

IMA

Pionero y líder del **parquet flotante**



EVA MARTÍN OREJUDO
INGENIERO DE MONTES

La aceptación en el mercado nacional fue difícil. Hace quince años nadie colocaba este producto. Tan sólo existían algunas marcas extranjeras que lo habían intentado introducir pero con escaso éxito debido a la dificultad de encontrar instaladores. José Luis Aliende jr., de IMA, nos introduce en este apasionante producto y su mercado.

"Lo tradicional hasta entonces era la tablilla, el lamparquet e incluso la tarima, pero pegados, no flotantes. Y fue esa tradición lo que dificultó la introducción de la tarima flotante porque ningún instalador estaba dispuesto a cambiar la estructura de su empresa. Ellos estaban preparados para la instalación tradicional en la que se necesitaban muchas intervenciones en la obra: pegado, lijado y barnizado; y todos los equipos y el personal que tenían estaban preparados para ello. Así pues, en un principio se opusieron a la nueva forma de instalación. Después poco a poco se dieron cuenta de que con el nuevo método se eliminaba la mano de obra, que era lo que encarecía los costos, y se decidieron a instalar productos acabados y semiacabados. Pero la labor ha sido lenta. Ahora, después de 15 años se observa que ha habi-

do una progresión en el mercado de este tipo de producto y de hecho han salido fabricantes nuevos. Antes, nosotros éramos los únicos".

La fabricación de IMA ronda los 650.000 m² al año, lo que supone una facturación de 2.000 millones de pta. La plantilla es de 94 empleados con una superficie de fábrica de 60.000 m², 10.000 de los cuales están cubiertos.

¿Tarima o parquet flotante?

El producto que IMA comercializa es un pavimento multicapa, tres, colocadas perpendicularmente entre sí. La capa inferior actúa como soporte y sus principales características son el ser semidura, de fibra derecha y flexible. La capa intermedia es un alistonado, generalmente de madera de conífera, que estabiliza el conjunto al ir colocado en posición perpendicular a las otras dos. Y la última está formada por un conjunto de tablas de madera noble de alta calidad que actúa como superficie de desgaste.

Las dimensiones finales del conjunto son de 200 x 19 x 14 cm. "Nosotros lo denominamos tarima flotante desde el principio aunque en realidad es lo mismo que el parquet flotante. El llamarle tarima es porque siempre significa más categoría,

mayor calidad, mayores dimensiones. Decir tarima siempre quiere decir madera".

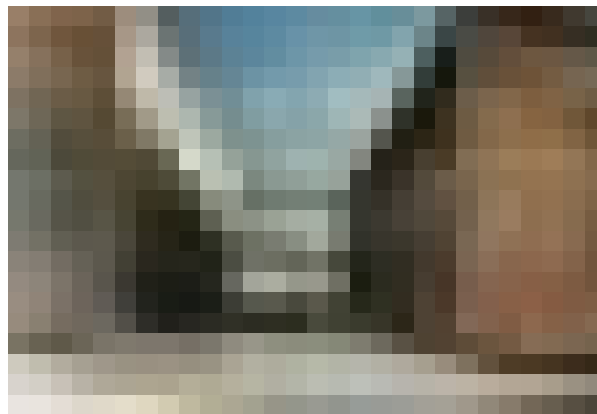
La instalación

Este pavimento se define por su facilidad de instalación. Gracias a esta característica esencial permite una gran rapidez de colocación en obra nueva o sobre cualquier otro tipo de pavimento preexistente. "Por eso está subiendo mucho el número de obras que lo instalan, porque en los demás sistemas de instalación los macizos deben ir un poco más altos de humedad para que no tengan problemas de dilatación en una situación, como es la obra nueva, en la que cada operación que se realiza supone aportar agua y más humedad y que al necesitar intervenciones posteriores se colocan antes de pintar, etc. Por eso se tiene que colocar al 15-16% de humedad y luego se presentan los problemas al conectar las calefacciones. La madera merma, se fenda y se levanta. Con la tarima (parqué) flotante este problema no existe. Al ser un producto acabado es lo último que se instala en obra, después incluso de las puertas. Si se instala correctamente, dejando 8 mm de dilatación en todo el perímetro

Esta empresa alavesa se dedica exclusivamente a la fabricación del parqué flotante desde hace 15 años.

Este producto, que tardó en introducirse, se está imponiendo de forma imparable en el mercado.

*IMA y otro fabricante nacional, son los primeros solicitantes del **sello de calidad AITIM** para este producto.*



y cuando la obra ha llegado al porcentaje de humedad correcto, se eliminan los problemas de tener que estar controlando la humedad de las bases y sobre todo el gran problema de las obras que es el velado del barniz".

"Además presenta otras ventajas con relación al sistema tradicional pegado. El flotante por estar machihembrado y no pegado o clavado al suelo absorbe las dilataciones y contracciones que pueda sufrir la madera debido a los aumentos o disminuciones en su humedad, una vez instalado, de esta manera se evitan las grietas y los ruidos típicos del crujir de la madera. Además se puede restaurar por medio de un sencillo método: hay unas máquinas lijadoras que únicamente levantan el barniz y quitan solamente dos décimas de madera, pero que no pueden ser aplicadas a los suelos de madera convencionales en los que existen diferencias de grosor entre las distintas piezas y para nivelarlas es necesario eliminar del orden de tres o cuatro milímetros, lo que limita la posibilidad de restauración como mucho a dos veces".

"Pero el verdadero éxito de un flotante es que la instalación esté bien hecha. Esta es muy sencilla pero hay que respetar

unas normas mínimas, aunque esenciales, que no puede hacer cualquiera. Por eso yo no aconsejo la instalación de un flotante por parte de particulares, es mejor que lo haga un especialista. Hay que cortar puertas, marcos, hacer la dilatación también al marco, hay que aplicar la cantidad de cola justa en el machihembrado, porque si no se pueden abrir por ahí. Lo que se vende en las tiendas de bricolage suelen ser laminados, no madera".

Barnizado al agua

La innovación más importante que presenta el flotante de IMA está en el acabado. "Somos los únicos que utilizamos un barniz al agua. Lo lanzamos hace tres años y por el momento no hay nadie que haya podido igualar ni su calidad, ni su dureza, ni su resistencia. Lo desarrollamos conjuntamente con una fábrica que hace este tipo de barniz. Ellos hacían la prueba con el producto y nosotros lo aplicábamos hasta que se perfeccionó. La tendencia de los grandes fabricantes es a utilizar este tipo de barnices pero de momento no pueden utilizarlo porque nosotros tenemos la exclusiva, que se acabará al final de este año: la casa que

lo ha desarrollado es BONA".

"Además de implantar este nuevo sistema hay que modernizar toda la línea de barnizado y hay muchos fabricantes que no pueden permitírselo, o si pueden, no les resulta fácil porque una línea de barnizado no se modifica en una semana. De momento lo que están haciendo algunos es implantar barnices parecidos para no tener que variar de modo esencial su línea y después lo lanzan con publicidad engañosa, haciendo creer que están utilizando un barniz al agua, que es lo que se lleva porque es más ecológico. Dicen que su barniz está libre de componentes químicos, cuando un barniz acrílico es pura química".

En IMA se trabaja únicamente este acabado estándar semimate, pero que puede ofertarse en brillo.

La ventaja de haber ayudado a desarrollar este barniz y haber cambiado la línea de barnizado es que el recorrido de la línea es el mismo, el precio sólo aumenta por el coste del propio barniz.

Maquinaria

Para obtener un producto de calidad otro elemento imprescindible es la maquinaria. "Nuestra maquinaria está adaptada



para la fabricación y la tecnología es propia, es decir, nosotros hemos hecho muchas de las máquinas que están funcionando y nos ha costado muchos años desarrollarlas. Esto es lo bueno y lo malo que tiene este tipo de fabricación, que no existe una maquinaria estandarizada que realmente funciones. El 60% de la maquinaria que se necesita tiene que ser especial y no la hay en el mercado. Hay empresas que se dedican a vender líneas enteras pero al ponerlas a funcionar te surgen muchos problemas porque para elaborar este producto se debe jugar con muchas variables y no es tan fácil como comprar una determinada máquina, que es muy buena, tiene que adaptarse a tus necesidades".

Mercado

Su mercado se dirige hacia los almacenistas que mantienen un stock y se encargan de distribuir al minorista. La promoción se realiza a través de revistas técnicas pero a partir del 98 van a enfocar la publicidad directamente al consumidor final. "Siempre procuramos informar y asesorar acerca de la calidad de los materiales con que fabricamos, de sus peculiaridades y de la mejor forma de instalarlo, adaptándose a cada obra, a cada presupuesto, porque hay muchas soluciones a la hora de la instalación".

Su catálogo es uno de los más completos del mercado. Todavía no han retirado ningún modelo y en cambio han ido incorporando progresivamente otros. La oferta actual es de seis tipos diferentes de tarima de Roble, tres de Jatoba, uno de Haya y otro de Teca. La tendencia es a un mayor uso de maderas claras, pero el roble es la especie predominante (salvo en el Norte y Galicia donde gustan las maderas rojizas) a pesar de que suben el Haya y el Arce. "Nosotros tenemos 7 modelos de tabla ancha y sí se nota el incremento de la demanda, a pesar de ser lógicamente más caros".

Trabajan a stock de cada modelo y van rotando de uno a otro.

Aunque el pavimento de madera sigue creciendo a costa de otros materiales como la moqueta y el cerámico que sigue siendo el número uno, existe un competidor peligroso, el de los laminados melamínicos o de alta presión sobre soporte de tablero. Son los suelos más vendidos en las tiendas de bricolaje. Imitan a la madera y en algunos casos se venden como tarimas flotantes cuando en realidad no lo son. A pesar de ser muy resistentes al impacto si se llega al soporte ya no se pueden restaurar porque no acepta un lijado o un acuchillado. "Ellos pueden llamarlo sistema flotante, pero no tarima, porque no es madera, es un re-

vestimiento sintético que además presenta problemas de cargas estáticas".

El otro peligro viene del norte. Los países nórdicos son los principales productores de parquet flotante. Además hay dos fábricas importantes en Norteamérica, pero no son suficientes para abastecer al mercado americano.

IMA responde a los retos ampliando el negocio. De momento quieren salir a Europa y a Asia. Por eso quieren duplicar su capacidad productiva. Han adquirido 30.000 metros más para ampliar las instalaciones fabriles y fabricar en 1999.

Los precios no han crecido en estos años; "se han estancado debido al incremento de tecnología, se han absorbido costes y los precios se han mantenido". Estos pueden oscilar entre las 6.000 y las 18.000 pta. para el consumidor final. Al distribuidor le sale en cambio a partir de las 3.500 pta.

IMA pertenece desde el principio a la Federación Española de Pavimentos de Madera donde se agrupan fabricantes de suelos, de barnices, instaladores, almacenistas,... y en general todos aquellos sectores que tienen algo que ver con los pavimentos de madera. "Es algo positivo que creo que ya empieza a dar sus frutos. A pesar de ser joven ya empiezan a plantearse cosas de envergadura..."