos que sea el pilar de nuestro negocio en el futuro, y por eso hemos decidido hacer esta apuesta tan importante. El nuevo *showroom* es diferente y muy especial, ya que hemos mantenido la estructura y esencia de la antigua fábrica. Al entrar, se respira una gran sensación de amplitud y podrás escoger entre una amplia gama de productos.

La joya de la corona es la ceramoteca final, una amplia mesa técnica donde poder sentarte y configurar tu *moodboard* con el apoyo de nuestros especialistas. Nosotros, detectamos la necesidad de que en nuestra zona faltaba un showroom pensado para el profesional (arquitectos, interioristas...) donde pueden encontrar todos los productos y asesoramiento que necesitan para su proyecto. En este sentido, hemos realizado un trabajo exhaustivo seleccionando los mejores productos y proveedores para diferenciarnos y cubrir todas las necesidades de nuestros clientes.

También hemos hecho una sala de reuniones, pensada para que nuestros clientes puedan reunirse y acabar de definir su proyecto, algo que no existía y creemos que nos puede diferenciar.

*Texto: Ramon Capdevila*

*Fotos: BdB Sagristà*