



Marta Botey

DIRECTORA GENERAL PARA ESPAÑA Y PORTUGAL DE FRANKE

Desde su llegada a España en 1955 y su expansión a Portugal en 1995, FRANKE ha consolidado su posición como referente en soluciones de cocina, combinando tradición suiza con adaptación local. Bajo la dirección de Marta Botey, la marca ha destacado por innovaciones como el Mythos Water Hub y sus gamas Mythos, Maris y Smart, que fusionan diseño, funcionalidad y sostenibilidad. Con un enfoque en personalización, tecnología inteligente y prácticas sostenibles, FRANKE sigue anticipando las necesidades de los consumidores modernos.

¿Cómo describiría la evolución de FRANKE desde su llegada a los mercados de España y Portugal? ¿Qué hitos destacaría en su trayectoria en la región?

FRANKE, una marca suiza con una larga tradición ha recorrido un camino notable desde su llegada a España en 1955 y su posterior expansión a Portugal en 1995, consolidándose como una marca líder en soluciones de cocina. La entrada al mercado ibérico marcó el inicio de una estrategia enfocada en la adaptación a las necesidades locales, combinando innovación, diseño y calidad.

Destacamos varios hitos, como el lanzamiento de productos icónicos que han revolucionado la forma en que los consumidores interactúan con sus espacios de cocina. Además, en los últimos años, FRANKE ha logrado cifras récord de ventas, reflejando el éxito de nuestra estrategia y la acogida de nuestros productos en el mercado. La ampliación de nuestras gamas Mythos, Maris y Smart ha permitido atender a un público diverso, ofreciendo soluciones que combinan funcionalidad y estética.

¿Cuáles han sido los mayores desafíos que FRANKE ha enfrentado en el mercado ibérico y cómo los han superado?

Los desafíos en el mercado ibérico incluyen la competencia intensa, las par-



ticularidades del consumidor en cada región y los cambios económicos. Para superarlos, hemos adoptado estrategias de innovación y personalización, creando productos que se adaptan a las necesidades locales.

La logística también ha sido un reto clave. Hemos fortalecido alianzas con distribuidores estratégicos para garantizar la mejor experiencia al cliente final. En cuanto a la competencia, nos destacamos a través de la calidad, el

diseño y la capacidad de anticipar las tendencias.

FRANKE es conocida por sus soluciones de cocina. ¿Cómo han adaptado sus productos a las demandas específicas de los consumidores en España y Portugal?

En España y Portugal, la cocina es el corazón del hogar. Por ello, hemos apostado por la personalización y la adaptabilidad, desarrollando gamas como Mythos, Maris y Smart que responden a diferentes estilos de vida. Estos productos no solo son funcionales, sino que también reflejan la personalidad de los usuarios.

Asimismo, priorizamos la durabilidad y la eficiencia, garantizando que nuestras soluciones sean ideales para cualquier espacio. Con esto, no solo ofrecemos productos, sino experiencias adaptadas a la forma en que nuestros clientes viven sus cocinas.

¿Qué papel juegan la innovación y el diseño en el desarrollo de sus productos? ¿Puede compartir algún ejemplo reciente?

La innovación y el diseño son pilares fundamentales en FRANKE. A través de la innovación, con la sostenibilidad, tecnología y funcionalidad siempre en mente, buscamos ofrecer soluciones que real-





mente respondan a las necesidades de nuestros clientes.

El diseño, por su parte, mantiene un papel protagonista al combinar estética con practicidad, permitiendo que cada producto no solo sea funcional, sino que también se integre en el hogar.

En FRANKE, nos aseguramos de que nuestros productos sean fáciles de usar, sean duraderos y estéticamente atrac-

tivos y ofrecemos una amplia gama de colores, tipo de instalación...

Un ejemplo destacado es el Mythos Water Hub, una solución integral que responde a las necesidades de sostenibilidad, innovación y practicidad, ofreciendo un diseño excepcional y funcionalidad incomparable.

¿Cuáles son las prioridades estratégicas de FRANKE para este año en Es-

paña y Portugal? ¿Prevén expandir su catálogo o explorar nuevos segmentos de mercado?

Este año ha sido un periodo de crecimiento y consolidación para FRANKE en el mercado español en el que se ha conseguido una evolución favorable. Me gustaría destacar la acogida del Mythos Water Hub y la ampliación de las soluciones de filtrado y tratamiento del agua, ya que seguimos adaptándonos a las demandas de sostenibilidad y comodidad en el hogar.

Para este 2025 nuestras perspectivas son positivas y continuaremos apostando por España y Portugal con un enfoque en el servicio al cliente, así como en productos que reflejen las tendencias globales de sostenibilidad y personalización que comentaba previamente.

Nuestro compromiso se basa en ofrecer soluciones de cocina que no solo respondan a las necesidades del presente, sino que también anticipen las del futuro. Así, para 2025, lanzaremos nuevos desarrollos que integren soluciones de agua y aire: es importante la innovación para lograr productos que optimicen el consumo de recursos y reduzcan el impacto ambiental, pilar para la compañía.

Así, considero que FRANKE ha ido superando las expectativas, y los lan-



ero INSTALADORES
GENTE COMPROMETIDA

**MARIA.
ECOINSTALADORA,
COMPROMETIDA**

NO ES LO MISMO RECICLAR, QUE RECICLAR BIEN



zamientos de 2024 han sido tan bien acogidos que planteamos seguir desarrollando nuevos productos para mantenernos en la vanguardia. Además, nuestros últimos años han sido marcados por cifras récord de ventas, lo que nos motiva a seguir innovando y ofreciendo productos que cumplan con las demandas del mercado.

Con la creciente digitalización, ¿cómo está FRANKE incorporando tecnologías inteligentes en sus productos y procesos?

FRANKE está integrando tecnología inteligente para ofrecer soluciones más eficientes y personalizadas. Un ejemplo destacado es nuestra aplicación Franke @home, que permite controlar productos como campanas extractoras y el grifo Mythos Water Hub. A través de esta aplicación, los usuarios pueden seleccionar la temperatura exacta del agua hirviendo (80°C, 90°C o 100°C), ajustar el nivel de carbonatación del agua (poco, medio o mucho) e incluso programar la cantidad de agua que el grifo dispensará con uno o dos toques. Además, la aplicación proporciona información sobre el estado del filtro y del sistema, garantizando un uso óptimo y mantenimiento sencillo. Este enfoque asegura una experiencia adaptada a las necesidades de los clientes modernos.



Adicionalmente, FRANKE sigue incorporando tecnología en sus procesos de producción para continuar siendo eficiente y responder a las demandas de un mercado cada vez más exigente.

La sostenibilidad es un tema clave en el mundo actual. ¿Qué iniciativas ha adoptado FRANKE para reducir su im-

pacto ambiental y fomentar prácticas sostenibles?

La sostenibilidad es un pilar estratégico en todas las actividades de Franke. Por ejemplo, uno de nuestros objetivos es alcanzar cero emisiones de gases de efecto invernadero a lo largo de toda nuestra cadena de valor para el año 2050.



En nuestras operaciones, implementamos prácticas sostenibles que abarcan desde el uso eficiente de la energía hasta la selección responsable de materiales, el reciclaje, el diseño de embalajes y el ciclo de vida de los productos. Trabajamos activamente para maximizar el uso de electricidad proveniente de fuentes renovables y utilizamos materiales reciclados en muchos de nuestros productos, destacando el acero inoxidable, componente esencial de gran parte de nuestra oferta.

Otro ejemplo, en cuanto al embalaje, es que estamos sustituyendo el poliestireno expandido (Styrofoam) por embalajes de cartón en nuestra línea de fregaderos de granito y tectonite. Además, el 90% de nuestro packaging se fabrica con materiales renovables.

¿Cómo equilibran la sostenibilidad con la necesidad de mantenerse competitivos en términos de precio y rendimiento?

En FRANKE, combinamos materiales de alta calidad con tecnología avanza-

da para ofrecer productos sostenibles que no comprometen el rendimiento ni la competitividad en precio. Nuestras familias de productos están diseñadas para satisfacer diversas necesidades y estilos de vida, garantizando así la mejor relación calidad-precio.

¿Qué tendencias principales observa en la industria de equipamiento de cocina, y cómo planea FRANKE posicionarse frente a estas?

Observamos una creciente demanda de productos sostenibles, eficientes y con diseño sofisticado. Materiales como el acero inoxidable y el Fragranite ya han ganado protagonismo por su durabilidad y propiedades antibacterianas. En cuanto a colores, los tonos neutros y acabados mate seguirán siendo tendencia, junto con metálicos que aportan un toque de sofisticación.

FRANKE se posiciona como líder al anticipar estas tendencias y ofrecer

soluciones innovadoras que combinen estética, funcionalidad y sostenibilidad.

Cabe destacar que, en los últimos años, hemos logrado cifras récord de ventas gracias a la acogida de nuestros productos, lo que refuerza nuestro compromiso con la innovación continua y la satisfacción del cliente.

Como directora general, ¿cuál es su visión a largo plazo para la presencia de FRANKE en España y Portugal?

La visión a largo plazo de FRANKE en el mercado ibérico se centra en fortalecer nuestra posición como referente en soluciones de cocina, liderando con innovación, sostenibilidad y un enfoque centrado en el cliente. Como parte de una compañía suiza reconocida globalmente, planeamos seguir invirtiendo en estos mercados, desarrollando productos que respondan a las necesidades del futuro y reforzando nuestra relación con socios estratégicos y consumidores.