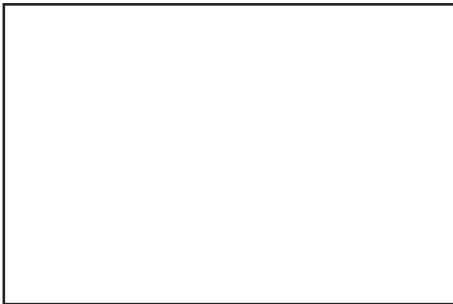


Villacañas pone puertas al campo

EVA MARTÍN OREJUDO
INGENIERO DE MONTES



Instalaciones de Proma

El escenario

Hasta mediados de los años sesenta las puertas se fabricaban en las carpinterías en base a **madera maciza**. A partir de esa fecha se inició la fabricación de la **puerta plana** con las caras formadas por tableros contrachapados. Con posterioridad se inició la fabricación de la **puerta plafonada**, formada por un bastidor en el que se situaban, normalmente, dos plafones. Desde principios de los 90 la aparición de la **unidad de hueco** está cambiando la forma de trabajar y de instalar.

La evolución del sector va estrechamente unida al de la construcción y a la economía general, ya que una cuota muy importante de la producción va a reposición. En efecto, la sustitución de las puertas de viviendas en uso decrece de forma muy acusada en los periodos de crisis económica.

La buena evolución de la demanda de los años 80 llevó a un exceso de oferta, que unido a la retracción del consumo originó ajustes en el sector que aún no se han completado.

El 80% de las puertas que se fabrican en España las realizan aproximadamente 30 instalaciones.

El número de carpinterías que producen puertas con maquinaria específica y que podríamos catalogar como carpinterías industrializadas es de 225. Un 65% de ellas están ubicadas en tres comunida-

des autónomas:

- Castilla la Mancha (55,5%)
- Castilla-León (15,5%)
- Comunidad Valenciana (8,9%)

La producción en 1994 (últimos datos consolidados) fue de unos 7,3 millones de hojas de puertas, de los que aproximadamente el 30% corresponden a puertas planas y el 70% restante a puertas carpinteras en relieve. El valor de la producción fue de 48.100 millones de pesetas.

Empresas

Estas fábricas presentan un grado de industrialización alto debido al desarrollo normativo que tiene el producto. Aproximadamente en el 25% se han introducido máquinas con control numérico y las líneas de fabricación están totalmente informatizadas. Estas nuevas tecnologías están redefiniendo las necesidades de personal y los conocimientos que deben tener los propios operarios de estas líneas de fabricación. El número de puestos de trabajo de estas industrias es de 5.000.

Comercio Exterior

España es uno de los mayores productores de puertas a nivel europeo, lo que se refleja en un comercio exterior tradicionalmente favorable. En el 1.994 la exportación fue 3,5 veces superior a la importación en valor y 2,3 veces superior en peso.

Dentro de los productos de la carpintería es el que con mucho tiene un comercio exterior más saneado pero el valor de las exportaciones todavía no llega al 10% del valor de la producción, muy probablemente porque el coste del transporte le afecta mucho. La relación precio/peso no es buena.

Consumo

El consumo en pesetas constantes ha crecido de una forma muy importante, prácticamente se ha duplicado a lo lar-

go del período considerado. Este aumento se explica principalmente por el aumento de las reposiciones y por el cambio de los gustos del mercado que ha variado de la puerta plana hacia la puerta plafonada, que tiene un mayor precio. Este cambio se hizo más patente a partir del año 1988.

(del libro 'La industria de la madera en cifras'. AITIM. 1997)

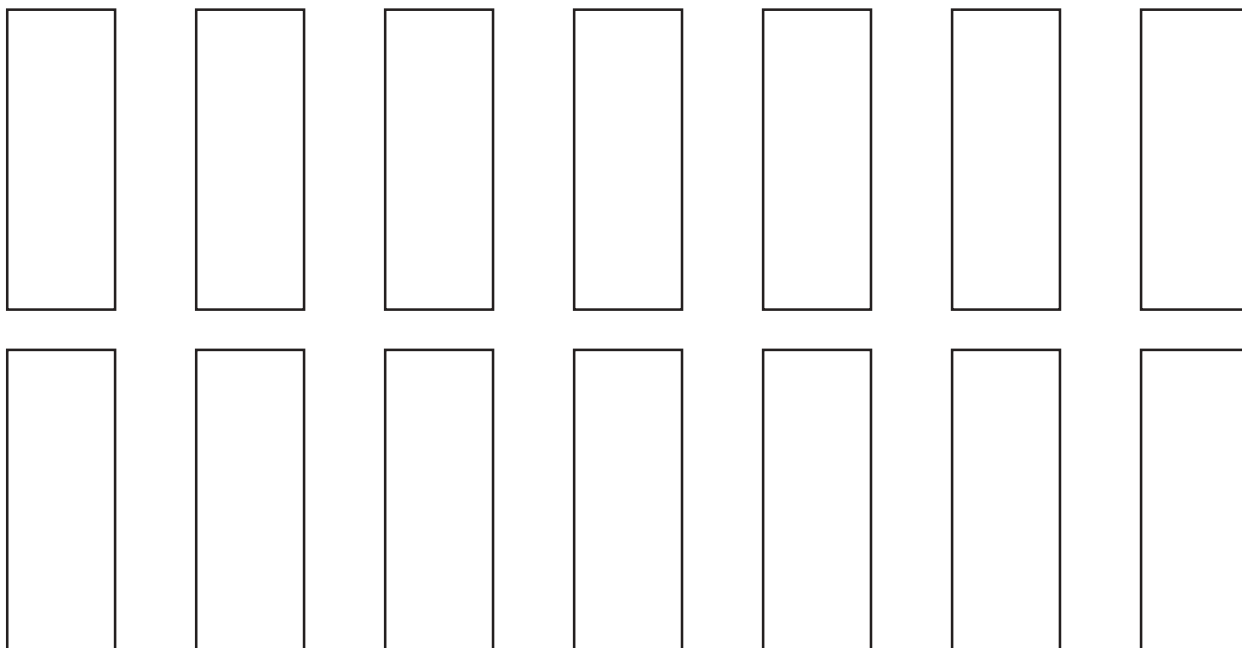
En este panorama Villacañas ocupa un lugar de privilegio cuya historia se remonta a los tiempos de una gran empresa que se llamaba Puertas Cuesta, de la que empezaron a desgajarse para formar nuevas empresas. Primero Guillén, luego el grupo Mavisa y Dintel, hoy desaparecidas. Villacañas ha sufrido fuertes convulsiones de todo tipo pero vive ahora un momento de bonanza. Las empresas parece que han hecho las paces entre sí y se está mejorando en la rentabilidad del producto.

Estilísticamente fabrican un producto muy homogéneo, equivalente a lo que sería el estilo inglés en muebles. Una puerta clásica que presenta muy pocas variaciones entre fábricas y en los propios catálogos y que ha dado lugar a una cierta denominación de origen. Cuando se dice 'puerta de Villacañas' todo el mundo entiende de qué se está hablando.

De las que han aguantado los malos tiempos y han salido fortalecidas ofrecemos este pequeño reportaje.

Instalaciones de Proma





DERMACO

La empresa

Empezar a abrirse paso en un mundo tan competitivo como es el del sector de la puerta en España no es fácil y eso es exactamente lo que está logrando hacer Puertas Dermaco, S.L. después de unos años difíciles tras la reestructuración de Puertas Derma.

La nueva empresa es muy joven, cuenta con apenas 2 años de vida, comenzando su nueva andadura en octubre de 1994 y desde entonces ya da trabajo a 180 personas.

Son conscientes de ser la empresa más joven en Villacañas, pero no dudan al afirmar que ya están entre los cinco primeros del mercado de las puertas. Fabrican entre 26.000 y 30.000 unidades de puerta al mes (entre 6.000 y 8.000 puertas semanales) y su facturación anual es de 1.600 millones de pesetas.

Mercado

Dermaco distribuye sus productos por toda España pero para ellos las zonas más complicadas son Madrid y Galicia. En Madrid por la gran competencia existente que hace difícil la introducción de nuevos productos, sobre todo porque en este sector todos los clientes trabajan con los mismos fabricantes y esto dificulta encontrar clientes nuevos. Si además se pretende introducir un producto de calidad a través de almacenistas que a su vez garanticen niveles de calidad mínimas en la distribución y montaje, el trabajo se puede volver imposible. El caso de la distribución de puertas en Galicia es un

tema aparte debido la estructura del mercado allí existente; hay muchos fabricantes de puertas con pequeño volumen de producción, que atienden a un mercado muy cerrado, y en obra utiliza al carpintero autónomo para montar sus puertas. En el resto del territorio nacional están en proceso de consolidación y por eso observan el mercado exterior sin prisas, sabiendo que su producto es competitivo.

Siempre trabajan bajo pedido según catálogo y su principal cliente es el distribuidor y almacenista quien se encarga de darle el acabado y ponerle los herrajes. Su único contacto, de momento, con la obra es a través del carpintero montador.

En definitiva, el principal problema que se encuentran es el de la comercialización, debido a la saturada situación actual del mercado que lo hace muy competitivo y con márgenes de actuación muy pequeños. Por eso es tan importante la existencia de una gestión adecuada y atenta que logre abrir el camino y sepa consolidarlo. Miran al año 97 con una mezcla de ligera preocupación y esperanza.

La preocupación la protagoniza, como en otros muchos sectores, la prevista subida del dolar, lo cual para el abastecimiento de materia prima via importación, que fundamentalmente utiliza esta divisa, se traduce en una subida general de los costes de producción y transporte. Además la ampliación de capacidad en algunos fabricantes producirá más oferta en el mercado y aumento de la com-

petencia.

La parte positiva de esta coyuntura es que la mayoría de los fabricantes del sector, directos competidores de Dermaco tienen sus miras puestas en el mercado exterior, lo que previsiblemente aliviará la presión por la capacidad de producción instalada. Así mismo confían que tras las tensiones de los dos últimos años producidas por la reestructuración del sector venga una etapa de cierta calma.

A pesar de todo 'vuelven grupas' y planean para el próximo año una ampliación y reorganización de su línea de producción con la construcción de 6.700 m² adicionales destinados a la fabricación.

Catálogo

En su oferta incluyen 10 diseños de hojas de puertas carpinteras² de paso, ciegas y acristaladas. Cada modelo incluye las hojas de puerta de armario y maletero a juego.

También tienen 5 diseños de puertas de entrada y, como novedad unas puertas con plafones en madera de raíz. También fabrican puertas blindadas y puertas de medidas o diseños especiales, incluso en alguna ocasión han tenido que fabricar puertas para huecos de escalera por exigencias de un cliente (?).

Las puertas están constituidas por bastidor de tablero aglomerado con espigas de madera. Los plafones son también de tablero aglomerado y van cogidos con molduras de madera natural. Todo el conjunto va rechapado con distintas especies. Los cantos, que van ocultos, son

La empresa

Puertas Proma, S.A.L. se creó en 1989 y la primera puerta salió de fábrica en septiembre de 1990. En total, casi 7 años de continuo crecimiento, consolidación y apertura al exterior.

Comenzaron con 57 trabajadores pero en la actualidad han cuadruplicado de largo su plantilla, dando trabajo a 250 personas. Cuando empezaron a fabricar tenían una superficie de producción de 5.000 m² y ahora hay 15.000 m². Además actualmente se encuentran en proceso de ampliación de los almacenes y zona de laboratorios.

Preocupados por el medio ambiente y el ahorro energético participan en el proyecto de construcción de una central de cogeneración junto con otras empresas vecinas de Villacañas¹.

El año pasado fabricaron aproximadamente 300.000 unidades de puerta que supusieron unas ventas de alrededor de 2.400 millones de pesetas con un crecimiento en 5 años cercano a los 300 millones de pesetas. En el año 97 espera un crecimiento próximo al 30 % lo que supondría unas ventas de 3.000 millones de pesetas.

Para el director gerente de Proma, S.A.L. Manuel García Correa, todo esto obliga a pensar en una mayor fabricación de puertas cada año, y de hecho es así, aunque el ideal es vender puertas de mayor calidad antes de vender muchas, baratas y de calidad inferior. El precio medio por puerta de Proma es de 8.200 pesetas.

Catálogo

Proma fabrica una puerta carpintera² de alma llena y para ello utiliza tableros de partículas de varias densidades y algunos con características especiales, resistente al fuego e hidrófugo, que se utilizan dependiendo del uso de la puerta. El tableros de fibras, por su mayor cohesión, se utiliza donde el grosor de la puerta se reduce.

No trabajan la madera maciza ya que el proceso de fabricación es muy diferente y con mercado propio.

La fabricación abarca desde las puertas de entrada y de paso, ciegas o acristaladas hasta las puertas para armarios y maleteros, de tal forma que en su catálogo aparecen un total de 14 estilos diferentes, que se ofrecen en todo tipo de maderas además de 4 diseños especiales para puerta de entrada. Todo ello rechapado y listo para barnizar. Si los clientes piden la puerta barnizada, entonces la ofrecen barnizada, pero tie-

también de madera natural y se colocan machihembrados con el bastidor. Necesitan un tiempo de fabricación aproximado de 20 días y los plazos de entrega son de 30 días, donde se incluye la programación de los pedidos y el transporte. Su plazo medio de cobro es, como la mayoría, a 80 días, y no presentan incidencias a este respecto.

Piensan que sus puertas tienen precios competitivos, desde la más barata, que viene a costar aproximadamente 5.400 pesetas, hasta la más cara, que ronda las 50.000, en cuya fabricación se utilizan los mejores materiales y diseños.

Tendencias

Reconocen que en este tipo de fabricación es muy difícil innovar, ya que se trata de un producto industrial con cambios son lentos en general el mercado se mueve despacio.

Dentro de las tendencias de desarrollo actuales se plantean como objetivos:

- La demanda actual se centra en las maderas claras abandonando la tradicional puerta en maderas rojas que durante tantos años a sido la reina del mercado nacional.

- La arquitectura de la puerta la definen la tendencia hacia los plafones centrales en tableros de partículas (el que ellos utilizan) o de MDF moldeado.

-La madera seguirá siendo la principal materia prima en el mundo de las puertas. Al fin y al cabo es el material más ecológico: es renovable, reciclable y uno de los menos contaminantes; y la ecología ahora es la que manda. Además ahora las puertas se fabrican con productos derivados de la madera que presentan un altísimo rendimiento de

la materia prima. Sólo el 10-15% de la madera utilizada es maciza, es decir, se precisa de diámetros medios de tronco de más de 20 centímetros, el resto se fabrica a partir de árboles cortados a turnos cortos y de especies de crecimiento rápido.

- Darle un mayor valor añadido al producto ofreciendo la puerta barnizada o lacada al cliente y en muchos casos ofertando la Unidad de Hueco completa.

Calidad

Crean que para ser competitivos dentro de este mercado, y al nivel en el que ellos pretenden crecer, uno de los principales temas que se deben abordar es el de la calidad.

Su procedimiento de fabricación procura ajustarse a las normativas de calidad y ellos valoran la importancia de poseer un sello de calidad:

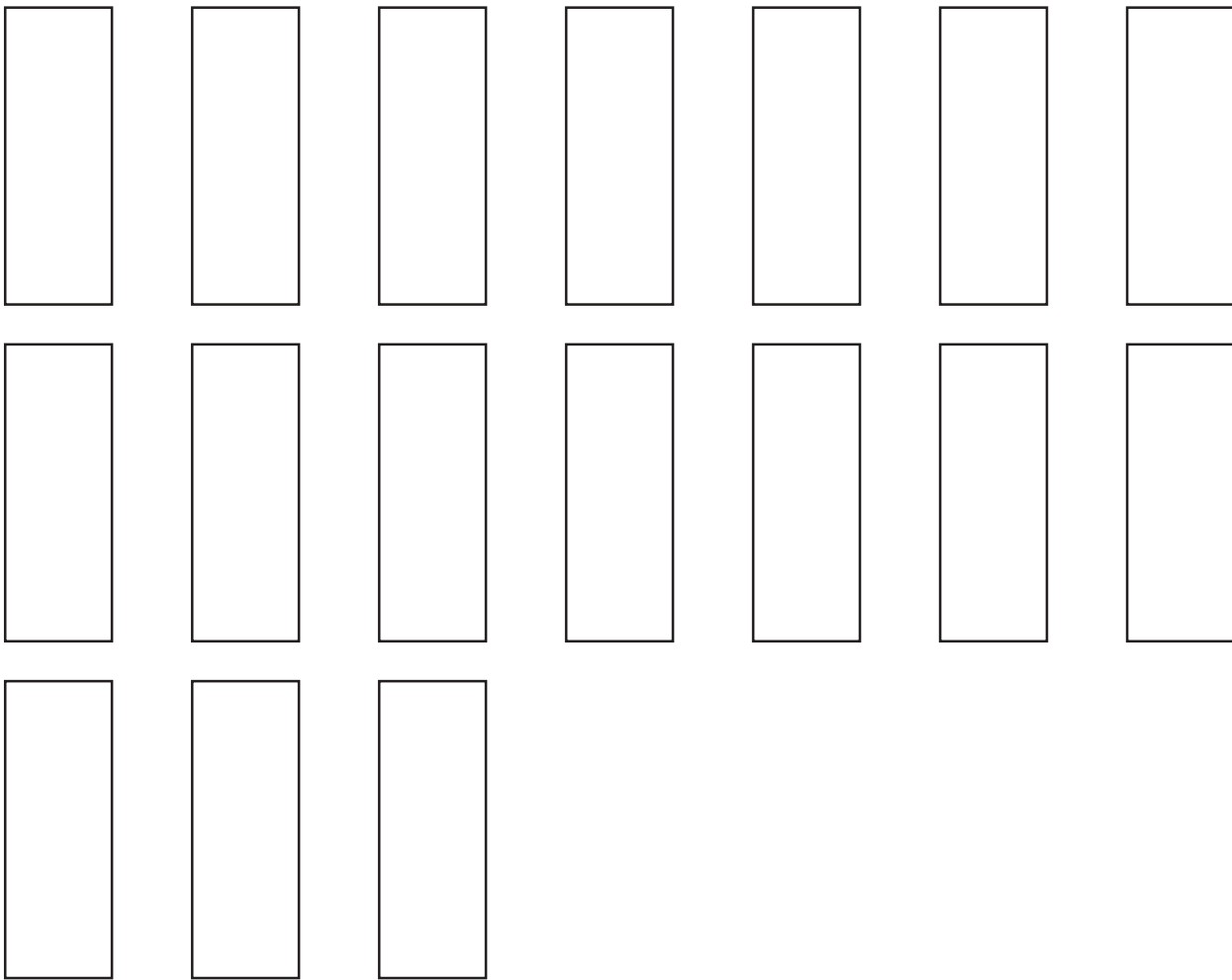
-Porque garantiza la calidad de los productos y procedimientos de fabricación al consumidor final, lo cual siempre representa una ventaja añadida frente a competidores que carezcan de dicho sello.

-Porque representa un método de mejora de la eficacia en fábrica.

-Porque se encarga de normalizar a todo el sector.

Por eso, a pesar de su corta andadura dentro del sector ya poseen el sello 5-49 de calidad de AITIM.

En palabras de Raimundo García, su actual gerente: «Hay calidad de diseño y es una de las mejores puertas del mundo. Además el consumidor tiene un nivel de exigencia muy alto».



nen que subcontratarlo. En el capítulo de puertas especiales, fabrican hoja de puerta blindada y puerta resistente al fuego.

Además ofrecen puertas prelacadas de paso ³ en tres diseños distintos (ciegas o acristaladas) y hojas de puerta para armario y maletero (en dos bloques o en uno).

Su catálogo promocional está basado en motivos griegos reforzando del hecho el carácter clásico que intentan transmitir en sus puertas. De hecho, dentro del tan trillado 'estilo Villacañas' consiguen una nota de elegancia en sus diseños, conseguida a base de buen gusto y con sutiles variaciones sobre el modelo estándar.

Tendencias

En cuestiones estilísticas se adaptan a las modas dependiendo de las demandas del mercado. Intentar adelantarse les parece complicado. En primer lugar, porque todo un cambio esencial en el producto supone un incremento en los costes de producción y promoción, y en segundo lugar porque al no tener ellos contacto directo con el consumidor último les resulta más difícil sondear sus gustos. Así pues se adaptan a la demanda según sus

clientes vayan solicitando los cambios. Actualmente también constatan la preferencia por las maderas claras, el Sapeli Rameado y las puertas lacadas, aunque han comprobado que al final, aunque en menores cantidades, se utilizan casi todos los tipos de maderas. Incluso recuerdan el haber utilizado Ébano en alguna ocasión.

Mercado

El Block-porte, ellos lo venden a distribuidores y almacenistas que se lo piden, pero no lo fabrican directamente, sino que lo encargan a través de subcontratas para que lo adapten a sus hojas de puerta. En la actualidad, de hecho, no se plantean el llegar a fabricarlo porque piensan que abastecen a mercados diferentes. Ellos se encargan de vender a los distribuidores y almacenistas y así obtienen su cuota de mercado; por otra parte sus clientes se encargan de tratar con la constructora y de colocarlo en obra. Así pues, hoy por hoy, no interfieren unos y otros.

Las perspectivas futuras son ir amoldándose a las demandas del mercado que son muy cambiantes.

Apuestan por las mejores calidades en las maderas y en general en todas las materias primas, para junto con un control de la calidad puerta a puerta, unos precios competitivos y la buena imagen de empresa eficaz, poder diferenciarse de la competencia y atraer y mantener una clientela que califican de fiel.

Sus principales clientes son aquellos que se encargan de atender al mercado de reposición, y representan un volumen del 70-80% de la demanda total. Por eso siempre trabajan bajo pedido, amoldando su línea de fabricación a los requerimientos del cliente, quien hace sus encargos siempre según el catálogo.

Disponen de delegaciones en casi todo el territorio nacional. Lo normal es que contacten con el cliente, o posible cliente, a través del Departamento Comercial que es también el encargado de proponer promociones y en general el que capta e intenta mantener los clientes.

Su tiempo de entrega está entre 20 y 30 días a partir del momento en el que se recibe el pedido.

En cuanto al cobro, normalmente no se realiza a plazos mayores de 90 días, lo cual representa una de las grandes ventajas de su estructura empresarial. Si tu-

VISEL

La empresa

Visel, como Proma, se fundó en el año 1988 y empezó a fabricar en el 89. Empezaron con unos 64 empleados y 5.500 m² de superficie. Actualmente tienen en plantilla 250 empleados y las ampliaciones previstas están en torno a 40.000 m². El año pasado facturaron cerca de 4.000 millones de pesetas con una capacidad productiva de 1 millón de puertas al año. Se encuentran entre los líderes del sector y prevén para el año que empieza un crecimiento entre el 8 y el 10 %.

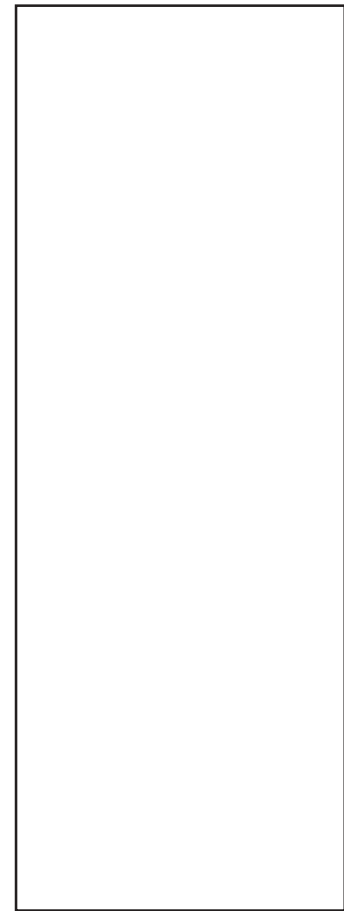
En el mercado hay varios tipos demandados de puertas estandarizadas y dentro de lo que el mercado pide ellos están especializados en varios sistemas de fabricación que les dan ventajas y lo distinguen claramente de la competencia.

Catálogo

Fabrican en apariencia la puerta que en el mercado se conoce como 'carpintera', pero sus puertas, en todos los modelos de diseño tienen el bastidor de una sola pieza de tablero de partículas, es decir, no utilizan el sistema de largueros y testeros unidos con falsas espigas, sino que el bastidor se fabrica con máquinas programadas de control numérico, lo que les proporciona una gran homogeneidad, estabilidad y calidad. Se trata de una puerta de interior, que no se debe colocar a la intemperie, de alma llena, constituida normalmente por tablero de fibras y que sólo en algunos prototipos y en determinadas partes se introduce el alma alveolada con el objeto de aliviarlas de peso³.

Pero la mayor diferencia frente a sus competidores es un sistema patentado que se denomina PROTEC. Se trata de un refuerzo en la puerta que la convierte en un producto mucho más estable, por absorber los movimientos por variaciones de humedad en la materia prima, un material tan higroscópico como la madera.

Para Carlos Muñoz director comercial de Puertas Visel, S.A., el principal objetivo es ser líderes del sector y que por eso les gustaría que se les reconociera como una empresa innovadora. De hecho en su catálogo se pueden observar, además de los diseños más tradicionales de Villacañas una línea más moderna (las series D-2 y D-3) en puertas planas utilizando el típico tablero rebajado, con incrustaciones de marquetería de maderas finas y modelos lacados más estilizados. En general, su



línea de diseño, como enfatiza su catálogo, es más atrevida aunque popular. Destacan las puertas elaboradas en maderas de raíz, utilizando un sistema de doble tablero, el llamativo tratamiento de los cristales en las vidrieras y un atrevido uso del arco de medio punto en la serie 80. En el catálogo se ofrecen también puertas blindadas, algunas de dimensiones especiales y las resistentes al fuego. Como en los demás casos las puertas van a juego con armarios y maleteros. Son 13 diseños diferentes en puertas carpinteras, 4 en puertas lacadas y 3 en puertas planas; con la posibilidad de combinar maderas (4 ó 6 especies), acabados (barnizados y lacados) y detalles especiales de marquetería.

No fabrican Block-porte. Dan el servicio, pero no lo fabrican directamente.

Están convencidos de que el mercado tiende al Block-porte pero piensan que eso ocurrirá en una fecha lejana, ya que el mercado no está suficientemente maduro para acometer esas inversiones.

Mercado

Como el resto de Villacañas (excepto Guillén) tampoco trabajan en obra. Su cuota de mercado se reparte en aproximadamente un 70% dentro del mercado de reposición, a través de distribui-

vieran que tratar con otro tipo de cliente, como por ejemplo las constructoras, tendrían que sufrir demoras en los pagos mucho mayores. En caso de duda, consultan a compañías de estudios de riesgo a la hora de contratar un pedido con clientes nuevos o con incidencias anteriores en pagos. En general se puede decir que existe un riesgo, lógico en todo negocio, pero es muy pequeño.

Ponen especial interés es en el mercado exterior desde hace 3 años.

Actualmente están abriéndose paso en mercados tan exigentes como Gran Bretaña, Irlanda, Francia, Bélgica, Italia y Noruega, y mantienen contactos en países del Este como Polonia, Bulgaria y Rusia.

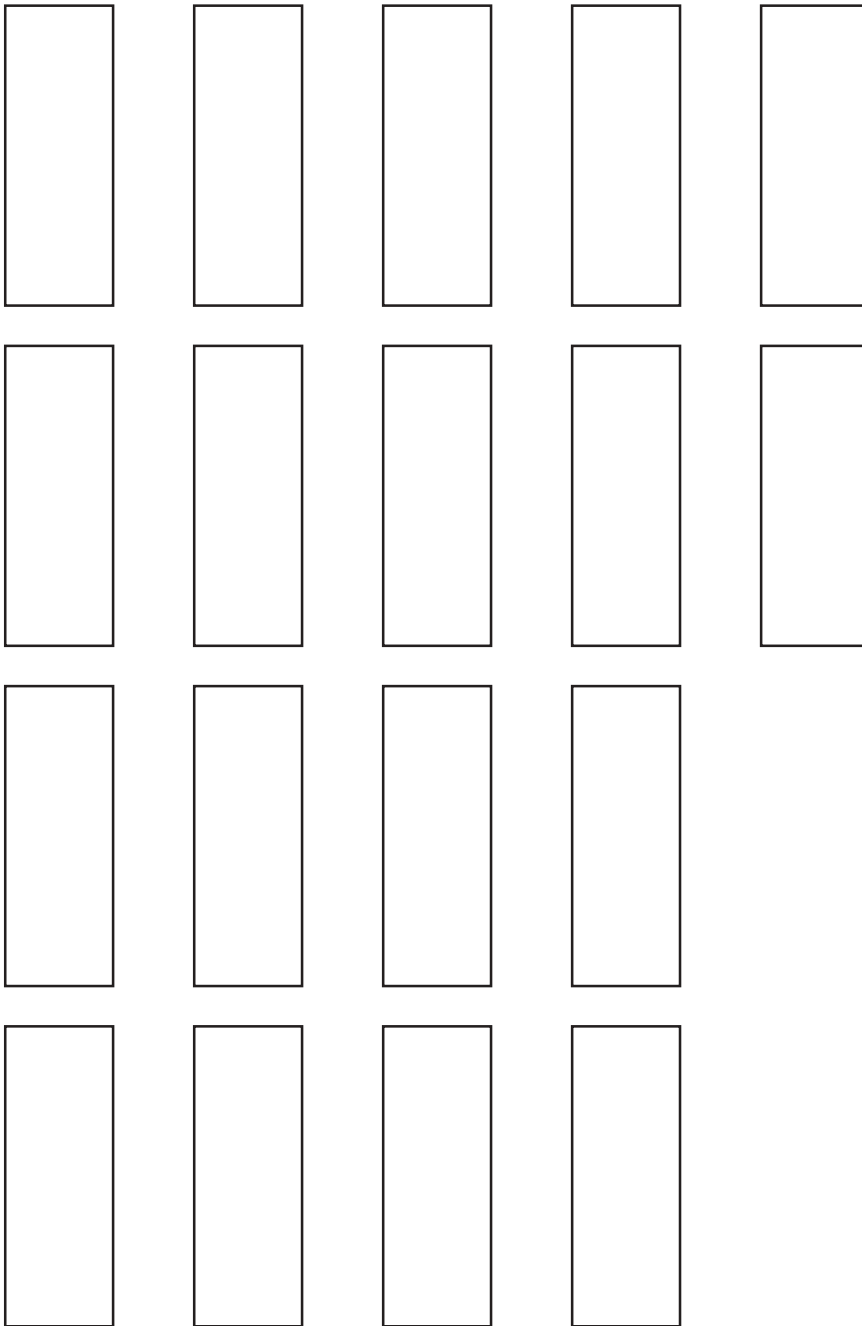
También se les puede encontrar fuera del continente Europeo en Israel, Emiratos Árabes Unidos, China, Japón, Cuba y EEUU.

La introducción en estos países la realizan a través de las publicaciones del sector y cámaras de comercio frente a mercados tan variados se debe estar dispuesto a asumir las diferentes Normas de cada país, que se distinguen unas de otras fundamentalmente en las dimensiones de las puertas. Otro tema que les preocupar mucho es el de las puertas resistentes al fuego. En casi todos los países se colocan puertas ignífugas en las entradas, cocinas y salidas de servicio, pero su utilización se está extendiendo cada vez más y las exigencias cada día son más claras, lo cual hace imprescindible a la hora de exportar, el poseer una marca de calidad homologada y reconocida.

Calidad

La calidad, les preocupa e intentan conseguir los mejores resultados. Lo demuestra la obtención, que cada año renuevan, del Sello de Calidad de AITIM 5-40 correspondiente a puertas carpinteras de madera, así como la marca AENOR N° 008/023) válido hasta el 10 de Julio de 1998).

Son de la opinión de que la puerta española, sobre todo la puerta carpintera de alma llena, tiene un nivel de calidad muy bueno y como tal está considerada en otros países.



cuanto a oferta y demanda, pero el principal problema es que existe mucha competencia. Esta situación está en parte provocada, como en otros sectores la diferencia de nivel de estructura ya que continuamente están surgiendo empresas nuevas con menores posibilidades de penetrar en el mercado y que intentan una cuota por precio, que es el camino más fácil, con lo que se desestabiliza al mercado.

Tendencias

Entienden que es difícil, dentro del sector, adelantarse a las nuevas tendencias y por eso ellos cambian sólo cuando al mercado comienza a demandar algo diferente. Normalmente los que marcan la pauta son las industrias del mueble y se nota en seguida que cuando, por ejemplo, ellos cambian sus acabados por maderas más claras casi automáticamente produce lo mismo en la carpintería. Es la sucesión de los estilos decorativos lo que influye en los cambios del sector. A pesar de todo se detecta un cierto conservadurismo por parte del consumidor último. Al fin y al cabo las puertas de una vivienda es algo que se cambia como mucho dos veces en la vida y por tanto se va a tener que estar viendo durante mucho tiempo. Es decir, se trata de una decisión muy duradera y por eso, aunque gusten, no se compran diseños muy novedosos. Por eso el movimiento general del mercado, en este sentido, es lento. Por ejemplo, ahora se comprueba una mayor predilección por las puertas lacadas, pero por ser algo nuevo, es más difícil de integrar en una decoración habitual y por eso a pesar de que la puerta lacada avanza en el mercado, lo hace con lentitud. Últimamente se comprueba el gusto por las maderas claras que han hecho que la utilización de maderas rojas, tan tradicional en este país, haya bajado notablemente.

Por eso los diseños de catálogo, a pesar de que se cambian cada año, los clásicos siguen demandándose y mantienen un consumo bastante elevado: hay diseños que llevan pidiéndose prácticamente desde que comenzaron a fabricarse en el año 1973.

En la construcción el consumo de la puerta tiene un peso enorme y el precio muchas veces hace que se coloquen puertas que en el mercado de reposición (más cercano a los gustos del consumidor) ya no está demandando, pero que casi todos los constructores prescriben.

También en sus métodos de fabricación se observan diferencias con respecto al resto de los fabricantes⁴, como la incorporación del sistema de vidriera VISELAC para su línea de puertas lacadas acristaladas⁵ que merecerían un comentario más detallado.

dores, y un 30% a través de empresas instaladoras que son las que montan la puerta en obra.

Su departamento de publicidad es el encargado de coordinar todo lo relacionado con la promoción de sus productos, es decir, la empresa adopta los programas preparados por las empresas de marketing, y así cada año se presenta una campaña publicitaria, con mailing, preparación de nuevos catálogos, etc.

Sobre todo se realizan campañas de promoción entre distribuidores, ya que al fin y al cabo el almacenista es su cliente natural y por lo tanto son los que con mayor fuerza deben potenciar, por ser los que tienen el contacto directo con el consumidor final de su producto. Entre

sus acciones promocionales destaca la publicidad estática en estadios de fútbol (Santiago Bernabeu, Nou Camp, el Vicente Calderón, Mestalla y, por supuesto, el campo del Club Deportivo Toledo, el del Salto del Caballo, equipo al que además también patrocinan).

Asisten regularmente a ferias nacionales tan importantes como Maderalia en Valencia.

Su plazo de entrega está aproximadamente en 25 días y el cobro se realiza en un plazo de alrededor de 75 días en el mercado nacional. Tienen una sección de riesgo pero nunca tienen problemas en ese aspecto, a no ser que el cliente sufra alguna incidencia inesperada.

El mercado es bastante equilibrado en

Otra apuesta fuerte de Visel es la del mercado exterior. Llevan bastante tiempo exportando pero ha sido en los últimos tres cuando han empezado a consolidar una cierta estructura y en estos momentos aproximadamente del 7 al 8 % de la producción va a la exportación. Es muy importante para una empresa que pretenda exportar mentalizarse para ello, ya que se debe realizar un esfuerzo importante en todas las áreas. Sobre todo en el campo de la producción se tiene que estar dispuesto a adaptar las líneas a las nuevas medidas y modelos, y a poder abastecer con los acabados y herrajes que allí se exigen y que son factores determinantes en ese mercado. Son diferentes en cuanto a normas y exigencias porque ellos tienen una cultura de la puerta que en muchos casos es muy diferente a la nuestra, y aunque les pueda gustar nuestro estilo, no se atreverían a ponerlo en sus casas. Tienen gustos bastante más simples que los nuestros pero las exigencias de calidad son muy variadas; en este aspecto Alemania y EEUU quizá sean los que mayores niveles exigen.

Calidad

Visel da también mucha importancia a la calidad. Desde sus comienzos apostó por ser líder en este aspecto. El personal que trabaja en Visel, a pesar de ser una empresa de corta andadura, tiene mucha experiencia en este campo, ya que la mayoría de los trabajadores proceden de Puertas Cuesta, que fue la pionera y creadora de este tipo de puerta. Al unirse, formaron una Sociedad Anónima Laboral y desde un principio sabían que no querían pelear sólo en el campo de los precios. Por eso, y sin perder de vista ofrecer un producto competitivo, apostaron por la calidad. Actualmente además de tener la marca N, como algunos de sus competidores en la elaboración de sus productos, son en este momento los únicos fabricantes de puertas de España en poseer el Registro de Empresa y el EQNet europeo. Esto es muy valorado por sus clientes, en especial por las constructoras que actualmente se encuentran inmersas en la consecución del Registro de Empresa lo cual les condiciona a abastecerse con productos de empresas registradas.

En general valoran mucho la posesión de marcas de calidad y en la mayoría de las ferias a las que asisten que son fundamentales para promocionarse en el exterior (en estos pocos meses del año ya han asistido a Munich y Houston y New Orleans), sirve como importante incentivo comercial.

ARTEVI

Son los fabricantes de puertas con más experiencia ya que la sociedad se constituyó en el año 1986 y su primera puerta salió al mercado al año siguiente, es decir, este año cumplen una década de vida. Un tiempo, a lo largo del cual se han afianzado dentro del mercado llegando a ser una de las empresas más sólidas del sector.

Su plantilla inicial de 64 personas y una superficie de fábrica de 3.000 m² ha dado paso a 65.000 m² cubiertos y una plantilla de 730 personas.

Preguntamos a su director gerente José Sesmero, acerca de su posición relativa en el mercado nos comentó: «A nivel de producción creemos que estamos marcando la pauta. Estaremos a nivel de la cabeza, tanto de puestos de trabajo como de producción». El año anterior llegaron a fabricar aproximadamente 700.000 puertas con 5.600 a 6.000 millones de pesetas de facturación.

En fábrica cuentan con líneas de barnizado de la más alta tecnología que proporcionan a sus productos un valor añadido importante con líneas de mecanizado y lijado totalmente automatizadas, sin olvidar el toque artesano final.

Puertas Artevi, S.A. abarca en realidad a un grupo de empresas dirigidas todas ellas a lograr una oferta muy competitiva y valor añadido a las puertas que fabrican mediante el barnizado, lacado, mecanizado, montaje en Block (con el kit correspondiente) y distribución. Son Puertas Artevi, S.A., Brico Block, S.A. y Dimaide, S.A.

Catálogo

Su oferta es muy amplia: desde la puerta plana de alma llena (con 8 posibilidades de acabado), hasta la carpintera² (con más de 17 diseños diferentes) la cual puede ser plafonada, de tablero moldurado, ciega y acristalada, barnizada y lacada, además de los frentes de armario.

También ofrecen puertas de entrada (6 diseños) y una línea especial con acabados en maderas de raíz.

El precio medio por puerta es de 8.700 pesetas.

Las funciones desarrolladas por Brico Block significan la mayor diferencia frente a sus competidores. Esta compañía se encarga de fabricar y comercializar la Unidad de Hueco Completa e incluso rodapiés para cubrir una oferta lo más amplia posible. Tanto la hoja de puerta normal como las hojas de armario se ofrecen con kit completo de cercos y tapajuntas (fabricado en DM rechapado en diferentes maderas y herrajes), todo

ello embalado en el menor espacio posible para facilitar también el proceso de transporte y almacenamiento. Disponen del sistema SITEC (Sistema de Tapajuntas Encajado en Cerco) mediante el cual, dichas piezas se pueden montar en obra salvando las pequeñas diferencias que se pudieran presentar en el grueso de la pared con respecto al cerco, por otro lado no precisa juntas para fijarse a éste. Permite además la unión en el inglete a través de unas piezas especiales que encajan en las ranuras de la moldura a presión y hacen que la línea de la junta sea menos visible, incluso utilizándose en acabados tan delicados como los lacados. La empresa además lo garantiza contra cualquier deformación de sus uniones.

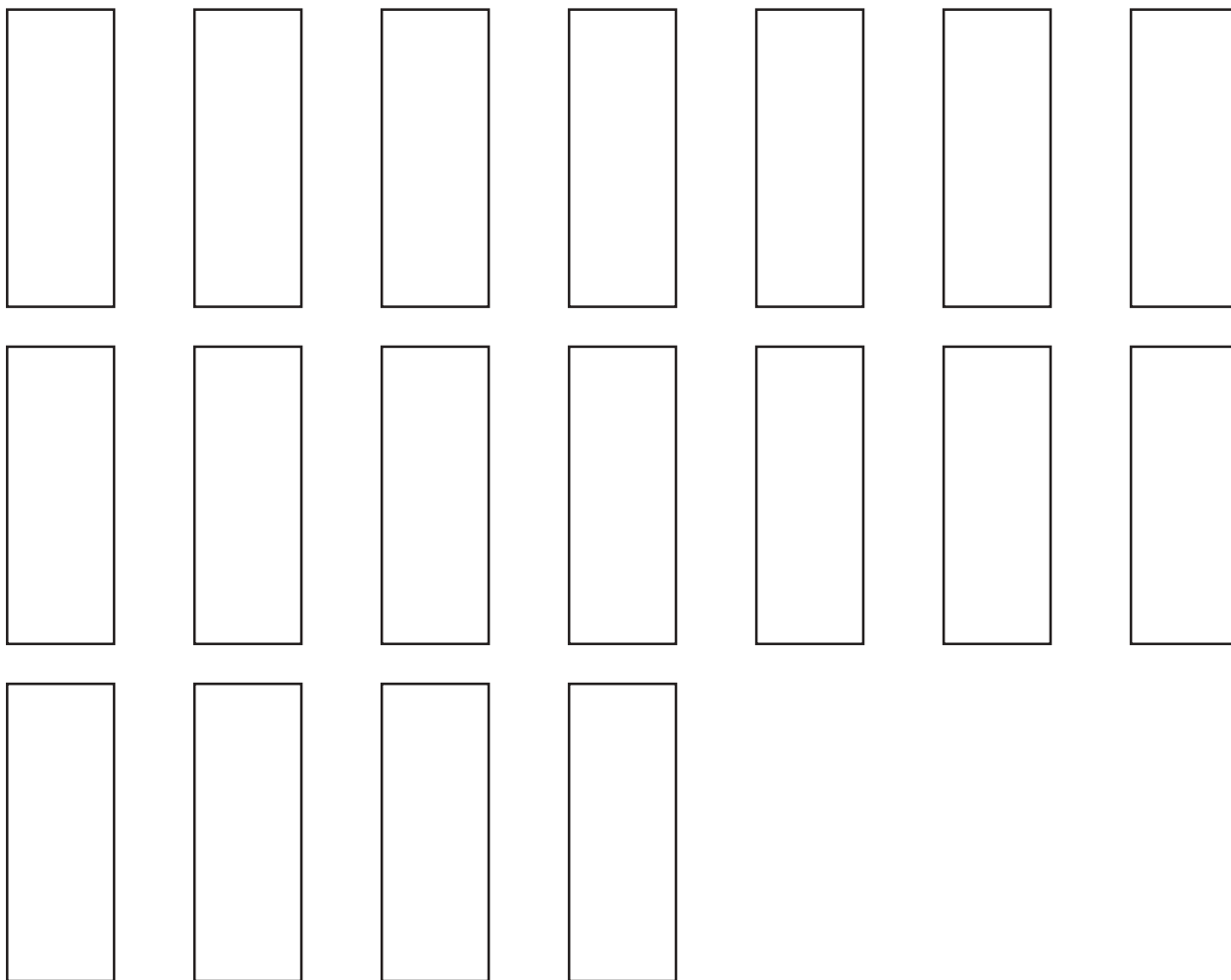
También presentan un amplio catálogo de tapajuntas: lisos, torneados e incluso rematados en forma de columna, con base y capitel; y sobre todo en una gran variedad de acabados y con todos los tipos de maderas del mercado.

A través de Brico Block, S.A. se pueden proporcionar cristales para sus puertas, disponen de motivos, cenefas y biseles. Todos ellos se tallan a mano, lo que da al producto un importante valor añadido. Esto proporciona una importante variedad en la oferta de acabados de cristales tallados, todos ellos, con las técnicas tradicionales.

En el campo de las puertas especiales, fabrican puertas blindadas y resistentes al fuego de los tipos RF-15, RF-30 y RF-60 las cuales están homologadas.

Su oferta pretende facilitar al máximo el trabajo de sus clientes y ni se plantean la posibilidad de dedicarse al montaje en obra. Para ellos sería como tirar piedras contra el propio tejado ya que sus clientes se transformarían en competidores y de esos ya tienen suficiente. Así pues se dedican a fondo en mejorar sus servicios y ofrecer cada día mejores productos a

CARPINTERIA



sus clientes, que en un 99,9% son hijos.

Sus catálogos tienen una enorme calidad con diseños, dentro del estilo conocido, más serenos y elegantes. Tienen también una línea Déco más sobria que la de Visel que parece abrirse a segmentos de mercado menos conservadores.

Mercado

Promocionan sus productos a través del departamento comercial que, por medio de los distribuidores y empleando los temas y canales publicitarios que les aconseja cada temporada, es el encargado de la captación de clientes nuevos.

La fábrica trabaja en función de los pedidos sobre catálogo, de modo que se mueven en torno a las exigencias del distribuidor, quien a su vez se adapta a los gustos del particular. Su filosofía es ir amoldándose a las demandas del sector lo más rápidamente y con las ofertas más variadas posibles.

El tiempo de fabricación desde que reciben el pedido es siempre a 30 días, sea cual sea el modelo o el acabado y

tienen a gala que siempre se entrega en este plazo de tiempo. Cobran con plazos de 90 días o bien con pagos al contado, aunque al existir la confianza de tratar siempre con los mismos clientes se les da un margen de 15-30 días, y normalmente no surgen problemas en ese sentido.

La distribución se extiende por todas las regiones españolas sin excepción y por Portugal, que se considera como una región más en cuanto a medidas y gustos.

En el extranjero están presentes en países como Bélgica, Holanda, Alemania, Inglaterra, EEUU, Rusia, etc.

Este año han participado en la feria de Munich en Alemania, y piensan también asistir en Marzo a la de Bolonia en Italia, a Birmingham en Gran Bretaña y a New Orleans en EEUU, además de, por supuesto, Maderalia en Valencia.

Piensan que los mercados extranjeros saben valorar la calidad que se ofrece desde España. En general las puertas españolas allí son reconocidas por su calidad. Por eso procuran no descuidarse intentando ofrecer cada día la mayor calidad.

Calidad

A nivel exterior no conocen cómo va la fabricación en temas de calidad, pero sí tienen experiencia a nivel de comercialización y pueden afirmar que son muy exigentes, en algunos países más que en otros, lógicamente. Por ejemplo en el caso de las puertas especiales, concretamente en puertas Resistentes al Fuego siempre se debe tener el certificado RF-60, que es el exigido a nivel internacional y válido para cualquier país. Los principales problemas dentro del sector es mantener unos niveles altos de calidad que lo diferencien de la compe-

tencia y que requiere día tras día un esfuerzo en resolver todos los problemas que se plantean.

Para estar al día apuestan por la implantación de sistemas de calidad requeridos para la obtención de marcas certificadas de productos como el Sello de Calidad AITIM y la marca N de AENOR. Concretamente todas las puertas que fabrican están certificadas por AENOR, y el Block de puerta por el Sello de Calidad 16-01 de AITIM. Pero además buscan un mayor reconocimiento a su labor en todos los aspectos e intentan que todos se mentalicen más para trabajar en base a

las normas que la obtención de estos certificados requieren, y por eso lo tienen todo preparado para en el mes de Marzo o Abril pasar la auditoria para obtener el Registro de Empresa en Madrid que están seguros de obtener.

La importancia de obtener unos óptimos niveles de calidad se valora no sólo por parte de la propia empresa, sino también, y sobre todo, por parte de los distribuidores que la exigen para poder ofrecersela a unos consumidores cada vez más concienciados.



Pantógrafo de Visel

Notas

1 En general, en fábricas de este tipo es práctica generalizada el aprovechar los residuos para obtener la calefacción general de su planta de producción. De esta forma, y gracias a los nuevos avances de compañías especializadas en la instalación de aire acondicionado industrial, que comercializan ya aparatos que aprovechan directamente la energía proveniente de la cogeneración y que además utilizan únicamente agua en sus circuitos de refrigeración, podrían lograr además mantener temperaturas óptimas de trabajo en todas las épocas del año, de una forma limpia y barata.

2 El diseño de puerta de paso predominante, el que más se ofrece hoy en día, es aquella en la que el bastidor consta de un recercado o canteado de madera maciza hacia el exterior, que recorre todo su perímetro utilizando el procedimiento de cantos ocultos, y de largueros y testeros de tablero aglomerado que van machiembrados y encolados con el canto y unidos entre sí mediante falsas espiguillas encoladas. A continuación encontramos lo que caracteriza a una puerta carpintera, los paramentos con combinaciones decorativas de superficies planas y molduradas. Estas variaciones de superficies planas y curvas se consiguen mediante uniones entre molduras de madera maciza que son las encargadas de enmarcar el contorno de la superficie y de tableros, normalmente de fibras, ya que en su mayor parte van rebajados en los bordes y este tablero presenta mayor resistencia en grosores menores, y que encajan en las anteriormente citadas molduras dando forma a los diferentes diseños. Se suelen fabricar siempre con dos caras de molduras iguales. El conjunto va rechapado en

las diferentes maderas en las que se desea dar el acabado a la puerta.

Siempre que técnicamente es posible, se procura la fabricación de la puerta mediante pantógrafos, es decir máquinas controladas numéricamente que son capaces de realizar los mecanizados directamente sobre el tablero de partículas entero y cortado previamente a las dimensiones finales de la puerta. Con ello se consigue una mayor estabilidad de la puerta al no precisar una unión encolada entre testeros y largueros. El canteado siempre se realiza siguiendo el mismo procedimiento anteriormente descrito.

3 En determinados casos y para lograr un menor peso de la puerta el plafón superior de la misma se fabrica con alma alveolada, en el caso de tratarse de una puerta ciega. Este es el caso de gran parte de las puertas que se ofrecen lacadas o prelacadas que de esta forma aunan la ligereza visual con la física. En este caso el proceso de fabricación es muy similar a los anteriores excepto porque la moldura que separa el bastidor de los plafones propiamente dichos es una entrecalle que suele ser de MDF y que va unida a tope con por un lado el tablero aglomerado que forma el bastidor de la puerta y por el otro con el alma alveolada, y todo ello va forrado con tablero de MDF, sobre el que posteriormente se aplica el prelacado y el lacado.

4 Este fabricante incluye en su catálogo puertas con entrecalle, bien de madera maciza o bien de MDF, rechapadas en cualquier tipo de madera, que van unidas a tope con tableros de partículas en ambas caras, es decir la puerta sigue siendo de alma llena, en ningún caso con alma alveolada, y presenta un acabado en maderas nobles.



Barnizadora de Visel



Almacén de madera aserrada de Artevi

5 Este sistema de fabricación hace que sea posible mantener el mismo diseño que el utilizado en la puerta ciega en aquellos casos en los que se fabrica con el sistema de la entrecalle, mientras que aquellos que no lo utilizan se limitan a usar el tradicional sistema que colocar la moldura sobre la puerta lo que introduce un cambio en la línea de la puerta.



Tren de barnizado de Artevi