

# BOZETO: inversión y tradición de una empresa familiar

BOZETO STUDIO COCINAS ES UN FABRICANTE MADRILEÑO DE COCINAS CON UNA IMPORTANTE TRAYECTORIA DE MÁS DE 50 AÑOS DETRÁS. A LO LARGO DE TODO ESTE TIEMPO HAN SABIDO COMBINAR EL TRATO CERCANO CON LOS CLIENTES, LA TRADICIÓN Y LA INNOVACIÓN.



Los orígenes de la empresa madrileña Bozeto Cocinas se remontan a la década de los años 60, cuando Antonio Gómez, fundador y padre de los actuales propietarios y responsables de la compañía, comenzó a fabricar mesas para abastecer el incipiente mercado de televisores en Carabanchel Alto. Más tarde comenzó la producción de muebles de cocina en chapa zincada y duraluminio para, posteriormente, pasar al aglomerado en malamina y estratificado.

Actualmente, bajo la batuta de Joaquín y José Manuel Gómez, Bozeto Cocinas tiene su sede en Móstoles donde cuentan con unas instalaciones de 2.500 metros cuadrados en las que trabajan 22 personas. Con una facturación anual de 2,2 millones de euros, Bozeto vende sus cocinas en las comunidades de Madrid, Castilla y León, Castilla-La Mancha, Valencia, Extremadura y Andalucía.

## ■ Describa su principal producto para el sector cocina.

Diseñamos un producto práctico, que responde a las necesidades del cliente. En este sentido, frente a la competencia, ofrecemos un servicio completo, manteniendo un control de cada fase del proceso de

fabricación junto con el cliente, e intentamos adaptarnos a sus necesidades y plazos de entrega.

Nuestro producto está en perfecta sintonía con la evolución del mercado. Así, ponemos a disposición del cliente materiales y sistemas de herrajes de últimas tecnologías, acabados antihuellas, autoregenerativos, etc. En cuanto al diseño, disponemos de un amplio abanico de estilos, tanto en muebles vanguardistas como los nuevos clásicos que están de moda.

## ■ ¿Cuál/es ha/n sido sus últimos lanzamientos? (explíquelos).

En los últimos lanzamientos de productos hemos invertido en materiales de colores claros, especialmente en blanco, tanto brillo como mate, con tirador incorporado en el propio material como continuidad de las puertas y/o cajones. El actual comportamiento de la venta de este producto como las expectativas son inmejorables.

## ■ 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?

En cuanto al servicio, realizamos una gestión organizada que nos permite solucionar cualquier problema del cliente a la mayor brevedad y disponemos de un servicio de planificación semanal para la entrega de su pedido.

Por lo que se refiere a los plazos de entrega, son los habituales del mercado, más rápido en productos que tienen una fácil mecanización. Siempre hay ciertas épocas del año, como la previa a vacaciones de agosto, que, debido a una mayor demanda de cocinas, se pueden

demorar los plazos. Asimismo, damos una garantía de tres años en nuestros productos, siempre que el deterioro del producto no sea debido al mal trato de este.

■ **¿Cuál es la política de expansión de la marca a corto y medio plazo? (tanto nacional como internacional, si es el caso)**

En cuanto a la expansión de la marca Bozeto, nuestro objetivo es consolidarla y crecer de una manera sostenida. De momento, nos mantenemos en el mercado nacional, aunque no descartamos la exportación en un futuro.

■ **¿En qué canales tienen más presencia? ¿En cuántos puntos de venta a nivel nacional tienen presencia? ¿Cuentan con tiendas propias?**

El canal en el que tenemos más presencia es la distribución a tiendas mediante la atención de nuestros comerciales y por mediación de los clientes que mantenemos a lo largo de los años. También realizamos colaboraciones con constructores, decoradores e interioristas. No contamos con tiendas propias por nuestra política de empresa, mantenemos el respeto y la fidelidad a nuestros distribuidores.

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

De una forma continuada, nuestro departamento de diseño está en contacto con nuestros suministradores incorporando cualquier novedad en cuanto a diseño y calidad que se plantee. Regularmente adaptamos las novedades en cuanto a los acabados, mecanismos etc. También en los últimos años hemos actualizado nuestra maquinaria, adaptándola a procesos digitales.

■ **¿Cómo les fue 2020 y qué previsiones tienen de cara a 2021?**

El ejercicio 2020 tuvo dos etapas muy diferentes debido al efecto COVID, pero una vez superado, ha habido una clara tendencia al alza de la demanda y ha resultado un año equilibrado.

El año 2021 ha empezado con fuerza y se están consiguiendo unas ventas superiores a las expectativas creadas del año anterior y creemos que hasta el final del año seguirá igual. Esto es consecuencia del momento de las reformas en las cocinas que el usuario renueva totalmente.

También hay que destacar, como perjuicio para el sector, las constantes subidas en los precios de materias primas y la falta de suministros de las mismas. Bajo nuestro punto de vista, esta situación



está desestabilizando el mercado... y la incertidumbre sobre cuándo terminará tampoco ayuda. En cuanto a las previsiones del año 2022, somos optimistas. Pensamos que se mantendrá la línea ascendente en nuestras ventas con un crecimiento por encima de los dos dígitos.

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

Nuestra asociación a AMC viene marcada por nuestra vocación de pertenecer a una organización de ámbito superior que nos puede aportar información y que defiende el prestigio y los intereses de nuestros productos en el sector de las cocinas.

La asociación con AMC dió lugar a la valoración al alza de las pequeñas y medianas empresas creando una plataforma de desarrollo de productos con mayor presencia en el mercado.

■ **¿Cómo valoran el que SICI pase a celebrarse en 2022, en septiembre y con Hábitat?**

Espacio Cocina SICI es un importante evento pues es un gran escaparate de nuestros productos que beneficia tanto a los expositores como al sector en general, otorgándole prestigio en los distintos ámbitos, mercado, revistas especializadas, etc.

En cuanto a la próxima celebración del 2022 creo que es un gran acierto celebrarlo con Hábitat. Es una marca más adecuada al mobiliario de cocina, puesto que atrae a un público más relacionado y especializado con el amueblamiento y la decoración del hogar.

De nuestra participación en ferias debemos decir que tuvimos una grata experiencia, tanto en la de 1986 como en la de 2009, aunque esta fuera la antesala de una recesión global y, muy en particular, del sector de las cocinas en los siguientes años.