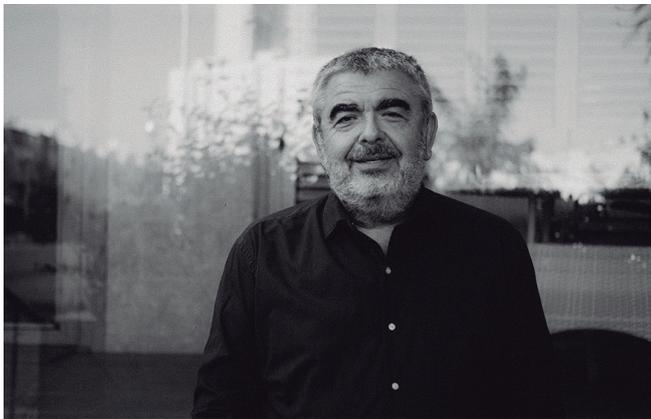


POALGI: “estamos creciendo exponencialmente a nivel internacional”



Poalgi nació el año 1989 en la localidad valenciana de Alginet. Actualmente, este fabricante de fregaderos tiene sus instalaciones en Carlet (Valencia), donde disponen de unos 7.000 metros cuadrados de superficie. La empresa da trabajo a 51 personas y factura alrededor de 6 millones de euros anuales, con ventas tanto a nivel nacional como en el extranjero. Nos ofrece más detalles su principal responsable, Ángel Mínguez (en la imagen superior).

■ **Describa su principal producto para el sector cocina. Indique las ventajas que aporta y explique sus principales diferencias con respecto a los productos similares de la competencia.**

Poalgi es una empresa dedicada a la fabricación de fregaderos de cocina sintéticos, con una amplia gama de diseños y medidas que se adaptan a todo tipo de cocinas. Además, contamos con un sistema de tratamiento del color que nos hace ser capaces de poder personalizar el tono del producto acorde con las necesidades de nuestros clientes.

■ **¿Cómo podríamos definir su producto/soluciones en cuanto a posicionamiento de mercado, concepto, materiales y diseño?.**

Poalgi tiene productos que se adaptan a todo tipo de perfiles, puesto que todo el mundo necesita un fregadero en casa. En nuestro catálogo,

POALGI ES UNA EMPRESA FAMILIAR QUE, TRAS MÁS DE 30 AÑOS DE RECORRIDO, BUSCA HACERSE UN HUECO A NIVEL INTERNACIONAL CON SUS FREGADEROS. ESTA FIRMA VALENCIANA ESPERA CERRAR EL PRESENTE EJERCICIO Y EL PRÓXIMO, CON CRECIMIENTOS DEL 10%.

disponemos de una amplia gama de productos en cuanto a medidas, diseños, tipo de colocación y materiales que definen nuestra versatilidad

■ **¿Cuál/es ha/n sido sus últimos lanzamientos (explíquelos brevemente) y qué respuesta están recibiendo por parte del mercado?**

Durante el último año hemos lanzado nuestro nuevo material Hekla, un material en masa compuesto por un 80% de granito y un 20% de resinas que lo hacen más resistente a los factores externos como el calor y el rallado.

■ **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?**

Somos capaces de servir nuestros pedidos entre 3 y 5 días. En cuanto a la garantía de nuestros productos, es de cinco años.





■ **¿En qué canales tiene más presencia (construcción, retail, bricolaje...)? ¿En cuántos puntos de venta a nivel nacional tienen presencia? ¿Cuentan con tiendas propias?**

El canal de comercio DIY (Leroy Merlin, Bauhaus...) representa un 30% y el canal tradicional, el 70%. De este, el 30% son tiendas de saneamiento/fontanería y el 40%, tiendas especialistas de cocinas. En total, durante los últimos tres años, contamos con una cartera viva de alrededor de 3.000 clientes. Si bien no contamos con tiendas físicas, en el último año hemos lanzado nuestra propia tienda online.

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

Estamos creciendo exponencialmente en el ámbito internacional, por lo que nuestros esfuerzos estarán destinados a entrar en nuevos mercados internacionales.

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

Al ser los fregaderos un complemento más en el diseño de la cocina, buscamos que nuestros diseños sean atemporales y que puedan convivir y complementar aquellos elementos, como el mobiliario o las encimeras, que marcarán la personalidad de cada cocina.

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

En 2020, debido a la pandemia, decrecimos un 8% y durante el primer trimestre de 2021 hemos crecido un 25%, por lo que durante este año y el próximo esperamos crecer en cada uno un 10%.

■ **¿Por qué han decidido asociarse a AMC y qué esperan de la asociación? ¿Qué creen que pueden aportar ustedes a AMC?**

Formamos parte de AMC para aunar fuerzas en el sector y poder promover las empresas nacionales de nuestro sector. Podemos aportar la visión familiar y detallista que tiene nuestra empresa.

■ **¿Cómo valoran la pasada y la futura edición de Espacio Cocina-SI-CI? ¿Qué les parece el cambio de fechas a septiembre en 2022 y junto con Hábitat?**

Se aprecia una mejora progresiva de una edición a otra, tanto por las visitas, como por las empresas expositoras e incluso la organización. Para nosotros es un acierto realizar Espacio Cocina junto con Hábitat, puesto que cada vez más se proyectan cocinas abiertas o integradas en el salón y su diseño ha ganado mucho valor en los últimos años.

www.poalgi.es

