

# 2AKÜCHEN: “los detalles marcan la diferencia entre éxito y fracaso”

2AKÜCHEN HA CONSEGUIDO, POR MÉRITOS PROPIOS, HACERSE UN HUECO EN EL ATOMIZADO MERCADO NACIONAL DE MUEBLES DE COCINA. Y NO ES DE EXTRAÑAR, A TENOR DE LA PROFESIONALIDAD Y SERIEDAD QUE DESPRENDE ESTE FABRICANTE ANDALUZ.



En 2014, un grupo inversor suizo adquirió la cooperativa COSAPA Cocinas, ubicada en la localidad malaqueña de Coín. Como consecuencia de dicha operación, ese mismo año nació la marca 2aKüchen. Actualmente, la empresa cuenta con unas modernas instalaciones de 6.000 m<sup>2</sup> en el mencionado municipio malaqueño, junto al Parque Nacional Sierra de las Nieves, y bien comunicadas con las principales localidades de la Costa del Sol, donde la marca es un referente.

Con 60 trabajadores y 5,6 millones de facturación en 2021, cifra que 2aKüchen espera superar en 2022 hasta llegar a los 6 millones, el fabricante malaqueño vende sus cocinas por toda la geografía nacional, y de forma puntual, en países de Centroeuroa y Sudamérica. Nos cuenta más detalles su gerente, Antonio Morilla.

## ■ ¿Cómo definiría su producto para el sector cocina?

En 2aKüchen siempre hemos pensado que la industria española es capaz de ofrecer un producto de primer nivel, y nuestra vocación es demostrarlo día a día. El acceso tanto a la mejor maquinaria como a herrajes de líderes mundiales nos ha permitido evolucionar estos años para ofrecer un producto con excelente calidad y diseño. Todo ello, reforzado con un trato cercano y profesional, además de con la

proximidad geográfica necesaria para poder solucionar cualquier incidencia. No se trata de hacer algo que no haga nadie, sino de fabricar producto bien hecho y atendiendo a los detalles, ya que en nuestro sector, cualquier detalle marca la diferencia entre éxito y fracaso.

## ■ ¿Cuál/es ha/n sido sus últimos lanzamientos?

Recientemente, hemos presentado una amplia colección de laminados con acabados que imitan diversas piedras y maderas. La evolución en diseños y texturas experimentada los últimos años en el sector de laminados es espectacular, con un grado de imitación increíble, y la disponibilidad que necesita la industria. Además, sigue creciendo la distribución de laminados en colores lisos y acabados mate, con tratamientos especiales antihuella. Por ello, estamos presentando una ampliación de nuestra colección, cuyo lanzamiento coincidirá con Maderalia. Todo ello, sin olvidar nuestro producto estrella que es el acabado lacado, de cuya calidad y diseño nos sentimos muy orgullosos.

## ■ 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?

Nuestro principal servicio añadido es dotar a los clientes con un programa de diseño y presupuestos personalizados con nuestro producto. Hace ya 3 años que, dentro del programa Industria 4.0 liderado por el MINER, fuimos pioneros en la implantación del software 3CAD, programa referente internacional en nuestro sector. Ello nos ha permitido desarrollar un programa CAD/CAM fácil e intuitivo que permite a nuestros clientes interactuar en un entorno gráfico con nuestra base de datos, realizando tanto presupuestos valorados como diseños y

renderizados de proyectos de cocinas para el cliente final. Esta información se recibe en fábrica para realizar la planificación y gestión de producción directamente a máquina. Además ofrecemos formación sobre este sistema al distribuidor para que pueda sacar el máximo rendimiento a esta potente herramienta digital. Estamos muy contentos del resultado y de la excelente acogida de este servicio. Todos nuestros productos tienen un plazo de garantía de 5 años, muy superior al nuevo plazo recientemente modificado de 3 años. Pensamos que plazos mayores ofrecidos por la competencia no son realistas ya que confunden defecto de fabricación con defecto de uso o mantenimiento. Cualquier defecto de fabricación suele aflorar en las primeras semanas de uso. Por eso, 5 años son suficientes.

Respecto a los plazos con los que trabajamos, son los habituales del sector: entre 4 y 6 semanas, dependiendo del producto. Eso sí, somos muy serios con las entregas, con un cumplimiento cercano al 100% en la semana comprometida. Para ello contamos con camiones propios que nos permiten asegurar este compromiso a nivel nacional.

#### ■ ¿En qué canales tienen más presencia?

Nuestra vocación es atender un sector lo más profesional posible para que sean capaces de desarrollar el producto al nivel que deseamos. Así, trabajamos especialmente en el canal retail, con un modelo de libre distribución. No disponemos de tiendas propias, aunque sí numerosos distribuidores con exclusividad para con nuestros productos.

#### ■ ¿Cuál es su política de expansión a corto y medio plazo?

Queremos seguir consolidando la marca 2aKüchen en todo el territorio nacional, y confirmarnos como una de las marcas que han llegado en los últimos años con un proyecto sólido. Todavía recuerdo que hace unos años se nos tildaba de “emergentes” y hoy nos hemos hecho un hueco en el mercado de producto de primer nivel. Esperamos seguir consolidando este proyecto en los próximos años, creciendo allí donde aún no tenemos representación.

#### ■ ¿Cómo siguen sus productos las tendencias de diseño de cocinas?

Nuestro principal empeño es llevar a cabo una profunda integración en todos los procesos de la empresa del concepto SOSTENIBILIDAD. Desde el uso de materias primas comprometidas con el medio ambiente (tableros con certificación FSC y de baja emisión de formaldehído E0,5, disminución de COV's en pinturas y barnices, etc.), hasta el reciclaje, aunque este último está muy presente en la empresa desde hace años. También hemos realizado la reforestación del entorno



de nuestra fábrica con más de 400 árboles, y le daremos asimismo una viabilidad agraria de futuro. En marcha tenemos igualmente el proyecto de instalación de placas solares en nuestra planta que nos permitirán disminuir las emisiones de CO<sub>2</sub> en 686.000 kilos al año. De esta manera nuestro producto fabricado estará alineado con los objetivos de la AGENDA 2030.

#### ■ ¿Cómo fue 2021, y qué expectativas tienen para 2022?

2021 ha supuesto un enorme crecimiento en facturación, pero hemos sufrido grandes tensiones tanto de suministro como de rentabilidad. 2022 no parece que vaya a ser muy diferente. Si teníamos la esperanza de que la crisis de suministros pudiese resolverse a finales de 2022, la invasión de Ucrania por Rusia nos indica que todavía no hemos pasado lo peor, así que habrá que estar muy atentos a la disponibilidad de suministros y, sobre todo, a la rentabilidad de las ventas. Estamos especialmente atentos a que crecimiento y rentabilidad vayan en la misma dirección, revisando nuestras estrategias de compras y tarifas cuando sea necesario, para mantener la viabilidad de la empresa.

#### ■ ¿Por qué forman parte de AMC?

Creemos que el asociacionismo sectorial es profundamente positivo. Crea lazos y sinergias que permiten ver a competidores y colaboradores desde otro punto de vista. Además, AMC ofrece multitud de servicios y contactos de los que ya nos hemos beneficiado. Así, colaboramos con otros miembros en temas de marketing, consultoría financiera, desarrollo informático, etc... y siempre es fácil localizar entre los socios a alguien que pueda brindarte una mejor solución en producto o servicio.

#### ■ ¿Cómo valoran que Espacio Cocina-SICI pase a celebrarse en septiembre junto con Hábitat?

2aKüchen participó en las ediciones de 2016 y 2019 en Valencia, con muy buenos resultados. Es un excelente escaparate para realizar esos contactos comerciales que desarrollar posteriormente. Creemos que su celebración con Hábitat es algo natural, buscando visitantes de más calidad en lugar de la mayor cantidad que aportaba CEVISA-MA. Estamos seguros que la edición de este año será un gran acontecimiento para el sector de la cocina.