

Las principales armas de Fabricados LMG son “el servicio, la experiencia y la calidad”

El plus de Fabricados LMG es que es un fabricante nacional. Puede desarrollar, por ejemplo, modelos exclusivos de tiradores, rejillas o vitrinas entre otros.

Fabricados LMG ha crecido un 17% en volumen de negocio en el último año y mantiene muy buenas perspectivas en el presente ejercicio. **Antonio Cabello**, su *director comercial*, señala que, en líneas generales, éste ha sido un año a destacar de forma positiva. Evaluando las tendencias de distintos mercados, espera que

haya un alza en la demanda y que ello pueda repercutir en una revitalización del sector.

¿Cuál es el valor añadido que ofrece Fabricados LMG a sus clientes? *“El afianzamiento de la marca LMG en el sector. Aumentamos todos los años la inversión en Marketing y Publicidad para que nuestros clientes se puedan beneficiar*



Antonio Cabello

de la visibilidad de la marca. También vamos ampliando progresivamente nuestra plantilla con personal cualificado”, responde. Tampoco se olvida de la adquisición de maquinaria avanzada, como impresoras 3D para diseños de prototipos o un nuevo centro de control numérico vertical. Además, han efectuado recientemente una completa informatización de la logística de la empresa que conllevará una mejora de la satisfacción de sus clientes por el servicio prestado. También nos comenta que “LMG aporta a sus clientes una dilatada experiencia de más 45 años en el sector, fabricando la mayoría de sus artículos”. Igualmente, en que cuentan con una red comercial que cubre toda geografía española, además de tener un departamento de exportación con presencia en más de 20 países. “Son argumentos

sólidos que les da a nuestros clientes la seguridad necesaria para escogernos como proveedores de confianza”, expone.

Toda la materia prima que manufacturan está bajo el estricto control de la normativa española y europea de calidad. “Realizamos nuestro propio sistema interno de normalización haciendo semestralmente auditorías internas”, indica. Del mismo modo, están muy concienciados con el medio ambiente, reciclando todo el material sobrante derivado de los diferentes procesos industriales de fabricación.

La diferencia con sus competidores principalmente radica

“Invertimos cada vez más en Marketing y Publicidad para que los clientes se beneficien de nuestra visibilidad de marca”

en que son “fabricantes a nivel nacional”. Argumenta que sus principales armas son “el servicio, la experiencia y la calidad”. Con estas características llevamos años intentando ser referentes en el mercado internacional, “donde pretendemos que la marca España sea sinónimo de exclusividad”.

Tendencias del mercado

Respecto a las actuales tendencias del mercado, Antonio Cabello analiza que últimamente se ha decantado por cocinas minimalistas en aspecto (push, falsos golas, etcétera). Si bien, cree que se va a recuperar un as-

Una historia para enorgullecerse

“Nuestra historia es una de las cosas de la cual estamos más orgullosos”, manifiesta Antonio Cabello. Narra que el origen se remonta a 1972, cuando arrancó LMG como una empresa familiar. Diez años más tarde, quedó constituida la actual Fabricados LMG. “Durante todo este tiempo, tenemos que agradecer la confianza recibida de nuestros clientes nacionales e internacionales”. Explica que los últimos años han estado marcados por una “constante evolución” de la compañía por seguir estando “en la vanguardia del mercado”, con una modernización de sus instalaciones y de los procesos de fabricación.



pecto más ecléctico, *“retomando los tiradores como elementos importantes en el diseño final”*. Precisamente, en la última feria de Milán se vieron más tiradores. Sostiene que la gente quiere productos modernos y funcionales. Es decir, el consumidor demanda nuevos materiales y acabados, una mayor funcionalidad, diseño y exclusividad sin dejar de lado la implementación de tecnología aplicada a los herrajes. Recuerda que las ferias son un escaparate para todos y que marcan ciertas tendencias. Por ello, hay que estar pendientes de ellas. *“Seguimos muy de cerca las tendencias de las ferias más importantes del sector, tanto a nivel nacional como internacional”*, subraya. Antonio Cabello rememora que hace más de seis años lanzaron en primicia una familia de tiradores en acabados en óxido, aportando nuevas ideas al mercado y que evidencia el carácter innovador de la compañía.

Le preguntamos por el concepto al que enfocan sus nuevos productos. *“Elegancia, diseño, líneas puras y acabados novedosos”*, nos responde. Nuestro objetivo es aportar a nuestros clientes las más novedosas soluciones para cubrir las nuevas necesidades que se les plantean. En resumen, *“el reto de LMG es ofrecer nuevos diseños que deberán estar siempre unidos a funcionalidad, calidad, tecnología e innovación”*.

Adelanta que presentarán este año nuevos modelos de tiradores y acabados, una nueva familia de vitrinas asimétricas y otra familia de elementos estructurales con una gran capacidad de adaptabilidad y con diferentes acabados. El objetivo final es *“dar soluciones y proponer nuevas posibilidades a las composiciones de los clientes”*.

Por último, Antonio Cabello reflexiona sobre el futuro de los herrajes. Determina que, al igual que el resto de las cosas de nuestra vida cotidiana, estará marcado por *“el imparable avance de la tecnología”*. A su juicio, *“esto conllevará una*

“El reto de LMG es ofrecer nuevos diseños que estén siempre unidos a funcionalidad, calidad, tecnología e innovación”

gran dosis de automatización, la cual permitirá una plena integración de todos los componentes y nos llevara a una ergonomía conceptual”. Advierte de que el gran reto que tienen los fabricantes es acertar en el concepto. ■



Disponible el nuevo Catálogo 2018 desde septiembre

Fabricados LMG ha lanzado su nuevo Catálogo 2018, que está disponible desde septiembre. Además de introducir novedades, se ha cambiado el diseño y se ha aunado todo el producto dentro de él. Tiene un formato que mantiene y mejora toda la información técnica, estética y fotográfica del producto. Por otro lado, su índice principal ordena los productos en secciones, facilitando de esta manera su localización tanto por colores como por tipología. En el nuevo catálogo, destacan, entre otras novedades, el copete rectangular con diseño patentado, la incorporación del acabado antracita en diversos productos y la actualización de su gama de tiradores en cuanto a nuevos acabados y modelos.



Nuevo Catálogo (Disponible en exposición y red comercial)