“En Maderalia presentamos soluciones con innovación, diseño y máxima calidad”

Claudia Pujadas Marketing Manager de Servicanto

Servicanto afronta una nueva etapa centrada en la innovación, el crecimiento y la expansión internacional, con nuevas soluciones para un mercado que demanda personalización, calidad y diseño. Hablamos de ello con Claudia Pujadas, Marketing Manager de la compañía, aprovechando su presencia en Maderalia.

¿En qué momento se encuentra actualmente la compañía y qué objetivos se marca en esta nueva etapa?

Servicanto afronta esta nueva fase desde una posición de solidez, respaldada por más de 40 años de trayectoria, experiencia y conocimiento del mercado. A lo largo de estas cuatro décadas hemos mantenido unas premisas fundamentales: calidad, servicio e innovación. Actualmente estamos enfocados en la innovación y el crecimiento. Partimos de una base sólida, pero tenemos la mirada puesta en el futuro, explorando nuevos mercados y desarrollando productos que respondan a las tendencias y necesidades actuales del sector. Entre nuestros objetivos está seguir creciendo y consolidándonos en el mercado nacional, al mismo tiempo que avanzamos en nuestra expansión hacia nuevos mercados.

¿Qué novedades y soluciones presenta la compañía en Maderalia?

Acudimos a Maderalia con varias novedades que reflejan nuestra apuesta por la innovación, el diseño y la máxima calidad. Una de las principales es nuestra nueva solución de persianas Premium, desarrollada de la mano de Top Form. Es una propuesta integral que combina la persiana con canto Premium y zócalo Premium, todos ellos con acabado en calidad PET. El objetivo es conseguir una homogeneidad absoluta en el conjunto del mobiliario, tanto en color como en acabado. La colección destaca por su acabado de tacto seda, su elevada calidad y una estética especialmente elegante. Está pensada para diferentes espacios y aplicaciones, desde desayunadores y cocinas hasta mobiliario de hogar y proyectos de interiorismo.

También presentamos el canto Oro Vintage, una evolución del acabado dorado tradicional, más sobrio y sofisticado, con un acabado ligeramente cepillado y mate. Responde a las nuevas tendencias en interiorismo y combina especialmente bien con las nuevas generaciones de electrodomésticos, griferías y materiales.

Por último, presentamos la nueva colección Gaudí, inspirada en el universo arquitectónico de Antoni Gaudí. Hemos desarrollado un canto que reproduce visualmente el efecto de la cerámica de empedrado o trencadís, tan característico de su obra. Buscamos trasladar al mobiliario un elemento reconocible de nuestra cultura y arquitectura, reinterpretándolo desde una perspectiva contemporánea.

Con estas novedades queremos responder a un mercado que demanda cada vez más personalización, coherencia estética, calidad y diseño.

¿Cómo ha evolucionado el sector y qué cambios detectan en las necesidades de sus clientes?

Servicanto es una empresa familiar y singular, nuestros clientes forman parte de nuestro equipo. El sector ha evolucionado hacia una demanda cada vez mayor de calidad, precisión y homogeneidad. Ya no se busca únicamente que los colores de las diferentes superficies sean iguales, sino que exista continuidad en todo el conjunto: cantos, acabados, componentes, texturas, poros y, especialmente, el tacto de los materiales.

El minimalismo se consolida como una tendencia importante, lo que exige soluciones cada vez más homogéneas y precisas. Al mismo tiempo, detectamos un crecimiento de la personalización y de la búsqueda de valor añadido. Los clientes quieren productos diferentes y soluciones que aporten algo más a sus proyectos y les permitan diferenciarse.

¿Cómo se combina el legado familiar con la necesidad de innovar?

La continuidad familiar es una parte fundamental de Servicanto. La sucesión mantiene viva la filosofía de una empresa familiar que ha sabido crecer internacionalmente y estar presente en más de 40 países sin perder una de sus principales señas de identidad: la cercanía.

La experiencia acumulada durante 40 años nos permite afrontar la innovación desde una perspectiva práctica. Somos una empresa creativa, nos gusta desarrollar nuevos productos y buscar soluciones diferentes, pero también tenemos muy presente lo que está sucediendo en el mercado.



¿Qué valor tienen la cercanía al cliente y las relaciones duraderas?

Servicanto es una empresa familiar y singular, nuestros clientes forman parte de nuestro equipo.Para nosotros, nuestros principios son fundamentales. La cercanía con el cliente y la construcción de relaciones a largo plazo forman parte de nuestra manera de entender la empresa. No hablamos únicamente de relaciones duraderas, sino de relaciones fructíferas, positivas y basadas en una confianza mutua.

Vivimos en un entorno cada vez más competitivo, no solo dentro de nuestro sector, sino a nivel global. Sin embargo, nuestra filosofía no cambia: el cliente sigue siendo nuestra primera premisa. Queremos conocer sus necesidades, entender sus proyectos y ofrecerle las soluciones que realmente necesita.

¿Qué tendencias marcarán la evolución del sector?

Una de las grandes tendencias seguirá siendo la búsqueda de valor añadido. El mercado demanda soluciones de gran calidad, homogéneas y precisas, pero al mismo tiempo diferentes y capaces de aportar personalidad a cada proyecto.

Un buen ejemplo es nuestro departamento de corte de persiana, que nos permite suministrar las persianas completamente a medida, adaptándonos a las necesidades concretas de cada cliente y proyecto. Esto nos permite ofrecer un auténtico «traje a medida», especialmente importante en proyectos de arquitectura, interiorismo y mobiliario personalizado.

Seguimos viendo una fuerte presencia del minimalismo y de las soluciones homogéneas, pero también detectamos una evolución hacia propuestas con mayor contraste, más carácter y cierta recuperación de los acabados rústicos y las texturas. Hay también una búsqueda cada vez mayor de calidez.

¿Qué retos y objetivos se plantea Servicanto para los próximos años?

Nuestro principal reto es seguir creciendo sin perder nuestra esencia. Queremos mantener la filosofía que nos ha acompañado durante estos 40 años y continuar fieles a nuestros principios de calidad, servicio, cercanía e innovación. Para nosotros, es una satisacción que la marca Servicanto, nacida en España, sea valorada cada vez más a nivel internacional.

Continuaremos apostando por la innovación y por el desarrollo de nuevos productos, al tiempo que avanzamos en nuestra expansión internacional. En definitiva, nuestro objetivo es seguir evolucionando, innovando y creciendo, pero manteniendo aquello que nos ha permitido llegar hasta aquí: la calidad de nuestros productos, el compromiso con nuestros clientes y una forma de entender el negocio basada en las relaciones humanas y en la búsqueda constante de nuevas soluciones.

servicanto.es