

El fabricante cordobés de puertas de cocina se encuentra inmerso en una etapa de cambio generacional

# Maderas Puyma: “la cercanía en el trato con nuestro cliente es fundamental”



Rosa María Venteo.

Los orígenes de Maderas Puyma, S.L. se remontan a 1995, cuando se creó la empresa Puyma que, sólo tres años después, coincidiendo con su primera ampliación de instalaciones y maquinaria, adoptó su actual denominación. Maderas Puyma cuenta con unas instalaciones de más de 4.000 metros cuadrados en el polígono Dehesa del Cebrián, en la localidad de Villafranca de Córdoba, a unos 20 kilómetros de la capital cordobesa.

La firma cuenta con 26 trabajadores y su facturación anual ronda los dos millones de euros. Además de en España, la empresa comercializa sus productos en Portugal, Marruecos, Francia y EE.UU. Nos cuenta más detalles su gerente, Rosa María Venteo.

- **Describe su principal producto para el sector cocina.**

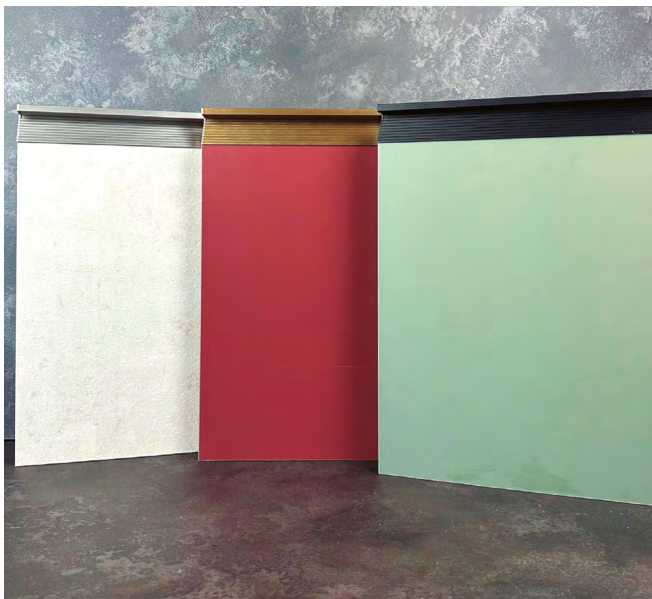
Nuestra producción está centrada en la fabricación de puertas para muebles de cocina y, aunque nuestra empresa nació como fábrica de puertas de madera, la evolución del mercado nos hizo incorporar y especializarnos en puertas de cocina en todos los materiales que existen en el mercado. Así, disponemos de línea de corte y canteado y utilizamos los mejores materiales y proveedores de materias primas disponibles. Una de las señas de identidad de nuestra marca y que nos ha ido diferenciando en el mercado es la atención y cercanía con nuestro cliente, siendo la pieza clave de nuestra empresa.

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

En marzo de 2024, acabamos de lanzar la colección Atlántico. Se trata de una serie que se incorpora a las referencias que ya teníamos en la cartera de productos y que nos ayudan a llegar al mercado de las nuevas generaciones que actualmente están demandando nuestro producto. Por eso, con ella hemos querido reflejar el aire fresco y juvenil, más encaminado a las tendencias que podemos ver en el mercado y que está más acorde con los gustos de los nuevos tipos de usuarios más jóvenes.

- **Enumere los servicios añadidos o relacionados con sus productos que ofrecen.**

Como ya he comentado, nuestra seña de identidad es la cercanía en el trato con el cliente y nuestro motor, mejorar cada día en servicio, cumpliendo con las expectativas y necesidades de quienes confían en nosotros.



Dependiendo del producto, contamos con plazos de entrega variables, pero, por lo general, establecemos un tiempo determinado de 15 días para piezas de corte y canteo. Para madera y MDF Lacado, la entrega está entre 25 y 30 días.

• **¿En qué canales tienen más presencia?**

Nuestra empresa está orientada a fabricantes y tiendas de muebles, y a establecimientos de bricolaje. Vendemos a nivel nacional en numerosos puntos de venta de todas las provincias que sería complicado enumerar, pero podemos decir que contamos con una amplia cartera de clientes que se dedican a la fabricación de muebles de cocina, así como tiendas. Estos serían nuestros dos canales más destacados.

• **¿Cuál es su política de expansión a corto y medio plazo?**

Nos encontramos en una etapa de cambios a nivel generacional y uno de nuestros objetivos es consolidar nuestra presencia en algunos territorios a nivel nacional. En cuanto al negocio internacional, acabamos de comenzar relaciones comerciales con EE.UU. y nos gustaría afianzar canales de venta de este tipo, de cara al futuro de la empresa.

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

La empresa cuenta con grandes profesionales que siguen las tendencias que está demandando el mercado pero, principalmente, trabajamos con datos internos que analizamos y nos permiten ir viendo por dónde va el mercado y segmentar las métricas que nos aportan.

Cabe decir que es algo innato en mí y a lo que dedico bastante tiempo. Me gusta estar al día en el diseño, la moda, música y arte y esto me sirve de inspiración a la hora de decidir y elegir las nuevas colecciones. Por supuesto, siempre de la mano del equipo de profesionales que tenemos en Maderas Puyma, que cuentan con una amplia experiencia en el sector.

• **¿Cómo cerraron el ejercicio 2023? y ¿qué previsiones tienen de cara a 2024?**

Las ventas en 2023 han seguido un ritmo creciente con respecto a los años anteriores. Nos encontramos en un momento de muchos cambios en la empresa. Hemos realizado también distintas inversiones que nos están permitiendo seguir siendo referentes en el mercado y poder estar a la vanguardia.

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

Tras el relevo generacional que estamos realizando, fue una de las primeras decisiones que tomé como gerente. Tengo confianza plena en que el asociacionismo nos ayuda a avanzar y a crear sinergias entre los diferentes miembros de AMC. Además, actualmente, el networking nos da la oportunidad de llegar a distintos acuerdos para el futuro de nuestro sector.

En Maderas Puyma, podemos aportar la experiencia de años de trabajo: el próximo año nuestra empresa cumple 30 años, que avalan la gestión por parte de los fundadores, como el trabajo que la siguiente generación venimos realizando para asegurar el futuro de la misma. Esa conjunción de experiencia y juventud es la clave para la continuidad del sector.

<https://puertaspuyma.es>

