



Paolo Gasparin

Director de Fila Iberia

Originario de la región del Veneto, Paolo Gasparin es licenciado en Economía y Comercio Exterior por la Universidad Cà Foscari de Venecia. Lleva 22 años trabajando como director de la filial española de la empresa Fila, multinacional italiana con presencia en 100 países y dedicada a la fabricación y distribución de productos para la protección y el mantenimiento de todas las superficies.

“ El distribuidor para Fila tiene una importancia estratégica y es la clave de acceso al profesional de la construcción ”

¿Dónde se sitúan los orígenes de FILA?

Fila se constituyó en San Martino de Lupari, en la provincia de Padua, al noreste de Italia en marzo de 1943, cuando los hermanos Guido y Pietro Pettenon fundaron “Fabbrica Italiana di Lucidi e Affini”. En los primeros años la empresa se concentró principalmente en betunes para calzado, ceras y detergentes domésticos. Piense que eran los años de la Segunda Guerra Mundial y Fila era el proveedor de betún del ejército italiano.

Ya en la década los años 70, el actual presidente Beniamino Pettenon, opta por especializar la producción de la empresa en soluciones profesionales para el tratamiento de pavimentos. Una intuición triunfadora que permitirá a Fila convertirse en una marca de excelencia en limpieza, protección y mantenimiento de todas las superficies.

Una empresa multinacional y familiar presente en todo el mundo.

Sí, efectivamente. La empresa ha conquistado la internacionalidad con la apertura de 6 filiales comerciales en Alemania, Francia, España, Gran Bretaña, Estados Unidos y Emiratos Árabes. FILA está presente en más de 100 países a través de una red capilar capaz de garantizar la distribución de sus productos y suministrar asistencia técnica en todo el mundo. La calidad de sus productos y su presencia a nivel mundial ha permitido a Fila ser *partner* de más de 200 fabricantes internacionales de revestimientos de cerámica y de piedra que recomiendan el uso de sus soluciones para el cuidado de sus materiales y se apoyan en nuestro servicio de asistencia y asesoramiento.

¿Y Fila Iberia?

En 1996 Fila ya trabajaba en España desde hacía tiempo con importantes clientes, y la idea de estar pre-

sente con una estructura propia de distribución se convirtió en realidad el 19 de abril de 1996 cuando nace Fila España Industria Química S.L.U., con sede en un pequeño almacén en la localidad de Chilches, en la provincia de Castellón. Y en el año 2013 asume también el mercado portugués convirtiéndose en Fila Iberia.

¿Con qué productos trabaja Fila en España?

Fila Iberia trabaja prácticamente todas las referencias de producto de la central en Italia, y en particular todos los detergentes y quitamanchas necesarios para una correcta limpieza final de obra y un mantenimiento adecuado de superficies cerámicas, porcelánico, piedra natural en todos sus acabados, barro, resilientes, cemento y sus derivados. Además, ofrece una amplia gama de protectores y productos de acabado para materiales porosos que actúan contra los daños del agua, de los agentes atmosféricos y de filtraciones, así como la penetración en profundidad de manchas orgánicas.

¿Alguna novedad de producto que destaca especialmente?

La novedad que está teniendo más éxito en los últimos años es la gama de productos de limpieza instantánea en fresco (INSTANT REMOVER y EPOXY PRO) una línea innovadora y recientemente patentada, que permite al profesional de la colocación entregar un pavimento y revestimiento limpio e higienizado, cumpliendo la normativa UNE 138002-2017 en el mismo día del rejuntado.

El uso de las soluciones instantáneas en fresco de Fila permite eliminar la parte más consistente y complicada de la suciedad de una obra: ¡los residuos del rejuntado! De este modo, se facilitará notablemente la siguiente limpieza final de obra, que, como indica claramente, se realizará al final de la obra, antes del estreno del material y su puesta en uso.

Un equipo humano al servicio de la calidad

El control del mercado ibérico está garantizado por un equipo externo formado por un responsable de mercado, 5 Áreas Managers técnicos-comerciales y 4 representantes, y un equipo interno con funciones administrativas, contables, logísticas y asistencia telefónica pre y post venta.

¿Cuál es el posicionamiento estratégico que tiene Fila en el mercado?

Desde hace unos años, Fila ha emprendido un cambio de estrategia centrándose en aumentar la comunicación hacia el consumidor final, en concreto en el profesional de la construcción y las reformas. Además, hemos aumentado la penetración en el mundo de la obra mejorando e implementando una serie de acciones que tienen como objetivo conquistar, dialogar y fidelizar los actores de los proyectos.

En este contexto, entre los años 2020 y 2021 hemos estado gestionando más de 70 importantes proyectos en la península ibérica por un total de 154.000 m² de superficies y, por otro lado, hemos formado a más de 200 arquitectos y 600 profesionales de la construcción.

Estas actividades formativas e informativas dirigidas al profesional de la construcción y al prescriptor, así como el creciente número de visitas a la obra, han contribuido en aumentar notablemente la rotación de nuestros productos en los puntos de venta.

¿Para ustedes es importante la formación y la I+D en su estrategia?

Sin duda. Y entendemos que la innovación y la sostenibilidad representarán uno de los principales motores económicos de la construcción en los próximos años.

Hay que recordar que España es uno de los países que más invierte en el mundo en edificación eco-sostenible: el 61% de las nuevas construcciones comerciales españolas son “verdes”, muy por encima del promedio mundial (51%). Además, España es primera en Europa y decima a nivel mundial en cuanto a edificios registrados LEED, con una evolución muy rápida en los últimos años.

“La novedad que está teniendo más éxito, es la gama de productos de limpieza instantánea en fresco (INSTANT REMOVER y EPOXY PRO)”

En este contexto nuestras soluciones, orientadas desde siempre hacia la calidad y el medio-ambiente encajan a la perfección. También, consideramos fundamental un continuo trabajo de formación, información, argumentación e imagen de marca para demostrar la calidad, la eficacia y la sostenibilidad de nuestras soluciones.

¿Cuál es su objetivo en este nuevo escenario?

Uno de los retos principales de Fila es la continua innovación en productos eco-sostenibles. Para ello, Fila se ha convertido en una de las 110 empresas en todo el mundo que ha decidido firmar el Climate Pledge, un pacto promovido por Amazon con las futuras generaciones, por un mundo mejor. Fila se ha comprometido en convertirse en una empresa “carbon-free” antes del 2040, siguiendo los dictámenes del Acuerdo de París sobre los cambios climáticos. Tengo que decir con orgullo, que el año pasado recibimos el nuevo informe de evaluación de sostenibilidad de EcoVadis, en el que Fila ha obtenido la medalla de plata, una primera meta de cara a otros objetivos futuros.

¿Como valora la acogida que tienen las jornadas de demostración que realiza periódicamente en diferentes almacenes de distribución?

La formación y la información ha sido desde siempre nuestro principal reto, ya que nuestro afán de difundir nuestras experiencias acumuladas en los años es crucial para conseguir nuestras expectativas de futuro. Las jornadas de demostración forman parte de esta estrategia y son fundamentales para hacer conocer nuestras soluciones al profesional de la construcción, así como a los mismos vendedores del punto de venta que pueden tocar con mano y constatar directamente la calidad de nuestros productos.

¿Esta preparada la distribución para la venta de sus productos?

El distribuidor para Fila ha tenido y seguirá teniendo una importancia estratégica ya que es la clave de acceso al profesional de la construcción, nuestro verdadero



cliente final. Por supuesto tratamos de trabajar con puntos de venta que sigan la evolución cualitativa del sector de la construcción, un sector que después de la crisis del 2008 ha sabido evolucionar hacia unos estándares cualitativos mucho más elevados.

Nosotros hemos invertido mucho en la formación del personal de venta del distribuidor a través de continuas charlas y formaciones, y nuestro modelo de red técnico-comercial nos ha permitido, a través de múltiples iniciativas, comunicar directamente con el cliente profesional, así como con el prescriptor (arquitectos, aparejadores, etc.) con el fin de que nuestras soluciones sean consideradas como parte fundamental en la redacción y ejecución de un proyecto.

¿En qué y en dónde basa FILA el éxito de sus productos?

Creo que el éxito de nuestros productos se basa en varios factores, entre los cuales destacan la eficacia y la seguridad tanto para el material como para el usuario y el medio-ambiente. Somos una empresa reconocida por más de 200 fabricantes top a nivel mundial que recomiendan nuestras soluciones para el cuidado de sus materiales y se apoyan en nuestro servicio de asistencia y asesoramiento.

“Uno de los retos principales de Fila es la continua innovación en productos eco-sostenibles”

Retos importantes a corto plazo...

Un reto importante a corto plazo es aumentar notablemente el proceso de digitalización de la empresa. Es cierto que la situación provocada por el Covid ha adelantado muchísimo este proceso, pero también es cierto que estamos solamente en el inicio. Hay una clara intención por parte del Grupo de seguir invirtiendo y evolucionando en este sentido con el fin de aprovechar de todo su potencial. En breve está prevista la incorporación en Fila Iberia de personal especializado con el fin de potenciar su estructura en lo que se refiere tanto al área de asistencia técnica como a la de marketing digital y red de ventas.