

MAGAMA: “estamos inmersos en la presentación de una nueva gama para 2023 ”

CON UN CRECIMIENTO SOSTENIBLE, MAGAMA ESPERA REPETIR EN 2023 EL ÉXITO ALCANZADO EL PASADO EJERCICIO, CUANDO LOGRÓ SUPERAR LOS DIEZ MILLONES DE EUROS DE FACTURACIÓN.



El fabricante de mobiliario de cocina Magama, S.L. nació en Valencia en 1975, dedicado en un principio a la distribución de mobiliario de cocina. La búsqueda de la excelencia en el producto que ofrecía fue lo que le llevó a dar el salto a la actividad productiva. De manera que, en la actualidad, cuenta con más de 20.000 metros cuadrados distribuidos en varias plantas para la fabricación y el almacenamiento de producto, que también son reflejo de su apuesta por el servicio.

En 2022, la facturación de Magama superó los 10 millones de euros, con una rentabilidad que ha sido especialmente elevada en los últimos años. Asimismo, la firma cuenta con un amplio equipo técnico comercial para el desarrollo de proyectos, con herramientas de proyección de cocina a cocina al servicio del cliente.

Concretamente, a cierre del pasado ejercicio, la empresa contaba con unos 80 trabajadores.

La oferta de producto de Magama es tan grande que le permite poder hacer frente a una amplia horquilla de gustos y necesidades, adaptándose de este modo a cualquier posibilidad económica del cliente en cada proyecto.

En su cerca de medio siglo de historia, Magama ha experimentado un crecimiento sostenible en todo momento para la empresa. Una evolución que se ha llevado a cabo sin perder la confianza del cliente, sobre la que se sustenta una de las bases principales de su negocio.



■ **Describa su principal producto para el sector cocina.**

Nuestra dilatada experiencia y nuestro gen comercial nos permiten ofrecer una gama de producto, seleccionando las mejores soluciones del mercado para nuestros clientes, además de la versatilidad en cada proyecto. De esta manera nos adaptamos a la necesidad del cliente. A ello hay que añadir nuestras herramientas de proyección en el desarrollo de cada proyecto, asesorado y revisado por nuestros profesionales del departamento técnico. Ello nos asegura el éxito para con el cliente.

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

En estos momentos estamos inmersos en la presentación de una nueva gama para el 2023, en la que incluimos nuevos modelajes de puertas, nuevos accesorios, etc ... Todo ello, para mejorar la gama y facilitar la vida al cliente final.

■ **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?**

Mantenemos un servicio óptimo desde la confirmación del pedido, durante todo el año, regular y firme. Con un sistema de fabricación implantado y revisado frecuentemente por una empresa de ingeniería. Además, ofrecemos un servicio postventa de cara al cliente, que funciona en paralelo al sistema de producción.

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

Somos cuidadosos a la hora de no perder nuestra personalidad y crecer siempre de una forma equilibrada y sostenible. Para ello, controlamos la capacidad de producción, sabiendo lo que somos capaces

de fabricar y a lo que podemos aspirar. De esta manera, buscamos cumplir con los plazos que nuestros clientes esperan de nosotros. Disponemos de una fábrica versátil y, por supuesto, anualmente se refuerza con las necesidades que tiene nuestra planta industrial.

■ **¿En qué canales están presentes? ¿En cuántos puntos de venta a nivel nacional tienen presencia? ¿Cuentan con tiendas propias?**

Nuestro ámbito comercial es nacional. Tenemos una red de comerciales y mantenemos una red de distribuidores en la que ellos manejan nuestro producto. También estamos bastante integrados en la promoción de viviendas y, además, sumamos también cada vez más, distribuidores a nivel internacional.

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

En el área de fabricación contamos con un departamento de I+D que investiga y se actualiza permanentemente en materia de últimas técnicas en optimización de materiales. También está al corriente de todas las novedades en cuanto a materiales respetuosos con el medio ambiente. En este sentido, incorporamos criterios de sostenibilidad en la gestión, dirección y producción. Igualmente, para conocer las tendencias más actuales en diseño, asistimos a diversos eventos y ferias, como Espacio Cocina-SICI y Cevisama, Maderalia, o Casa Decor, entre otras.

También realizamos innovación propia. La escucha activa tanto a nuestro cliente profesional, como a su cliente (el usuario final). Sus necesidades, sugerencias e incluso quejas, son una valiosa fuente de información para innovar y crear proyectos de cocinas cada vez mejores.

■ **¿Cómo les fue 2022 y qué previsiones tienen de cara a 2023?**

Hemos cerrado 2022 con gran ilusión, a pesar de los pronósticos. Con una facturación superior a los 10 millones de euros, un rendimiento más que positivo. El 2023 lo vemos como una prolongación del 2022. Llevamos la misma dinámica y esperamos por lo menos igualar este buen año.

■ **¿Por qué han decidido asociarse a AMC y qué esperan de la asociación?**

AMC nos aporta luz en muchas cuestiones de nuestro negocio. Estamos seguros que nos enriquece a nivel profesional y presencial en el mercado, con las sinergias de los componentes. Así, agradecemos el apoyo que nos ofrece.