

Industrias Carsal

Profetas en su tierra

EVA MARTÍN OREJUDO
INGENIERO DE MONTES

La idea de dar un cambio a su producción surgió casi inevitablemente cuando a principios de los años 80 la situación del mercado comenzó a ser insostenible en el sector de puertas, debido a la cantidad de competidores existentes y a la morosidad creciente. Buscaron un producto nuevo y encontraron un hueco en el mercado europeo: fabricar tableros aglomerados específicos para paramentos de puertas.

La historia de Industrias Carsal es larga y cambiante, tanto como en objetivos, estructura y ubicación. Empezó siendo, allá por el año 1953 en Pamplona, una carpintería industrial con 55 empleados, montaje en obra y todo lo que un taller de carpintería conlleva. Poco a poco fue creciendo y variando su forma de trabajar hasta que en el año 1966 decidieron mudarse a un polígono industrial en Huarte, en el que permanecerían 12 años. Allí, con 40 empleados, comenzaron a fabricar puertas planas. Y en el año 1978 se afincaron definitivamente, o al menos eso esperan, en Echarren-Araquil (todavía dentro de Navarra) donde continúan su trabajo como fabricantes de puertas planas.

Renovarse o morir

La idea de dar un cambio a su producción surgió casi inevitablemente cuando a principios de los años 80 la situación del mercado comenzó a ser agobiante e insostenible debido a la cantidad de competidores existentes y a la morosidad creciente. Así entre los años

1983 y 1984 comenzaron a realizar sondeos de mercado en diferentes países europeos con la esperanza de vender su producto fuera del mercado español. Pero debido a que los mercados europeos estaban en una situación muy parecida a la nuestra en el producto que intentaban introducir, la idea no prosperó. De esta forma surgió la idea de un cambio de actividad. Buscaron un producto nuevo y encontraron un hueco en el mercado europeo: fabricando tableros aglomerados específicos para paramentos de puertas, con la idea inicial de comercializarlo exclusivamente fuera de nuestras fronteras. De esta manera se abrieron un hueco en el mercado europeo, a la vez que lograron aprovechar la infraestructura que ya tenían, utilizando el nuevo producto para la fabricación de sus propias puertas¹. Poco a poco han ido introduciéndose también en el mercado español.

El método de fabricación es el mismo que se emplea en la fabricación de puertas planas de alma alveolada, pero en lugar de utilizar tableros contrachapados rechapados en diferentes maderas, se utiliza un tablero moldeado en bajorrelieve con formas elegidas, lo que le confiere el aspecto de una puerta carpintera al exterior con acabado lacado.

La puerta Shapeline, tal es su nombre comercial, es la única que utiliza tablero aglomerado, en vez el tablero de fibras que es el método típico de fabricación de esta clase de puerta en EEUU, donde surgió y se ha desarrollado. Esta variación le confiere unas características especiales: mientras la densidad del tablero de fibras DM utilizado en esta aplicación varía de 600 a 700 Kg/m³, la del tablero de partículas que ellos fabrican, es de 1.100 a 1.300 Kg/m³, casi el doble.

De esta manera logran varios objetivos:

- Una superficie más fina, sin ningún tipo de repelo, lo que la hace idónea para el lacado puesto que no requiere muchos lijados y manos de pintura diferentes. Un acabado perfecto cuesta mucho menos esfuerzo

- Obtención de ingletes a 90° exactos sin necesidad de curvas ni molduras de ningún tipo

- Ausencia total de elementos superpuestos o ensamblados, lo que le hace parecerse mucho más a las clásicas puertas carpinteras, evitando además la aparición de juntas y grietas que descascarillen el acabado

- Gran estabilidad

- Peso ideal, en torno a 20 Kg, lo que le permite ser más manejable que las puertas carpinteras macizas, que pesan aproximadamente 28-30 Kg sin ser excesivamente livianas como las puertas planas de alma alveolada y paramentos de contrachapado cuyo peso no supera los 11-12 Kg.

Un mercado en competencia

Sus competidores directos son aquellos que se dedican a los mismos productos que son dos grandes fabricantes de tableros americanos Yeldwen y Masonite. Estas grandes empresas se han introducido en nuestro país a través de la compra de importantes participaciones en fábricas españolas de puertas, como hizo Yeldwen con Puertas NORMA recientemente. Pero sus principales competidores en general, son las grandes fábricas de puertas de Villacañas (Toledo) que no están tan especializados como ellos en las puertas lacadas, pero que las incluyen dentro de una oferta que abarca todos los tipos de puertas que existen en el mercado.

Ahora se podría decir que Industrias Carsal es fabricante de puertas por inercia, ya que su principal actividad e inversión están centradas en la fabricación y comercialización del tablero de partí-

culas. De hecho en la conversación mantenida con su director comercial Javier Saldise se adelantó que próximamente piensan sacar al mercado un producto totalmente nuevo en el que llevan trabajando casi un año siempre dentro del sector de la madera, aunque de momento no quiso concretar nada más.

En Industrias Carsal se dan cuenta de que la fabricación de tablero para puertas no es para siempre, ya tienen muchos competidores con productos similares al suyo y esto les impulsa hacia la innovación y a seguir investigando nuevas posibilidades de fabricación.

Inversiones y equipos

Esta dinámica de permanente renovación les hace ir asumiendo riesgos y resolviendo problemas que con sólo la fabricación de puertas no tendrían, al tratarse de un tipo de fabricación sencilla. Los problemas de elaboración de la puerta Shapeline se centran precisamente en la fabricación de su tablero y las fuertes inversiones realizadas hasta ahora, en el proceso de fabricación.

Que en el año 85, se decidiera el cambio de producción supuso una inversión inicial cercana a los 250 millones de pesetas y a partir de ahí la inversión ha seguido creciendo. La línea de fabricación del tablero no se encargó, sino que fue ideada por ellos mismos a la medida de sus necesidades y de sus objetivos: A partir de este producto, que ya existía en el mercado y que llamó su atención, idearon una línea que lograra elaborar un producto similar utilizando procesos diferentes con mejoras. Por ello la inversión en remodelaciones continuó hasta conseguir el producto deseado.

Y es que, en su caso, la maquinaria utilizada es esencial. En la línea de fabricación del tablero hay mucha maquinaria que es estandar, pero también hay mucha que es totalmente especial y específica. Cada pieza la ha fabricado una firma, «... las máquinas se han fabricado todas aquí en España, con diferentes fabricantes. Sólo los sistemas de controles se han traído de Alemania y EEUU.», dice Saldise, pero ellos han concebido

la fabricación y puesta a punto. De esta forma la maquinaria empleada es la que marca la pauta y define el carácter de la producción.

Un catálogo limitado pero innovador

La fabricación de diferentes modelos se hace mucho más difícil aquí por la necesidad de empleo de varios moldes para cada uno. Cada vez que se intenta imprimir variedad a la producción supone una fuerte inversión. Por este motivo lo que para otros resulta relativamente sencillo -presentar abultados catálogos con diferentes soluciones para cada modelo de puerta- para ellos supone un gran esfuerzo. Por eso en su catálogo no se ofrecen muchas variedades de modelos, aunque sí se muestran las posibilidades ilimitadas de integración, dentro de cualquier estilo decorativo. Sorprenden, por su innovación, en un sector tan conservador en diseño, los llamativos colores utilizados.

A pesar de ello, el 99% de las puertas que fabrican acaban siendo blancas, salvo en alguna decoración concreta, que no deja de ser la excepción. Esto demuestra la reticencia existente todavía en nuestro país a utilizar un producto como la puerta lacada. En muchos lugares de España existe una fuerte tradición de puertas acabadas en madera y por ello se muestran más reticentes a la hora de utilizar una puerta blanca. Según nos comenta Saldice: *«Aquí en el Norte hace 5 años era prácticamente un sueño pensar que se iba a introducir este tipo de puerta. Está entrando, pero está costando muchísimo. Se utilizaban carpinterías de madera maciza con secciones diferentes. Muchas veces de habla se España, a nivel comercial como un todo, pero hay muchas diferencias entre unas regiones y otras.»* Ellos se encuentran presentes, por su distribución, en toda la geografía española: *«... hay zonas donde funcionamos muy bien porque hay una mayor inclinación hacia las cosas nuevas, por ejemplo ha tenido una gran aceptación en la zona costera que va desde Málaga a Marbella. Son zonas donde los constructores tienen una mentalidad diferente.»* Actualmente han logrado concentraciones importantes de ventas de este tipo de puerta en Canarias, Levante, Andalucía y zona Centro. En cualquier caso de momento la venta se hace centralizada desde fábrica.

La puerta lacada va penetrando

Pero a pesar de todo poco a poco se va logrando introducir el gusto por este tipo de producto sobre todo a través del consumidor último que, en unos casos influenciado por las revistas de decora-

ción y los medios de comunicación y en otros guiados por el afán de novedad dentro de un sector muy tradicionalista, se inclina cada vez más por la puerta lacada: *«En un sector de la población de entre 30 y 40 años desde luego el lacado predomina. Si le diéramos opción al consumidor a pedir puertas irían muchas más lacadas de las que van hoy.»* comenta Saldice. Pero hoy por hoy, la elección todavía está en manos de los constructores que, a través del distribuidor o el carpintero, son sus principales clientes.

A pesar de todo Shapeline ha entrado a formar parte de las residencias que se construyeron en la rehabilitación del Palacio de la Magdalena en Santander y también aparecen en el proyecto del Auditorio de Bilbao. Ellos no instalan sus puertas, pero atendiendo a la creciente demanda de block, que también es muy variable dentro de las diferentes regiones de España, si un cliente les pide un suministro de puerta con su kit completo lo suministran, aunque no lo fabriquen directamente, sino a través de intermediarios.

El mercado de reposición lo trabajan a través de sus distribuidores, pero en realidad representa un porcentaje bajo, en torno a un 15-20% de su mercado nacional.

También trabajan bajo pedido, aunque en su caso lo más normal es trabajar contra stock (lo que hace que los plazos de suministro no superen los 15 días). La principal razón es que al tener la mitad de su mercado en las exportaciones, deben adecuar su producción a las peculiaridades que se exigen en cada país en cuando a modelos y medidas.

La evolución de Industrias Carsal y su puerta Shapeline en el mercado ha sido peculiar. Al principio enfocaron su producción exclusivamente hacia el mercado exterior europeo.

Primero se accedió al mercado inglés que, debido a la influencia norteamericana, era un mercado abierto a este producto (aunque poco cotizado), y por ello resultó relativamente sencilla su comercialización. Posteriormente se accedió a los mercados holandés y danés, y más tarde se fue introduciendo en el mercado español.

Ahora están intentando cambiar algunos de los mercados que tienen, difíciles o incómodos, por otros que se adapten más a sus características. Se están centrando en zonas determinadas a través de sus distribuidores. Por ejemplo ya están recogiendo frutos en el mercado japonés y los países árabes y se están introduciendo mediante ferias, en las que a menudo comparten stand con otras empresas españolas, en mercados tan pro-

metedores como el de China. Eso en el mercado exterior. En cuanto a España, la estrategia es muy similar.

Un marketing adecuado

«Al principio fue un choque, porque este tipo de puerta no se conocía en España y éramos sólo Industrias Carsal los que estábamos tirando del carro en la promoción de la puerta prelacada, y nos miraban con mucha extrañeza. Aquí el mundo era la puerta de madera o como mucho la puerta pintada, que era un sector muy económico. Entonces se comenzó por hacer una publicidad bastante fuerte a nivel de revistas técnicas de la construcción. Se hicieron muchas ferias como CONSTRUMAT y MADERALIA y en general se acudió a muchas ferias regionales. Hoy Shapeline es conocida a nivel general. Ahora ya no se trata más que de es-

tar presentes en todos los sitios y hacer promociones para que el promotor conozca el producto y lo coloque a través de los distribuidores o los carpinteros. Es muy difícil decir qué posición ocupamos en el mercado nacional, pero yo diría que a nivel de puerta prelacada o lacada somos el número uno. Los demás presentan este producto en sus catálogos únicamente como un aditamento más» comenta Saldise.

Pero para poder vender en mercados tan diferentes lo primordial es adaptar el producto a las diferentes exigencias de cada país y cada región. Por ejemplo hay países que son consumidores de puerta de 3 paneles, en otros, como Inglaterra es muy habitual el consumo de puertas de 6 paneles y en general lo más normal es el de 2 paneles. Deben hacerlo en todos los aspectos, entre ellos, y de manera muy especial, en el precio. «También en ese aspecto cada mercado es diferente.

de 5.500 pesetas. Hay países que están muy por debajo y otros que pagan muy por encima. Nosotros vendemos siempre en la divisa de cada país y por eso varía mucho según las fluctuaciones de valor de cada moneda en cada momento».

En general el mercado crece, no hacia un mayor consumo del producto, sino hacia un servicio más completo. Cada vez se exige que la colocación sea más rápida, sencilla y eficaz y que la cantidad de operaciones a realizar «a posteriori» en el producto sean también menores. Es decir, el valor añadido que se le está dando al producto hace que el precio final se duplique, ya que la puerta sale de fábrica totalmente mecanizada y acabada. Claro que todo ello requiere de la concienciación de los constructores a la hora de colocar el producto en el momento adecuado, ya que un mayor acabado hace el producto más vulnerable.

Preocupados por la calidad

La calidad es un tema que cuidan de un modo especial: «Nosotros siempre hemos contado con el sello de calidad de AITIM, tenemos el 1/19, es decir fuimos los 19^{os} en conseguirlo y ahora sólo tenemos un fabricante por encima» dice Saldise. Eso a nivel nacional. En cuanto al mercado exterior, también han homologado sus puertas para obtener un mayor reconocimiento:

to: «Cuando empezamos a salir fuera tuvimos que hacer ensayos en el extranjero y de hecho tenemos nuestro producto homologado en el T.N.O.(Toegepast Natuurwetenschappelijk Onderzoek) holandés y en el T.R.A.D.A.(Timber Research and Development Association) inglés. No nos exigían un sello de calidad, pero nos apetecía respaldar nuestro producto con una homologación de los países donde entrábamos.

Un sello de calidad puede ser importan-

te, pero quizá se usa más que como tal sello, como defensa ante los competidores: a veces como arma y a veces como defensa, los primeros que lo obtuvieron lo usaron como arma. Hoy está pasando eso mismo con la ISO-9002 y la ISO-9000, que se están usando en ese mismo sentido. El que mejore en realidad la calidad depende de la mentalidad de cada empresa. Nosotros desde el principio montamos un laboratorio, porque debido al tablero que fabricamos debemos tener un autocontrol muy grande si deseamos mantener la calidad. Allí se llevan a cabo muchos más ensayos y seguimientos de los que son necesarios para obtener la homologación, pero lo hacemos por nuestro propio interés. En realidad a nosotros esa homologación sólo nos va a implicar mayor burocracia, porque el sistema está instalado de hecho, sólo falta darle forma y ordenarlo. Pero un orden no le viene mal a nadie.

"Pero es que tampoco se lo exigimos a nuestros proveedores. La verdad es que nosotros tenemos pocos, y de los que tenemos, los más significativos son grandes multinacionales en el tema de las colas y no es necesario pedirles nada. En cuanto al resto, no vamos a obtener mejores calidades por pedirselo" dice Saldise.

El balance del año pasado fue positivo en 600 millones de pesetas y esperan seguir creciendo. Con 28-29 empleados, Industrias Carsal fabrica cerca de 120.000 puertas al año, de las cuales 15.000 se ofrecen lacadas y terminadas. «Con la puerta Shapeline se han ido sumando unidades en cuanto a producción y quitando personal porque se ha automatizado. Ya no se coge una puerta con las manos. La fabricación de este tipo de puerta en realidad es muy simple, la dificultad está en el tablero moldeado.»

En España se puede hablar de un precio medio de unas 6.000 pesetas por hoja de puerta, en otros mercados podemos hablar de un precio medio a nivel total

Notas

¹Las características técnicas de la puerta Shapeline son:

- Un bastidor perimetral en madera de pino seco y estabilizado.
- Refuerzos para cerradura a ambos lados.
- Caras en tablero aglomerado moldeado de 4 mm y entre 1.100 y 1.300 kg/m³ de densidad.
- Interior variable según la versión de que se trate. Así puede ser con un interior de cartón alveolar, o bien maciza con un interior aglomerado y 38 mm de grosor. Y en el caso de puertas especiales: se ofrecen puertas blindadas con una chapa de 1 mm de espesor de acero y un grosor total de 40 mm y puertas

resistentes al fuego con un RF 30', grosor de 44 mm y certificado de homologación de AITIM Y TRADA (Timber Research and Development Association) (Gran Bretaña).

- Imprimación blanca de poliéster acrílico compatible.
- Molduras de vidrieras y rejilla de ventilación en poliestireno repintable.

Además se ofrecen diferentes modelos: Dos paneles ciega con panel superior curvo que puede ser además, vidriera, vidriera con seis divisiones, hoja de armario, ALTILLO DE MALETERO Y TRES PANELES CIEGA CON PANEL SUPERIOR RECTO QUE PUEDE TRANSFORMARSE EN VIDRIERA CON SEIS DIVISIONES.