

EN TIEMPOS DE GLOBALIZACIÓN Y MÁXIMA COMPETITIVIDAD, LA APUESTA POR LA INVESTIGACIÓN Y EL VALOR AÑADIDO DE PUNTI BLOND REPRESENTA UN MODELO CONSTRUCTIVO CON VISIÓN DE FUTURO. ECHANDO LA VISTA ATRÁS, SU DIRECTOR GENERAL ATRIBUYE A LA DEDICACIÓN Y LA PROFESIONALIDAD DEL EQUIPO HUMANO LA POSICIÓN QUE PUNTI BLOND OCUPA HOY EN EL MERCADO.

## Juan Manuel Aloy

*Director General de Puntiblond*

*“La permanencia en el nuevo marco socioeconómico sólo es posible con una importante inversión en I+D+i y con el desarrollo de productos con un elevado valor añadido”*



Texto Agnès Felis

Puntiblond nació en Barcelona en 1947 y se dedicó a producir blondas, tules y puntillas durante 20 años. A finales de los 60 fue pionera en la fabricación de tejido elástico y hoy, tras superar una suspensión de pagos en 1973 gracias a la intervención de Juan Manuel Aloy Font, la política de diversificación es ejemplo y modelo para otras empresas del sector. El entusiasmo, la dedicación y la profesionalidad de Juan Manuel Aloy han marcado la trayectoria de una compañía que desde 1997 es responsable de todas y cada una de las fases del proceso productivo: Puntiblond controla desde la recepción del hilo hasta el acabado del tejido.

¿Qué momento atraviesa Puntiblond actualmente?  
¿Cuáles son los retos de la empresa a corto, largo y medio plazo?

Los productos de Puntiblond se están comercializando en todo el territorio nacional y en muchos países de los cinco continentes. La intensificación de nuestra exportación es precisamente uno de los retos inmediatos, para el cual estamos trabajando muy intensamente.

Puntiblond es una empresa pionera e innovadora que invierte, investiga y trabaja continuamente en nuevos desarrollos. Ocupamos un lugar destacado en el sector de los tejidos más tradicionales y creamos tejidos y productos de vanguardia, incluso en ámbitos distintos al de la corsetería. Nuestro reto pasa por desarrollar productos con valor añadido —como los Colibrí para corsetería— y por la diversificación, apostando también por sectores como el de los artículos técnicos y el de los productos de alta tecnología.

La entrada de China en la OMC ha redibujado por completo el panorama del textil en todo el mundo.



¿Cree que el proceso se podría haber llevado a cabo de una forma menos traumática?

El proceso y su evolución hubiese sido y sería menos traumático y nocivo si se cumpliesen las normativas en todos y cada uno de los países miembro.

¿Cómo valora la reacción de las empresas españolas ante los cambios derivados del nuevo escenario internacional? ¿Se irá normalizando, o veremos aún muchos cierres de fábricas textiles?

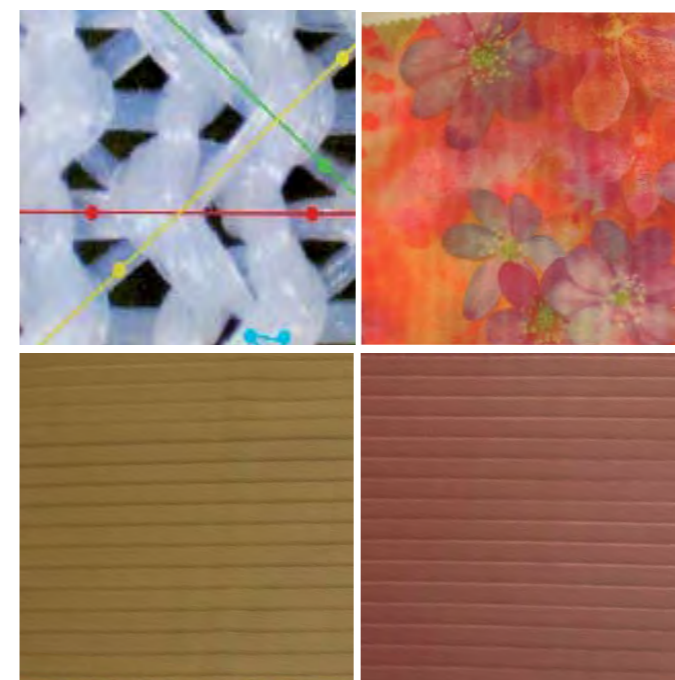
Es evidente que la reacción de las empresas ha sido muy diferente, siendo ésta positiva sólo para las firmas que han sabido amoldarse a la nueva situación del mercado. El éxito de permanencia en este nuevo marco socioeconómico sólo es posible con una importante

inversión en I+D+i y con el desarrollo de productos con un elevado valor añadido.

En un balance de la última década en el sector de la fabricación, ¿qué cambios y puntos de inflexión destacaría? ¿Ha habido innovaciones importantes?

Estos últimos años han estado indudablemente marcados por muchos e importantes cambios, entre los cuales destacaría la liberalización de mercados con la apertura de fronteras y la supresión de aranceles. Estos cambios han dado lugar a innovaciones importantes tanto en el aspecto comercial como tecnológico.

Factores como el ahorro energético o la protección del medio ambiente han pasado a tener una gran relevancia en el proceso productivo. Puntiblond ha recibido la



*“El poder lo ha tomado el distribuidor de la gran superficie, imponiendo sus normativas a los proveedores y marcando el precio de venta”*

certificación Öko Tex y su actividad industrial cumple con todos los requisitos medioambientales vigentes. Nuestra firma realiza gran parte de los procesos de lavado de los tejidos en seco, hemos adquirido una depuradora de última generación y nuestras instalaciones están equipadas con la tecnología adecuada para evitar la salida de gases contaminantes.



**tradicionales de corsetería, ¿son iguales que las que mantiene con las marcas de moda que también producen ropa interior? ¿Tienen demandas distintas?**

Tanto las demandas como las relaciones son básicamente las mismas o muy similares. Nuestros clientes piden calidad, tejidos innovadores y buen servicio. Nuestra meta como proveedores es dar una respuesta satisfactoria a esta demanda.

**Las relaciones entre las distintas fases del proceso de un producto, ¿están condicionadas por prioridades distintas? ¿Cómo se conjugan?**

Todo el proceso tiene un único fin, que es el de crear y comercializar un producto de gran calidad. Puntiblond ha sabido entender que todas las fases del proceso son importantes y que el éxito de un producto es el resultado de una buena colaboración entre todos los participantes en su desarrollo.

**¿Está de acuerdo en que el poder se ha ido transfiriendo hacia la distribución, debido a que la última palabra la tiene el consumo y la presión de los precios a la baja ha restado poder a las empresas, las marcas y los medios de comunicación?**

Estoy totalmente convencido de que el consumidor paga el precio que se le pide y de que el poder lo ha tomado el distribuidor de la gran superficie, imponiendo sus normativas a los proveedores y marcando el precio de venta.

**Las relaciones de Puntiblond con los fabricantes**

**La importancia de la I+D+i y la necesidad de invertir en tecnología para ser competitivos es un argumento recurrente, pero ¿cómo se canaliza y rentabiliza esa inversión? ¿Cómo valora el papel de los centros tecnológicos especializados?**

Los centros tecnológicos, al ser conscientes de lo que significa el producto para el consumidor, cumplen un papel muy positivo tanto para los productores como para el propio consumidor. Estamentos como el CDTI y el CIDEM están potenciando y respaldando a las empresas productoras en sus proyectos de I+D+i, y una de sus apuestas es precisamente Puntiblond, que actualmente invierte más de un 2,5% de su facturación en proyectos de I+D+i.

Nuestra apuesta por la diversificación hace que estemos invirtiendo muchos medios en varios productos innovadores: tejidos elásticos antideslizantes (segunda piel), tejidos con cierre rígido, un tejido termo-sensible con filamentos de plata, tejidos con micro cápsulas (de Aloe Vera o insecticidas, por ejemplo), tejidos de microfibra para la limpieza, etc.

