

# LOGOS ofrece la solución integral de arquitectos e interioristas

LOGOS TIENE SU SEDE EN LA LOCALIDAD DE ZALDIBIA (GIPUZKOA), DONDE DISPONE DE UNAS INSTALACIONES DE CASI 6.000 METROS CUADRADOS EN LAS QUE TRABAJAN 65 PERSONAS.



El fabricante de mobiliario Logos comenzó su andadura el año 1952, centrada en la producción de armarios y alacenas de cocina. Treinta años más tarde, se convirtió en cooperativa. El año 2002, la empresa inició sus exportaciones a Francia y Portugal, y en 2011, al continente americano. En 2013, Logos se integró en Ner Group, asociación de empresas con más de 1.500 profesionales. Un año después, la firma amplió sus líneas de negocio con la integración de kallmar, especialista en armarios a medida de diseño. Desde entonces, no ha dejado de ampliar su negocio con la incorporación de nuevas familias de producto, como mueble de baño. Esta apertura del catálogo también se traduce en la entrada en nuevos países como Bélgica, Reino Unido, Costa Rica, México, Ecuador, Colombia, Panamá y EE.UU. La última incorporación de producto ha sido el catálogo de armarios, que incluye también toda la oferta de vestidores, islas, cerramientos, dormitorios, puertas, panelados y estanterías.

Actualmente, con una facturación anual de siete millones de euros, Logos vende sus productos a nivel nacional en Galicia, Asturias, Cantabria, País Vasco, Navarra, Aragón, Cataluña, Comunidad Valenciana, Baleares, Murcia, Castilla-La Mancha, Andalucía, Canarias, Madrid, La Rioja y Castilla y León. Además, la firma exporta a EE.UU., México, Panamá, Costa Rica, Colombia, Ecuador, Portugal, Francia, Bélgica, Reino Unido y Emiratos Árabes.

Nos explican más detalles sus responsables.

■ **Describe 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?**

Hoy en día, las cocinas más valoradas son las que tienen espacios abiertos y diáfanos. Los muebles de cocina han recibido el reconocimiento que se merecen. En la época que estamos viviendo, la cocina se integra a la vida en familia, y en Logoskallmar, tenemos todo el producto y la variedad necesaria para que la cocina se integre en el proyecto general de la vivienda. Cada persona es única, lo mismo que sus necesidades. Por eso los diseños de sus muebles de cocina se adaptan a cualquier estilo, espacio y manera de vivir.

Glass, Xp, Aqua, Art, Suit, Next+, Déco, Ura, Senza y la última incorporación del catálogo, la cocina Markoa, forman una colección marcada por el gusto en los detalles y la obsesión por los acabados. De esta forma, conseguimos un óptimo resultado en cada proyecto. Podemos ofrecer lo que muy pocas marcas son capaces de fabricar: un producto hecho a medida con un éxito asegurado.

## TENDENCIAS

Además de por la calidad del acabado, nuestra preocupación y ocupación consiste en estar al día en la innovación de producto y de accesorios, herrajes e iluminación, por lo que contamos con un equipo de IP que se informa de las novedades que se presentan cada año.

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

El último año hemos sacado al mercado un nuevo catálogo con novedades en cuanto a accesorios, acabados y soluciones en la cocina. Esto ha hecho que nuestros clientes también se hayan dado cuenta de que la innovación y la personalización de las cocinas es fundamental para seguir la línea marcada por el proyecto general, pero con el *toque* de customización que hacen que cada proyecto sea único.

### ■ Hablemos de servicio. Enumere los servicios añadidos o relacionados con sus productos. Indique plazos de entrega y garantía.

El servicio del producto en Logoskallmar siempre ha sido una de nuestras prioridades. En este sentido, contamos con un calendario de lanzamientos que se actualiza anualmente, según el modelo de cocina y de entrega a nuestros clientes. Así, la cocina que entra en un lanzamiento dispone de un plazo de entrega de 48 horas, una fecha de entrega, que le llega a nuestro cliente. Ofrecemos una garantía de 2.000 días desde la recepción de la cocina. Con la misma, incluimos especificaciones y consejos de limpieza.

### ■ ¿En qué canales tiene más presencia? ¿dispone de tiendas propias?

Todo nuestro producto se ofrece por medio de distribuidores, ya sean tiendas de cocina, estudios de diseño, de arquitectura... Trabajamos, por tanto, a través de nuestros clientes. Ellos trabajan a menudo para grandes construcciones, proyectos de viviendas unifamiliares, chalets o, directamente con el usuario. Nosotros no tenemos tiendas propias. No es nuestra política de empresa.

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

En nuestro caso, nuestra política de expansión no es abarcar muchos países. Lo que tenemos claro es que, en estos momentos, estamos donde queríamos estar hace unos años. La idea es afianzarnos en estos países y dar un servicio pleno y adecuado a nuestros distribuidores. Nuestro producto no es de batalla. Cuidamos mucho la calidad y sabemos lo que somos capaces de hacer. En cuanto a la expansión nacional, salvo en alguna provincia, estamos en casi todas. Buscamos estar representados en cada una de ellas, sin muchos puntos de venta. Miramos que el distribuidor no tenga competencia de nuestra marca cerca de su localización.



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

Tenemos un equipo de IP que cada mes se reúne para tratar los temas de actualidad en cuanto a innovación de producto y mejora del ya existente. En este equipo hay quien se dedica a buscar nuevo producto e investigar sobre las tendencias, y quien se encarga de mejorar el que estamos fabricando, tanto en diseño como materiales.

### ■ ¿Cómo cerraron el año 2019 y qué previsiones tienen para 2020?

El ejercicio 2019 lo cerramos con una mejora de la facturación con respecto a 2018. También mejoramos la capacidad de trabajo y logramos avances en gran parte de nuestras máquinas de producción, por lo que el año fue muy gratificante. 2020 tuvo un comienzo muy bueno, pero el parón del Covid19 nos está creando una incertidumbre, como a todo el mundo. Esperamos salir adelante trabajando y adaptándonos a la nueva situación.

### ■ ¿Por qué son socios de AMC y qué esperan de la asociación?

La decisión de asociarnos vino porque hemos visto que la actual directiva y gerencia de AMC están trabajando duro y preocupándose por el proyecto. Valoramos que todo este esfuerzo se haga para poder ayudarnos entre todos.

### ■ ¿Qué creen que pueden aportar ustedes a AMC?

Posiblemente, experiencia en el producto, imagen de marca y todo lo que necesiten de nosotros.

### ■ ¿Cómo valoran la pasada edición de Espacio Cocina-SICI y qué opinan de la próxima?

Creemos que estuvo mejor que en anteriores ediciones. Sin embargo, como fabricantes, vemos que el esfuerzo que hemos de realizar para presentar todo nuestro abanico de producto resulta demasiado complicado, para la respuesta de público que está teniendo. De cara a la próxima, ir con Hábitat nos parece un acierto. Porque muchos fabricantes seguimos esa línea de mirar hacia distribuidores que ofrecen una reforma integral del hogar.