

Parquet de listones

# PLEXWOOD



## El largo proceso de desarrollo de un producto

Para introducir en el mercado un nuevo producto para la construcción, se requiere mucha paciencia. Sobre todo, los contratistas suelen dar frecuentes motivos de frustración para las últimas innovaciones tecnológicas, según dicen en la firma Plexwood. Sin embargo, la empresa hizo caso omiso de esta circunstancia y lleva ya varios años trabajando en la introducción de una nueva variedad de parquet tipo 'tapiz', hecho de pequeños listones de madera encolados, bautizado Plexwood. Se trata de un suelo de estructura lineal que se distingue por una sorprendente estética. La idea del Plexwood nació cuando el ingeniero Atto Harsta, director de Aldus Bouwinnovatie, de Utrecht, y el empresario Wijnand Vos vieron

un retal de madera en un taller de ebanistería. La madera procedía de un tablero grueso hecho de varias capas de contrachapado. En el corte del retal se apreciaba claramente la estructura de las delgadas líneas de las testas de las láminas de madera. Vos y Harsta, que se conocían ya de estudiantes, quedaron seducidos inmediatamente por la posibilidad de reproducir ese mismo efecto cortando finos listones de madera para fabricar con ellos las piezas de un suelo de parquet. Para realizar el proyecto constituyeron Plexwood. Actualmente, Aldus Bouwinnovatie se ha salido ya del proyecto y Plexwood está funcionando con éxito de manera independiente, si bien Aldus Bouwinnovatie sigue desempeñando un papel como asesor para el desarrollo de los productos.

## Innovación estética

Un aspecto típico del Plexwood es que el cincuenta por cien de la madera de las piezas es de testa, y el otro cincuenta por cien está cortado al hilo. Las tablillas, con un grosor de 6 mm y un ancho de 72 mm, están compuestas de cuatro tableros de 18 mm de grosor y 120 mm de largo. En cuanto a calidad y precio, el material es parecido al parquet de tipo 'tapiz'. Plexwood sirve también para el revestimiento de mostradores y paredes, tableros de mesa, muebles y rodapiés.

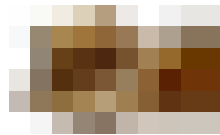
**Vos:** —Plexwood es un éxito, porque estéticamente es novedoso. El material se distingue de otros suelos de tipo 'tapiz' por su estructura de delgadas líneas que potencia el efecto espacial. Dicha estructura se debe a la posición contrapeada de las láminas.

## Especies utilizadas

Las tablillas del parquet se suministran en ocho maderas distintas: haya, meranti, caoba, chopo, pino común, pino albar y abedul.

**Harsta:** —Para un suelo resistente de Plexwood no se requiere necesariamente una madera dura; valen igualmente el chopo o el pino. Esto es así, porque la resistencia se debe a la estructura del material. La madera de testa brinda una gran durabilidad y resistencia al suelo.

También pueden combinarse distintos tipos de madera en la fabricación de las tablillas. Puede componerse por ejemplo una tablilla que tenga abedul en los bordes y dos tableros de otro tipo de madera en el interior. Esto da como resultado una estructura lineal muy curiosa. Para el éxito del producto es muy importante la respuesta por parte de los arquitectos o decoradores. Tienen que



## PRODUCTOS

estar dispuestos a utilizar este material. En un ochenta por cien de los casos su aplicación pasa por la intervención de un decorador. El coste de un suelo de Plexwood es parecido al de un parquet de tipo 'tapiz' con una media de 210 florines holandeses por metro cuadrado, colocación y acabado incluidos.

### Aplicaciones

Las tablillas de Plexwood van encoladas sobre un suelo base de aglomerado. Las tablillas tienen cierta elasticidad, de modo que se aplican bien incluso aunque la base no esté perfectamente plana. La colocación se realiza de forma tradicional mediante clavadora, y a continuación se aplica la pasta de relleno y se lija el suelo. Después de este procedimiento, las marcas de la clavadora habrán quedado prácticamente invisibles y el resultado es un suelo perfectamente ajustado y liso. También es posible colocar las tablillas con patrones especiales, como por ejemplo de espiguilla. Para evitar los efectos de la humedad, se utiliza pegamento de poliuretano. El mejor tratamiento para la cara vista es con un producto a base de aceite. Debido a la gran capacidad de absorción de la madera en testa se recomienda la aplicación de aceite en dos manos seguidas. El aceite funciona como impregnación hidrófuga. A continuación debe aplicarse una capa de cera con una composi-



ción básica idéntica a la del aceite. El aceite y la cera juntos forman una buena capa hidrófuga. En unas condiciones de uso normales, es suficiente con restaurar la capa de cera una vez al año. Puede utilizarse un acabado con barniz, pero es más problemático.

**Vos:** *—No lo recomendamos. El barniz sufre mucho desgaste en las zonas de más tránsito. No puede aplicarse una capa de barniz de forma parcial; primero debe lijarse el suelo entero para eliminar toda la capa antigua. Esto conlleva mucho más trabajo que el mantenimiento con cera.*

### Éxito rápido

Durante los primeros dos años, Vos y Harsta se emplearon de forma casi exclusiva en el desarrollo del producto.

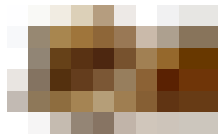
**Harsta:** *—Es fácil caer en la tentación de perseguir un rendimiento rápido. Muchas veces la gente no dedica el tiempo necesario a recorrer toda la fase del prototipo y la fase de posdesarrollo. Se lanzan los productos cuanto antes y se espera un éxito rápido. Es un fenómeno típico en el sector de la construcción. Pero no funciona así. A la hora de buscar un fabricante, Harsta y Vos encontraron muchas resistencias.*

**Vos:** *—Entrás en una empresa y todo el mundo te recibe encantado, pero en cuanto terminas la primera prueba todo se queda en nada. Por esa razón, Harsta y Vos empezaron a pequeña escala y optaron por una introducción paulatina de su creación. Hemos dedicado mucho tiempo al desarrollo del producto y a la instruc-*

*ción de los parquetistas. Si no lo hubiésemos hecho así, y si sólo hubiésemos perseguido la mayor cantidad posible de metros cuadrados, habríamos sufrido mucho mayor riesgo de tener problemas. Y una vez que te has forjado una mala reputación es muy difícil deshacerte de ella. Ahora conocemos el producto en todas sus facetas y sabemos exactamente cuál es la mejor forma de aplicarlo. Además estamos preparados para transmitir convenientemente nuestros conocimientos sobre la aplicación a los parquetistas.*

### Falta de visión

La introducción de un nuevo producto en el mercado de la construcción suele ser dificultosa. También Vos y Harsta tuvieron que experimen-



## PRODUCTOS

tar lo duro que es.

**Vos:** *–En la construcción no se producen muchas innovaciones esenciales. Suelen darse innovaciones técnicas en función de cada proyecto. Se detecta un problema y se busca una solución. Sólo muy ocasionalmente sale de ahí un producto nuevo. No suelen darse las búsquedas expresas de un nuevo producto estándar. También en la industria de la carpintería la innovación suele ser más bien accidental. Raras veces ocurre que una empresa de carpintería amplía su cuota de mercado a través del desarrollo de un producto nuevo.*

Dice Harsta que existe una total falta de visión a largo plazo entre las distintas partes integrantes del mercado de la construcción. Subraya que la mayoría de los departamentos de I+D de las empresas suelen carecer de plantilla suficiente. Además, a la hora de introducir en el mercado un nuevo producto, su visión no suele extenderse más allá de un año, cuando lo normal es que empiece a darse un rendimiento a los dos o tres años.

**Harsta:** *–En muchas empresas I+D no es un proceso continuo, cosa que, sin embargo, es totalmente distinta en la industria de la informática o del automóvil. En la construcción se empieza a innovar cuando caen las ventas.*

### **Inhibidores de innovación**

Ambos coinciden que

tanto contratistas como empresas contratadas tienen una influencia negativa sobre la innovación en la construcción.

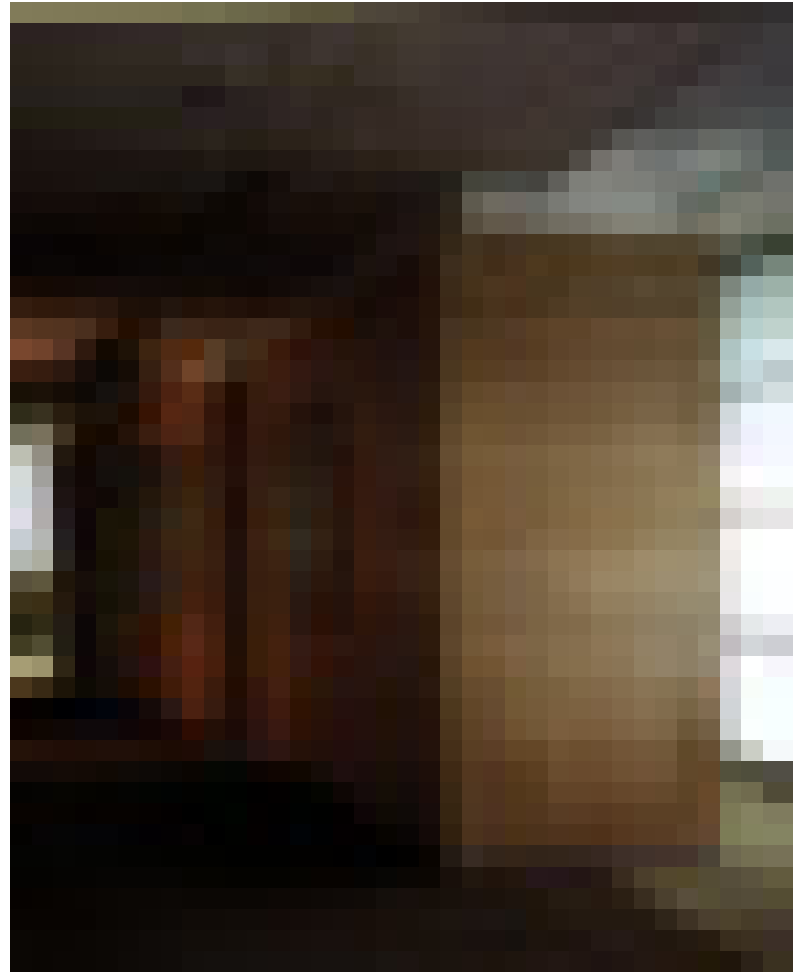
**Vos:** *– El contratista suele preferir trabajar con materiales que ya conoce. Si no los conoce, cree correr un riesgo y aumenta el precio. Existe un fuerte mecanismo de autoprotección. A consecuencia, muchas veces se eliminan las innovaciones de los proyectos, o se requieren grandes reajustes de los presupuestos.*

La gran presión sobre el mercado es otro factor inhibitorio. Se dispone cada vez de menos tiempo para el proceso de construcción. Y las prisas no dejan lugar a la innovación.

**Harsta:** *– También la política de contratación pública tiene un efecto negativo sobre las innovaciones. El contratista tiene que trabajar al menor precio; el margen de beneficios se reduce hasta tal punto que evitará cualquier riesgo. No le interesa aventurarse con un producto nuevo. Sin embargo, las posibilidades de innovación son algo mayores cuando se produce un trabajo en equipo del arquitecto con el contratista y las mayores empresas subcontratadas.*

### **Pensar en el mercado**

Harsta opina que el mundo de la construcción se dedica poco a la innovación de materiales. Y lo mismo ocurre



en la industria de la carpintería. Sobre todo hay muchas posibilidades en cuanto a innovación estética. En el ramo de la carpintería nadie suele dar ninguna importancia a la innovación. La gente está contenta con la situación existente, de modo que apenas se dedica esfuerzo al desarrollo de productos con orientación al mercado. Ahora que la madera goza de tan gran atractivo en el mundo de la arquitectura debería de aprovecharse la situación para mejorar la estrategia de mercado. En el caso de un producto de tipo estético, por ejemplo, hay que dirigirse a los arquitectos. No sólo

enviándoles un folleto, sino convenciéndoles con unas buenas muestras de calidad. Ese es el espíritu que falta. Aún quedan muchas posibilidades abiertas.

John Paul Stoopman de la empresa Plexwood ha asegurado a AITIM que piensan introducir este producto en nuestro país. en 2002 ■

ADAPTACIÓN DEL ARTÍCULO DE WIM GORDIJN  
ZOUTSLOOT 35  
8861 ST HARLINGEN  
HOLLAND  
WIM.GORDIJN@WXS.NL

APARECIDO EN LA REVISTA HOLANDESA  
HET HOUTBLAD ALMERE HOLLAND  
Nº 8/2001