

# PRESENTACION OFICIAL DE LAS VIVIENDAS DE CALIFORNIA VILLAGE

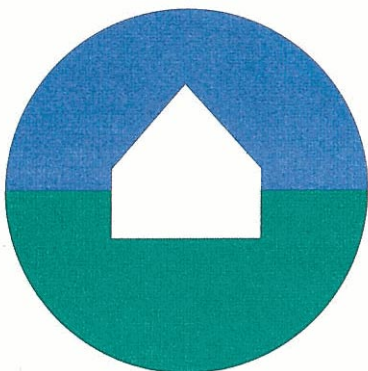
La **American Plywood Association (APA)** está realizando una **operación de marketing de alto nivel** para introducir sus productos a través de las viviendas de madera de estilo americano. Después de 5 años desde que se iniciaron los primeros contactos es ya casi realidad la primera ejecución en la urbanización California Village, cerca de Madrid.

La noticia ya la adelantábamos en **nuestro boletín 153** dedicado a EEUU, donde se presentaban algunas **fotografías** de la fase de construcción durante el verano pasado.

**AITIM**, a través de su **Departamento de Estructuras**, ha supervisado los cálculos y la ejecución de todo lo referente a la estructura de las casas, con **continuas visitas a obra**. Al acto de presentación en sociedad de las viviendas, que tuvo lugar el pasado 13 de noviembre **asistió** la plana mayor de los **arquitectos**, técnicos de la Administración, Asociaciones y **profesionales de inmobiliarias y constructoras** que se mueven en el mundo de la madera.

La presentación, que estuvo magníficamente **organizada** contó con la presencia de representantes de **un nivel más alto**: John Galloway y David **Rogoway**, presidente y vicepresidente de la APA, Amos **Winter** de WPH, constructor de las **casas** (véase Bol. 153, pág. 48), **Gonzalo Ramírez Gallardo**, máxima autoridad del MOPT en los temas de normalización y **conocido** amante de la construcción en **madera**, Miguel Jordán Reyes, Gerente de la **Caracola** filial de Dragados y Construcciones **constructora** que ha **llevado a cabo** el proyecto y Fernando Cámara, gerente de **GEINSUCA**, la promotora que ha hecho posible la cooperativa de **California Village**.

El acto fue un **auténtico lobby**, este tipo de viviendas y cuyo resultado más significativo son unos precios **casi equivalentes** a la construcción tradicional. un nivel de acabados



31

excelente y una imagen tecnológica y **apariencial** típicamente americana. De hecho **las primeras familias** que han constituido la cooperativa han tenido contacto previo **con ellas en EEUU** al tratarse en su mayoría de militares.

El grupo APA, WPH, **Caracola** y GEINSUCA, aparecen como un grupo solidario en esta promoción **en defensa** cada uno de sus intereses y con un resultado bastante aceptable. De hecho informaron de nuevas actuaciones en la **geografía** nacional.

Paramuchos, la visita a la obra, ha sido **el primer contacto** con la vivienda típica americana y **se oían** opiniones variadas.

Obviando apreciaciones puntuales en cuanto a precio, **mantenimiento; materiales y equipamiento**, el **tema de fondo**, a nuestro entender, sigue distinto al hispano y al europeo en general. **Se trata de factores** psicológicos. No es **fácil** trasplantar un modelo de vivienda de una cultura determinada a otra si antes no cambian los esquemas mentales de los usuarios.

Los imperativos del marketing pa-



recede que obligan a una presentación entusiasta del propio producto y a veces se olvidan las tablas comparativas con los otros materiales en las que habrá lógicamente ventajas y desventajas. Su conocimiento exacto de la elección y de la más creíble para el producto presentado. Desde AITIM siempre se han potenciado y se potenciarán los nuevos usos de la madera, pero también enmarcando de sus posibilidades. A grandes rasgos las ventajas e inconvenientes de la vivienda tradicional americana podrían ser los siguientes:

- 1) Rapidez de construcción: pueden ser de 3 a 6 veces más rápidas que las convencionales, (incluyendo los pasos previos de terrenos, escrituras, urbanización, etc).
- 2) Flexibilidad del diseño: adaptación de algún modelo básico a variantes pedidas por el cliente. incluye equipamientos de cocinay baños. Son casas bastante estandarizadas.
- 3) Sistema de aire acondicionado y buen aislamiento térmico.
- 4) Coste ligeramente menor que a vivienda tradicional, que puede ser disminuido incluso si se eliminan importaciones de algunos componentes. ya que aciaumente (salvo mnducciones eléctricas y saneamiento) se importa todo. Este coste ya incluye el transporte. Entre los factores indiferentes (pueden

ser favorables o desfavorables según el cliente) se pueden citar los acabados de apariencia más tecnológica: aparatos sanitarios de fibra de vidrio, puertas de paramentos de fibras mixtas moldeadas acacias, ventanas de aluminio anodizado en blanco de doble acristalamiento, moquetas gruesas de alta resistencia, grifería y herrajes sintéticos a los habitantes.

Queda por último la valoración de las condiciones psicosociales de la vivienda porque aquí cambia el concepto de vivienda derivado hacia la american way of life.

En efecto, si nos remontamos al concepto más amplio que se tiene en España y en Europa de vivienda se advierten las diferencias.

Los patrones culturales europeos parten de su propia historia. Desde la Edad Media hasta a modernidad la vivienda es una peculiar relación entre el exterior y el interior: el muro. La vivienda protege a propia independencia pero no sólo climáticamente o contra agresiones, también psicológicamente.

En EEUU (y en Japón por ejemplo) la vivienda es algo mucho más abierto: los arneses no están vallados. hay una mayor permeabilidad y menor interés en la privacidad. Menor temor a la agresión externa, no sólo la física. El modelo europeo es mucho más cerrado y exige solidez de los muros y mayor aisla-

miento, que sólo se abre ante lo conocido. Representa básicamente a su poseedor y debe durar toda la vida. Era este un comentario generalizado al visitar California Village. En la casa americana todo es liviano, ligero, da sensación de provisionalidad y de vulnerabilidad. Los datos técnicos ofrecen suficiente garantía contra las agresiones ambientales o físicas, sin embargo los otros aspectos están debajo e influyen. Cualquier intento serio de introducir este nuevo modelo debe pasar por ese cambio de mentalidad en el usuario, cosa que no parece imposible dada la tremenda influencia de la cultura americana en todo el mundo a través de la moda, el deporte y la comida. Creemos que se toca aquí la fibra mucho más íntima y que se ha de valorar en su justa medida si se quiere tener éxito.

El Director Gerente de Edificaciones Modulares Caracola Y Dragados y Construcciones, Miguel Jordán Reyes, señala: "al principio, nos hemos encontrado con algunos problemas en el Proceso de edificación de California Village, porque nuestro periodo de aprendizaje técnico ha sido más largo de lo previsto. "Los paneles son ligeros de peso y fáciles de montar. Además, es muy sencillo para el equipo de la obra modificar la disposición de los paneles de madera in situ si es necesario", indica Jordán.

La urbanización, está localizada en cuatro hectáreas, situadas en Villanueva de la Cañada, a 32 km al S.O. de Madrid y va a constar de 58 viviendas unifamiliares con una superficie, cada una de ellas, entre 150 y 325 m<sup>2</sup>, además de un centro de recreo y reuniones y una piscina.

Amos Winter es la sociedad encargada de exportar y suministrarlos paneles, cuya manufactura realiza Winter Panel Corporation (Vermont), así como los componentes necesarios para la construcción de las viviendas. Un equipo técnico de Amos Winter Home se ha desplazado a nuestro país para colaborar en el desarrollo del proyecto California Village. A su vez, y con el fin de conocer la técnica de construcción con paneles de madera, una representación de Dragados y Construcciones viajó a Vermont, para seguir "in situ" la fabricación de los paneles.

## CAUFORNY VILLAGE HOJA DE DATOS

Coordinación del proyecto:  
American Plywood Association  
(Asociación Norteamericana de la Madera Contrachapada)

Financiación del desarrollo del proyecto: Departamento de Agricultura