



*ESTA SECCIÓN DE LA REVISTA SÓLO SE INCLUYE EN LOS EJEMPLARES QUE SE RECIBEN POR SUSCRIPCIÓN E INTERCAMBIO

Publicación bimestral
ISSN 0044-9261

Imprime:
Artes Gráficas Palermo, S.L.
Avda. de la Técnica 7, Pol. Ind. Santa Ana
Tfno. 91-499.01.30. Fax. 91-4990099
28529 Rivas (Madrid)
Depósito Legal M: 10.526-1963

Director:
J. Enrique Peraza

Comité de redacción:
Carlos Baso López
Manuel Fonseca Gallego
Luis García Esteban
Marco A. González Alvarez
Antonio Guindeo Casasús

Jefe de redacción:
Juan Ignacio Cortiñas S.

Redacción:
Antonio Camacho Atalaya
Ignacio Bobadilla Maldonado
Miguel Esteban Herrero
Francisco García Fernández
Gonzalo Medina Gallego
Paloma de Palacios de Palacios

Secretaría de Redacción:
Pilar Hernández

Publicidad:
Marta Bermúdez de Castro
y Pilar Zapata

Colaboradores extranjeros:
Cecilia Poblete Chile
John Chilton Reino Unido
Erik Bauer Alemania
Philippe Crubilé Francia
Attila Nagy Hungría
Lezsek Zukowsky Polonia
Martin Sarkan República Checa
Christian Arbaiza Perú
Nelly Malmanger Países nórdicos

Composición del Consejo de AITIM

Presidente

D. Jesús Guillén Aragonés

Vicepresidente

D. Marco Antonio González

Representante del Ministerio de Economía

Vocales empresarios

D. Angel Meijide

Sector Tableros

D. José Ramón García

Sector Puertas

D. Alex Azpiazu

Sector Muebles de Cocina

D. Manuel Muelas Peña

Sector Casas de madera

D. Francisco G. Herranz Barrio

Sector Madera laminada

Vocales institucionales

Representantes de la Comisión Interministerial de Ciencia y Tecnología

José Manuel Fernández de Labastida

Representante del Ministerio

de Agricultura, Pesca y Alimentación

D. José Miguel Herrero Velasco

Representante de la Escuela Técnica Superior

de Ingenieros de Montes

D. Antonio Guindeo

Representante del Consejo Superior

de Arquitectos

D. Joseba Escribano Villán

Representante del Consejo General

de la Arquitectura Técnica

D. Alberto Serra María-Tomé

Director Técnico de AITIM

D. Fernando Peraza

Secretario de AITIM

D. José Enrique Peraza

Prohibida la reproducción total o parcial de cualquier trabajo incluido en esta revista sin previa autorización, aunque se cite su procedencia. Los conceptos y opiniones en cada trabajo o noticia son de la exclusiva responsabilidad del autor, no responsabilizándose ni solidarizándose necesariamente la revista.

REDACCIÓN, ADMINISTRACIÓN Y PUBLICIDAD: CALLE DE LA FLORA 3, 2º DCHA. 28013 MADRID.
TFNOS. 91-542 58 64 - 547 85 01. FAX 559 05 12. INFORMAME@AITIM.ES WWW.AITIM.ES

Sumario

EDITORIAL

Una de merchandising

6

ARQUITECTURA

AMP arquitectos, maestros de la carpintería y la arquitectura

JOSÉ LUIS GAGO Y J. ENRIQUE PERAZA

13

Centro de visitantes Savill, en el corazón de Windsor

GLENN HOWELS ARCHITECTS

26

PRODUCTOS

28

Laminados HPL, mercado CE y tableros compactos

FERNANDO PERAZA

34

Restricciones al uso del arsénico

38

Últimas normas publicadas

44

EMPRESAS

56

SELLO DE CALIDAD AITIM

58

DIRECTORIO COMERCIAL

66

MERCADO Y EMPRESAS*

Comercio exterior de la madera en 2006

68

Comercio exterior de carpintería 2006

69

Evolución del parquet en 2006

74

DIRECTORIO DE TECNOLOGÍA

76

TECNOLOGÍA

81

SUPLEMENTO FEIM*

Foto portada: Edificio Bouza. AmP Arquitectos

Editorial

Una de merchandising

Se dice de algunos artistas, que continuamente se reinventan a sí mismos para seguir en el candelero. Algo semejante parece ocurrir con algunas ferias de muestras.

A las puertas de Construmat, la gran feria de la construcción en España, conviene replantearse la presencia de los elementos de carpintería y construcción con madera en las ferias nacionales. Por un lado Construmat padece de gigantismo y casi se convierte en un agujero negro, donde el riesgo es pasar desapercibido. Además, los visitantes apenas pueden visitarla en un día con lo que se les somete a un stress que va en contra de la filosofía ferial. Por eso, surgen alternativas. Por un lado Construtec (años alternos a Construmat)

ha dado un paso importante, al menos en el capítulo de la madera, pero no están todos los que son y, en líneas generales, sigue a años luz del certamen catalán. Los prescriptores se van animando a asistir, pero con timidez.

Por el otro flanco ataca Maderalia, que, partiendo de su sólida posición dentro del mundo de los proveedores de industrias de carpintería y mueble, y con una dirección muy bien informada y conectada con el mundo de la madera, quiere ampliar su espectro al mundo de la construcción aprovechando los vientos favorables. A un nivel menor se mueven otras ferias regionales e ibéricas (Oporto).

En definitiva, movimientos feriales que tratan de captar la atención de proveedores y profesionales. Es difícil vaticinar quién se acabará llevando el gato al agua, o si lo harán todos, máxime con los cambios que se esperan en el sector.

Como principio general, lo lógico es que los productos dirigidos a la construcción deben presentarse en las ferias a las que acuden los prescriptores de la construcción.

Ahora bien, las ferias tienen que ganarse a su público con profesionalidad, servicios, actividades complementarias, etc. En este sentido es difícil saber qué pasará. Las puertas, ventanas, celosías, escaleras, revestimientos de paredes, pavimentos, vigas y cerchas de madera maciza o laminada, y los productos auxiliares necesarios para su colocación, deben estar en una



feria donde acuden arquitectos, ingenieros, interioristas, constructores y promotores, porque a nuestras empresas les interesa mostrar sus soluciones a los prescriptores no a los otros compañeros de profesión que sólo acuden para buscar ideas que puedan incorporar a sus productos o, si es una feria mixta, a ver maquinaria.

Item más, sería deseable un salón monográfico de la madera en la arquitectura y hay suficiente número de empresas para ello.

El sector de la construcción no va a seguir creciendo indefinidamente al ritmo de los últimos años; cada vez se presiente más agotado el ciclo y la historia nos dice que tienen que venir años duros en los que sólo puedan quedarse los más

competitivos. La publicidad tiene que servir de presentación y apoyo, pero detrás tiene que haber una buena estructura industrial y empresarial. Los salones apoyan, pero no sustituyen el esfuerzo que exige la continua mejora de la competitividad, aunque también es cierto que en estas exposiciones se cuida la presentación y se destaca el diseño del producto. El diseño es uno de los factores que mejoran la posición competitiva. En un mercado global y excedentario, el diseño es uno de los mejores argumentos para encontrar un hueco en el mercado y, tradicionalmente, nuestro sector hasta hace muy poco no le ha dado la importancia que merece.

La dureza del mercado exterior y la entrada con un ímpetu arrollador de los países emergentes, en especial los BRIC (Brasil, Rusia, India, China), están poniendo de manifiesto nuestro estancamiento. En el año 2006 China fue el primer suministrador de productos de carpintería a España con el 13,2% de la carpintería que se adquirió en el exterior, pero Brasil fue el 6º y entre los diez primeros se encuentran ya dos países de reciente incorporación a la U.E. cuyo desarrollo ha de ser forzosamente acelerado. Las importaciones de productos de carpintería en este pasado año han más que duplicado las exportaciones, cada año de estos últimos años vamos perdiendo competitividad. La tasa de cobertura sólo en cuatro años ha pasado del 53% al 44% y esto debe hacernos pensar.

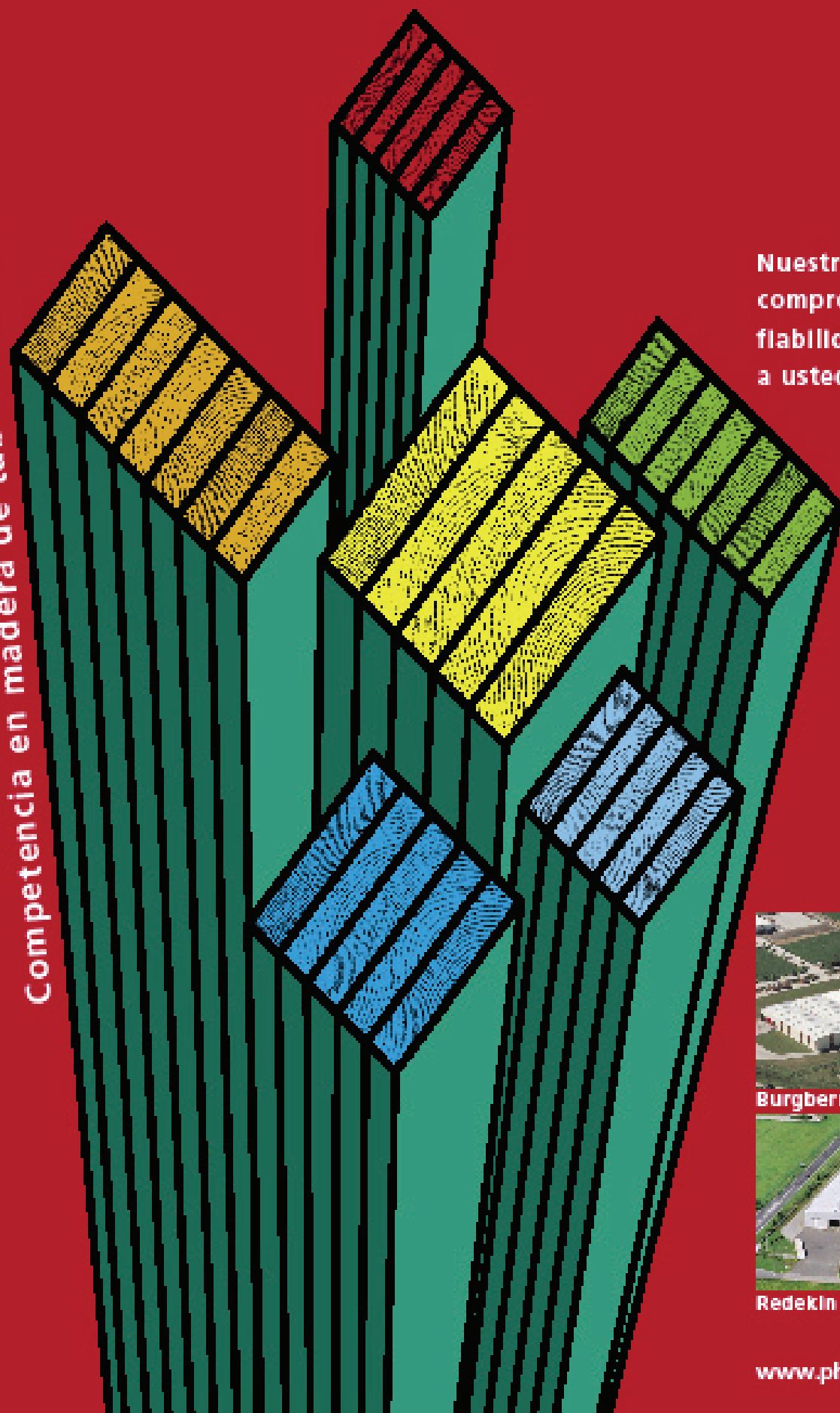
LANG Y CIE, S.A.
Serrano 63
28006 Madrid, Spanien
T +34/914350816
F +34/915761183
lang@langycia.es

PHB

Burgberheimer Holzbau Redekiner Holzbau

Feria de la Construcción
de Nuremberg
Del 27 al 29.04.2006
Pabellón no 2, Stand no 410

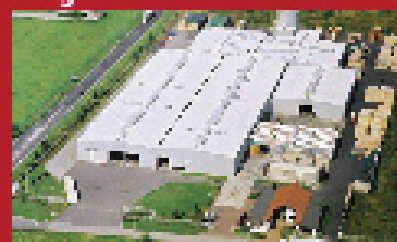
Competencia en madera de tablas ensambladas



Nuestra calidad
comprobada y nuestra
fiabilidad le dan
a usted el éxito.



Burgbernhelm



Redeklin

www.phb-group.com