

Borja Fuertes

Responsable del departamento de Marketing de NationStar-LedStar

“NationStar-LedStar es capaz de ofrecer productos de calidad adecuados a nuestras necesidades y a precio competitivo”



Como resultado del contrato de distribución en exclusiva con la compañía china NationStar Foshan Optoelectronics, Cilogar S.L., se convierte en NationStar España, creando la marca LedStar para el mercado LED nacional. Con Borja Fuertes a la cabeza, esta firma está apostando por productos de calidad para hacerse un hueco en el mercado de la iluminación LED que poco a poco se está posicionando como una tecnología de futuro.

Pregunta: Especialistas en LED, aporta soluciones para todo tipo de instalaciones: interior, exterior e industrial. ¿Qué se demanda más en la actualidad?

Respuestas: A pesar de la enorme variedad de proyectos que en este momento se desarrollan en nuestro país, y que varían tanto como las necesidades de cada cliente, destacan ciertos productos que sobresalen en términos de ventas y demandas. Si tuviéramos que elegir un top 4 de productos más demandados, estos serían la tira LED, el tubo T-8, los Downlight y las dicroicas. La fácil sustitución frente a iluminación tradicional en el caso de los tubos, dicroicas y downlights por un lado, y la sencillísima instalación de las tiras (recordemos que son auto-adhesibles) con el gran juego que ofrecen en términos decorativos y promocionales serían los productos con los que nos encontramos una mayor demanda. Otros productos como son los proyectores y las campanas muestran unas tendencias de crecimiento a medida que el mercado adquiere confianza con los productos LED de calidad y discrimina el intrusismo que tanto daño está haciendo a la confianza de los usuarios finales.

P.: ¿Qué perspectivas de crecimiento tienen a corto-medio plazo?

R.: Desde que Nationstar comenzó a distribuir en España a través de la marca Ledstar, se ha ido apreciando un aumento en las ventas a medida que esta nueva tecnología es poco a poco reconocida por sus cualidades de ahorro, eficiencia, medio ambiente y amortización de la inversión. Todos los estudios apuntan a que el creci-



En 1969 se crea Nationstar lanzando su producción en 1976. Con la colaboración establecida con Tottori SANYO Electric Co. Ltd, Nationstar comienza sus partnerships como proveedor para grandes marcas (Sony, Panasonic, Samsung, LG, Osram, IBM, Sharp, Foxconn,...).



En el año 2000 Nationstar crea sus primeras instalaciones dedicadas a I+D+i exclusivamente. En el año 2007 Nationstar traslada su sede central al Área de Alta tecnología de Foshán. Actualmente Nationstar está construyendo unas nuevas instalaciones que estarán dedicadas a producción e I+D+i en el mismo recinto de 40.000 m².

miento se irá acentuando a medida que la actual situación financiera en nuestro país mejore y en consecuencia permita la existencia de mayores volúmenes de inversión en proyectos de ahorro de energía. El hecho de que se trate de una nueva tecnología influye también en la percepción de los usuarios, ya que frente a este tipo de productos el proceso lógico de compra empieza por una desconfianza basada en el desconocimiento. A fecha de hoy dicha percepción se comienza a

desvanecer a medida que el LED está presente cada vez más en nuestra vida cotidiana. Todas las previsiones en este sentido apuntan a un factor de incremento en la demanda a nivel agregado.

El ser fabricantes, tener tanta experiencia y ofrecer productos de calidad como punto de partida en la creación, revisión y adecuación de productos (nuevos o existentes) refuerza el posicionamiento para un futuro. La confianza depositada en Na-

tionstar se ve siempre recompensada con fiabilidad, realidad en los rendimientos y un servicio post-venta siempre a disposición del cliente.

P.: ¿Cuál es el canal de distribución de los productos Nationstar-LedStar en nuestro país?

R.: En Nationstar-Ledstar hemos confiado en un canal de distribución basado en la cercanía con el cliente, ya que creemos firmemente que la mejor manera de ofrecer soluciones lumínicas de calidad es conocer de primera mano y a fondo las necesidades del mercado, pudiendo así ajustar la propuesta de proyecto a las necesidades reales, ofreciendo en casos en que se requiera (y que se den los requisitos mínimos necesarios) estudios lumínicos o financiación. Es por ello que una sólida red comercial que abarque el territorio nacional en su mayoría combinado con centros decisores y logísticos situados a lo largo de la Península conforman el canal de distribución acorde con nuestra visión.

P.: Para el desarrollo de los productos LED, ¿Qué importancia le da Nationstar al departamento de I+D+i?

R.: En términos de inversión en I+D+i (pilar fundamental en la política y estrategia a largo plazo de Nationstar-Ledstar) cabe resaltar las nuevas instalaciones que serán inauguradas a finales de este año en el Área de Alta Tecnología de Foshan, y que constarán de 40.000 m² de superficie de los que un 20% serán dedicados en exclusiva a dicho fin. Esto nos da una idea



de dos factores: uno, que el nivel de inversión en I+D+i representa un alto porcentaje dentro de las partidas en marketing y más en concreto en producto; en segundo lugar, muestra el nivel de compromiso con la calidad de nuestros productos. Un producto que no cumpla los requerimientos técnicos y de vida útil está avocado a la extinción a largo plazo, es por ello que Nationstar no solo invierte en control de calidad sino que se adelanta a las nuevas tendencias de mercado, desarrollando el futuro de la iluminación LED en todo su espectro, desde el diodo a la luminaria final.

P.: ¿Cuáles son las últimas innovaciones en sus productos?

R.: Dado que la innovación es uno de los principales pilares en los que la compañía se sustenta, la evolución es necesariamente constante. El desarrollo de nuevos diodos, materiales nuevos y nuevos sistemas de disipación de calor ocurre prácticamente a diario. En términos de luminarias finales, les adelantaré alguno de nuestros nuevos productos. En dicho caso lanzamos una nueva gama de GU10 en dos versiones distintas, una con un con-

sumo de 5 W y 4 diodos y otra de un solo diodo con 6W de potencia lumínica. Se lanza también la nueva gama de tubos T8 con eficiencias lumínicas mejoradas. Otra de las novedades a remarcar es la nueva AR111 (aún no lanzada), que se empezará a comercializar en el tercer trimestre del presente año. Asimismo, se están ultimando los retoques finales para la iluminación vial, con un diseño más atractivo y un rendimiento más ajustado a los requerimientos legales vigentes.

P.: ¿Con qué certificaciones cuentan sus productos?

R.: La ventaja de ser fabricantes a nivel mundial, es que en términos de certificaciones no solo nos adaptamos a la norma Europa-España, sino que además ofrecemos certificados para mercados más exigentes, como el alemán o estadounidense. Entre todos, vemos sellos de tanta reputación como son RøHs, TÜV, CE, CCC, CQC o UL.

P.: En definitiva, ¿qué aporta al mercado nacional la combinación de la experiencia de la tecnología LED de la compañía china multinacional con el conocimiento del mercado interno de ustedes?

R.: La simbiosis resultante de la evolución técnica del producto y el conocimiento del funcionamiento del mercado español nos permite introducir productos innovadores, de calidad y a precios competitivos; o dicho en otras palabras: productos de calidad adecuados a nuestras necesidades y precio competitivo. ■