

IROKO: “nuestros productos incluyen diseño, vanguardia y funcionalidad”

CON EL FOCO MUY CLARO EN EL CLIENTE, EN IROKO COCINAS SON CONSCIENTES DE QUE LA MEJOR ESTÉTICA NO SIRVE SI NO SE ACOMPAÑA DE FUNCIONALIDAD. Y, QUIZÁS PORQUE ENTIENDE DE FORMA AMPLIA Y GENEROSA ESA FUNCIONALIDAD, ESE SERVICIO, ESTE FABRICANTE OFRECE SIETE AÑOS DE GARANTÍA EN SUS COCINAS.

Iroko nació el año 2006 en la parroquia de Castrelo, en Cambados, en la provincia de Pontevedra. Hace un año, este fabricante de cocinas trasladó sus instalaciones a la también localidad pontevedresa de Vilanova de Arousa, donde tiene una sede de 1.500 metros cuadrados en la que trabajan sus ocho empleados. Con una facturación anual ligeramente superior al medio millón de euros, Iroko Cocinas vende sus muebles, además de en Galicia y Portugal, en Estados Unidos y México. Nos cuentan más detalles sobre la empresa sus responsables.

■ **Describa su principal producto para el sector cocina. Indique las ventajas que aporta y explique sus principales diferencias con respecto a los productos similares de la competencia. ¿Cómo podríamos definir su producto/soluciones en cuanto a posicionamiento de mercado, concepto, materiales y diseño?**

Los singulares procesos de producción de Iroko han dado lugar a una línea de cocina vanguardista y minimalista que inspira sensaciones únicas. Su diseño está estrechamente ligado a los llenos y vacío que, bien fusionados, logran dar forma a cada uno de los espacios.

Nuestros proyectos de arquitectura para cocinas reúnen múltiples esfuerzos, integrando las premisas de Iroko: diseño, vanguardia y funcionalidad. Los pequeños detalles logran aportar versatilidad para que el espacio logre el confort absoluto.

■ **¿Cuáles han sido sus últimos lanzamientos y qué respuesta están recibiendo por parte del mercado?**

Hemos creado dos modelos de puertas nuevos: Egeo y Harmonía. Son dos puertas tricapa en MDF negro, de baja emisión en formaldehído, con tablero fenólico en el medio, consiguiendo un efecto “galleta Oreo”.

Se trata de puertas que están teniendo muy buena aceptación por su originalidad y textura.

■ **Hablemos de servicio. Enumere los servicios añadidos o relacionados con sus productos, ofrecidos por su empresa. ¿Con qué plazos de entrega trabajan? ¿Qué garantía tienen sus productos?**





La fecha de entrega se cuenta a partir del día en el cual el cliente confirma el pedido. A partir de esa fecha, los plazos son los siguientes:

- 4 semanas completas de fabricación para laminados y estratificados.
- 6 semanas completas de fabricación para lacados y barnizados.

En los meses de agosto, diciembre y Semana Santa, debido a los períodos vacacionales de nuestros proveedores, las fechas de entrega pueden sufrir modificaciones. Iroko garantiza sus productos frente a posibles defectos de fabricación durante un período de siete (7) años, desde la fecha de compra. Disponemos de un documento de garantía para el consumidor final en el cual pueden ver las condiciones y de qué manera activar dicha garantía.

■ **¿En qué canales tiene más presencia (construcción, retail, bricolaje...)? ¿Cuentan con tiendas propias?**

Nosotros distribuimos principalmente a tiendas específicas de mobiliario de cocina y baño. Disponemos actualmente de 15 puntos de venta distribuidos por nuestra comunidad autónoma. Y contamos en estos momentos con una previsión de ampliar a 5 puntos más.

Tuvimos tienda propia, pero nos vimos en la obligación de cerrarla hace 2 años, al centrar nuestro trabajo sólo en la fabricación.

■ **¿Cuál es la política de expansión de la marca?**

Para nosotros es muy importante el crecimiento, pero también mantener la estabilidad a medio y largo plazo. A nivel nacional, tenemos la previsión de ampliar unos 5 nuevos puntos de venta. Y a nivel internacional estamos trabajando para la ampliación de nuevas carteras.

■ **¿Cómo siguen (o crean) sus productos/servicios las tendencias en el diseño de mueble de cocina?**

Diseño, vanguardia y funcionalidad. Iroko fusiona estos tres conceptos para crear espacios que se adaptan a las necesidades de la vida actual. Creamos lugares que inspiran a disfrutar de estancias exclusivas, conjugando un estilo único y personal. Centramos nuestros esfuerzos en la calidad, la elegancia y la diferenciación, ayudando a crear el propio espacio del cliente. Damos un giro de 360° a la concepción de la cocina, implementando la más alta tecnología para hacer la vida más fácil y comfortable.

■ **¿Cómo han cerrado el ejercicio 2019 y qué previsiones tienen de cara a 2020?**

2019 ha sido para nosotros un año de cambios y adaptación, ya que a principios de ese año cambiamos la ubicación de nuestras instalaciones, pero sin descuidar el servicio a nuestros distribuidores. Nuestras previsiones de cara al 2020, son positivas. Nos lo indican los datos del pasado mes de enero, con una subida de un 10% en la facturación respecto a enero del 2019.

■ **¿Por qué han decidido asociarse a AMC y qué esperan de la asociación?**

Somos nuevos en la asociación. Pertenecemos a ella desde hace poco más de 1 año. Decidimos asociarnos porque vimos un proyecto común donde hay variedad de representantes del sector, y nosotros siempre queremos seguir aprendiendo y formarnos para dar nuestro mejor servicio a los clientes.

La asociación es un buen foro donde se intercambian ideas y aportan noticias acerca del mundo de la cocina y eso nos beneficia para nuestro crecimiento.

■ **¿Cómo valoran la pasada edición de Espacio Cocina-SICI? ¿Qué destacarían?**

Valoramos la pasada edición de SICI como positiva. Una feria siempre es un buen escenario para visualizar las novedades del sector y para intercambiar opiniones e ideas con especialistas del sector.

Destacamos la presencia de la madera natural de nuevo como elemento de relevancia en la decoración de la cocina. Ha salido de sus usos más típicos y estructurales y se ha convertido en protagonista de gran variedad de estilos como el nórdico, industrial, acogedor...