

SUELOS DE MADERA VS LAMINADOS

LA CONVIVENCIA EN UN SECTOR INNOVADOR, SOSTENIBLE Y EFICIENTE



SUELOS DE MADERA VS LAMINADOS

LA CONVIVENCIA EN UN SECTOR INNOVADOR, SOSTENIBLE Y EFICIENTE



En un sector en constante evolución, los suelos de madera y laminados se enfrentan a desafíos y oportunidades únicas. La competencia con nuevos materiales y tecnologías, la creciente demanda de sostenibilidad y la escasez de mano de obra cualificada son solo algunos de los factores que están redefiniendo la industria. En este reportaje, exploramos las respuestas de las principales empresas del sector a un cuestionario en el que han revelado sus estrategias para mantenerse competitivas, innovadoras y ecológicamente responsables. Además, analizamos el papel crucial de los arquitectos e interioristas en la prescripción de estos productos y anticipamos las principales tendencias que marcarán el futuro del mercado en convivencia de los suelos de madera y laminados.

Las empresas referentes consultadas, a las que agradecemos su colaboración en este reportaje, son: FAUS INTERNATIONAL FLOORING, L'ANTIC COLONIAL, GABARRÓ HERMANOS, BERRYALLOC, DISTIPLAS FLOORS MAIA-OTTO, FLINT FLOOR, PARCAMAN, YVIRA, IMA TARIMA FLOTANTE, VALENCIANA DE MOLDURAS ALTO TURIA, JUNCKERS IBÉRICA, GERFLOR IBERIA y PRÊT A PARQUET.

Foto: Yvira

Existe un eterno debate sobre la elección entre suelos de madera y laminados que se extiende al sector profesional. Diseñadores de interiores, arquitectos y otros prescriptores relacionados consideran cuidadosamente las ventajas y desventajas de ambos suelos para cada proyecto. Por ello, hemos indagado en las claves para desentrañar las diferencias fundamentales entre estos dos materiales omnipresentes en viviendas y espacios de trabajo, consultando a estas empresas líderes en su fabricación y comercialización. Su visión experta revela un panorama rico en matices que va más allá de la mera estética.

A modo de síntesis, coinciden en destacar de la madera natural su durabilidad a largo plazo, la posibilidad de restauración y su inigualable calidez y elegancia. Sin embargo, reconocen que los laminados ofrecen una alternativa más económica, resistente y de fácil mantenimiento, ideal para proyectos con presupuestos ajustados o necesidades prácticas específicas. Además, la sostenibilidad emerge como un factor crucial, asumiendo certificaciones y prácticas responsables en la producción de ambos tipos de suelos; al igual que la innovación, con avances tecnológicos que mejoran la resistencia, la facilidad de instalación y la versatilidad de los laminados. Pero, **¿qué prioriza cada uno de nuestros referentes para que arquitectos, diseñadores de interiores y prescriptores se decanten por uno u otro suelo para sus proyectos?**

FAUS INTERNATIONAL FLOORING es un fabricante valenciano de suelos laminados y revestimientos decorativos. Desde el departamento de marketing, Laura García explica lo siguiente: “Los suelos de madera ofrecen una estética natural y pueden restaurarse, pero requieren más mantenimiento y son más costosos. Los laminados, en cambio, son más resistentes a impactos y humedad, requieren menos cuidado, son más asequibles y fáciles de instalar. En cuanto a sostenibilidad, los laminados suelen usar menos madera natural, pero la madera certificada PEFC Y FSC es una opción ecológica”.

L'ANTIC COLONIAL, firma del GRUPO PORCELANOSA especializada en productos naturales para revestimientos y

<<los dos productos tienen una durabilidad alta si se instalan correctamente y su mantenimiento es el adecuado>>

suelos desde 1999, destaca claras ventajas del suelo laminado desde su departamento de marketing, “(...) en cuanto a resistencia y costes respecto a un suelo de madera natural. En primer lugar, el suelo laminado otorga una resistencia a impactos y rayas mayor que un suelo de madera natural. Además, es un producto más económico”. Sobre el mantenimiento, limpieza y conservación afirma resultar similares para ambos materiales en interiores, y se centra más en la instalación: “Tanto para los laminados como para una gran parte de los productos de suelos de madera natural, se puede optar por elegir una instalación flotante al suelo. Este tipo de instalación aporta ventajas de rapidez, limpieza y costes, siendo una elección acertada para reformas. Con la madera natural, además, también se puede optar por una instalación encolada al suelo. Los dos productos tienen una durabilidad alta si se instalan correctamente y su mantenimiento es el adecuado. Si bien es cierto que el suelo de madera natural es para toda la vida. Existen diferentes tratamientos que mejoran su aspecto o incluso lo modifican. Se trata de un producto que puede ser restaurado con el paso del tiempo y de su uso”.

En cuanto al prescriptor, desde L'ANTIC COLONIAL matizan: “A la hora de realizar el estudio de la elección de un producto u otro, se basa en las características y tipo de proyecto que está desarrollando. Un suelo de madera natural otorga calidad, notoriedad, incluso exclusividad a un proyecto. Para proyectos de casas, apartamentos, hoteles de nivel medio-alto, elegir un suelo de madera natural hace que el proyecto alcance ese estatus requerido. La madera natural aporta elegancia, calidez, atemporalidad, y en función del nivel económico del proyecto, se podrá optar por un producto diferencial y exclusivo dentro

Foto: Gabarro





Foto: Berryalloc

de los suelos de madera natural, o bien optar por un producto de mayor tendencia en el mercado. Un suelo laminado aporta un acabado estético muy interesante para los proyectos de casas, apartamentos, hoteles u otras tipologías. Es un producto a tener en cuenta para conseguir un aspecto estético moderno y elegante, al mismo tiempo que aporta una alta resistencia al desgaste”, concluyen.

GABARRÓ HERMANOS es una empresa con más de 100 años de experiencia en la distribución de madera, tableros, suelos de interior, tarimas de exterior y otros productos derivados de la madera. Según Laura Tomás, su Responsable de Marketing: “Los suelos de madera y los laminados tienen diferencias importantes en durabilidad, mantenimiento, coste, instalación y sostenibilidad. La madera natural, con el cuidado adecuado, puede durar generaciones, ya que permite ser restaurada y renovada con lijado y barnizado. Los laminados, aunque resistentes a golpes y arañazos, no pueden restaurarse y deben reemplazarse al final de su vida útil”. Sobre el mantenimiento, destaca que “los suelos de madera requieren cuidados específicos, como evitar la humedad y emplear productos especializados. Los laminados, gracias a su capa de protección sintética, son más fáciles de limpiar y mantener”. En términos de coste, “la madera natural tiene un precio más elevado debido a su origen y proceso de producción -apunta la señora Tomás-, pero su longevidad y valor estético pueden justificar la inversión. Los laminados, al ser industriales, ofrecen una alternativa más económica y accesible sin renunciar a un buen diseño. La instalación es otro punto diferenciador. Mientras que los laminados cuentan con sistemas de clic que facilitan su colocación, los suelos de madera requieren un proceso más elaborado, con encolado o clavado en algunos casos”. En último lugar, opina que la elección entre madera y laminado por parte del prescriptor, “depende del tipo de proyecto. Para espacios de alto valor estético y con posibilidad de restauración, la madera es la mejor opción. Si se busca una solución económica, resistente y de fácil mantenimiento, el laminado es una alternativa eficiente”.

BERRYALLOC, especialistas en todo tipo de soluciones para suelos, desde suelos vinílicos hasta sus exclusivos suelos de alta presión, forma parte de Beaulieu International Group. En

España y Portugal, la presencia del grupo se materializa a través de su filial BERRY IBÉRICA. Según su director comercial, Ángel Criado: “Los suelos de madera son una opción natural y elegante, pero requieren un mayor nivel de mantenimiento y son más sensibles a arañazos y humedad. En cambio, los suelos laminados tradicionales ofrecen mayor resistencia al desgaste, aunque en BERRYALLOC damos un paso más allá con nuestros suelos de alta presión (HPF), que destacan por su durabilidad, resistencia a impactos, humedad y arañazos. En cuanto al mantenimiento, la madera necesita tratamientos periódicos para conservar su apariencia y funcionalidad, mientras que nuestros suelos de alta presión solo requieren una limpieza regular con productos neutros, lo que facilita su cuidado y prolonga su vida útil”.

Respecto al coste y la instalación, el señor Criado comenta: “La madera representa una inversión más elevada, tanto en la compra del material como en su mantenimiento a lo largo del tiempo. En cambio, los suelos de alta presión, ofrecen una alternativa más asequible sin comprometer la calidad ni la longevidad. La instalación es otro factor clave a considerar. Nuestros suelos HPF incorporan un sistema de click de aluminio avanzado (AluLoc), que permite una instalación sencilla y altamente resistente, ideal para reducir tiempos de instalación. Además, este sistema nos permite la instalación de superficies de mayores dimensiones sin juntas de dilatación, alcanzando hasta 15x15 metros. En términos de sostenibilidad -prosigue el director comercial-, BERRYALLOC apuesta por el uso de materiales certificados, asegurando productos más ecológicos y duraderos, lo que contribuye a minimizar el impacto ambiental y al mismo tiempo garantiza la máxima calidad.

Frente a un prescriptor, destacaría que nuestros suelos de alta presión combinan la estética y calidez de la madera con una durabilidad superior, convirtiéndolos en la opción ideal para proyectos exigentes como hoteles, oficinas y espacios comerciales de alto tránsito. Además -puntualiza en nombre de BERRYALLOC-, ofrecemos una amplia variedad de formatos y tamaños, desde lamas estándar hasta extra largas y extra anchas, adaptándose a las necesidades específicas de cada proyecto y proporcionando una mayor flexibilidad en el diseño y la instalación”. →



Foto: L' Antic Colonial

Francesca Fernández Mingorance, prescriptora en DISTIPLAS FLOORS MAIA-OTTO, empresa especializada en pavimentos ligeros con más de 75 años de experiencia, detalla las principales diferencias entre los suelos de madera y los laminados según criterios clave. Respecto a durabilidad y resistencia de ambos materiales, destaca la longevidad de los suelos de madera: “Tienen una larga vida útil (décadas o incluso siglos), dependiendo del tipo de pavimento de madera, grosor, composición o incluso tecnología. En DISTIPLAS tenemos tarimas de nuestra marca Quick Step en las que hablamos de Wood for life, si se mantienen adecuadamente, en este caso la principal característica es la tecnología, pero todos nos hemos maravillado con tarimas de madera natural en palacios como el de SCHÖNBRUNN, Viena, donde a día de hoy lucen losetas de madera del siglo XVII, estos suelos son susceptibles a arañazos, humedad y cambios de temperatura, pero pueden lijarse y restaurarse varias veces. La diferencia con los nuevos pavimentos tecnológicos es que, siendo naturales, no se requiera lijar y pulir tanto, siendo más resistentes a impacto y rayada, e incluso al agua”. De los suelos laminados alude, en general, a su resistencia “a manchas, arañazos, o golpes, y comenta: “En cuanto a la humedad si disponen de un cierre hermético, clic de Uniclic y de un revestimiento hidrófugo HydroSeal, hará que la garantía de sus suelos permanezca con garantías de por vida en algunos casos. Sin embargo, hay suelos laminados que si no tienen un buen tablero, clic y revestimiento hidrófugo, con el propio fregado de uso diario, pueden ver dañadas sus cabezas con aperturas en los clics. La diferencia también está en las reparaciones, los suelos laminados no se pueden pulir, se tienen que sustituir las tablas, a diferencia de la madera natural”.

En cuanto al mantenimiento, los suelos de madera convencionales son más delicados, “se deben limpiar con productos específicos y evitar la humedad excesiva. Periódicamente pueden necesitar lijado y barnizado, o aceitado. Sin embargo, la nueva evolución de los suelos con tecnología Hydroseal tienen resistencia al agua, por 72 horas y no necesitan ser lijados con la misma necesidad por sus barnices resistentes a la rayada y a la mancha. También las nuevas tendencias en suelos hacen que los pavimentos no tengan brillos, y que el texturizado de las tarimas dejen ver menos los desperfectos”. Por el contrario, los laminados se pueden limpiar con productos convencionales, y “no requieren tratamientos especiales e incluso puedes ponerlos en cocinas y baños si disponen de garantías para ello”, añade.

Un aspecto relevante en DISTIPLAS es el coste de ambos materiales. La prescriptora comenta que los suelos de madera son “más caros por su materia prima, especie de madera, y fabricación, pudiendo ser roble, nogal, haya, jatoba, merbau, teka, etc... La fabricación es más costosa, y la instalación también, pudiendo ir flotante o encolada. Sin embargo, su larga vida útil compensa la inversión inicial”. Pero los laminados también ofrecen interesantes ventajas: “Más asequibles, hay muchas gamas dentro de los mismos, pueden variar el precio dependiendo del formato, acabado, poro sincronizado, tecnología y garantías. Su instalación es más rápida y económica por lo general”. Finalmente, se refiere al sistema de instalación Uniclic de su firma, tanto para suelos de madera como laminados, que facilita el proceso “sin que requieran mano de obra especializada”.

Sobre el tema de la sostenibilidad plantea: “En DISTIPLAS MAIA-OTTO, estamos certificados con FSC y las tarimas que trabajamos provienen de fuentes certificadas, PEFC, FSC y puntúan en certificados Breeam, así que nuestros suelos de madera son biodegradables y reciclables”. En cuanto a suelos laminados, “su fabricación implica resinas y adhesivos que pueden contener sustancias no biodegradables. Su reciclabilidad es más limitada, aunque en este caso nosotros disponemos también de todos los certificados mencionados en la madera natural, PEFC y puntuaciones Breeam”. Y, por último, explica que la diferenciación que tiene en cuenta un prescriptor depende del tipo de uso: residencial, comercial o contract. Por ello, “si busca prestigio, autenticidad, materiales nobles y valor a largo plazo, la madera natural es la mejor opción. Si prioriza practicidad, resistencia y bajo coste, el laminado es más adecuado. También podemos incluir aquí al SPC”. Y respecto a “proyectos sostenibles, conviene evaluar certificaciones y la procedencia de los materiales de cada material presentado”.

FLINT FLOOR es una marca especializada en materiales técnicos para revestimientos y pavimentos, integrada en el GRUPO BENMAYOR. Diseñan, fabrican y comercializan soluciones para suelos y otras superficies. Sobre la madera, su director, Fernando Sáez, comenta: “es un material noble y natural que aporta calidez y autenticidad, pero requiere tratamientos específicos para mejorar su estabilidad dimensional y resistencia. Con el tiempo, puede sufrir oxidación, cambios de color y un desgaste más rápido debido a su menor dureza. En contraste, los suelos laminados incorporan tecnología avanzada con substratos de alta densidad y resinas prensadas a alta presión y temperatura, lo que les confiere una mayor resistencia al rayado, impacto →



PREMIUM
Gerflor

**Creado para durar,
diseñado para impresionar.**

CONOCE MÁS



DE PREMIUM

 Larga
durabilidad

 Gran variedad
de diseños

 Máxima
resistencia

80% Contenido biológico,
mineral y reciclado

Gerflor
theflooringroup

y agentes químicos”. Como ejemplo, el director cita el “innovador sustrato HPB (High Pressure Board), único en el mundo, que ofrece una durabilidad sin precedentes. Este avance no solo mejora la vida útil del producto, sino que también reduce el impacto ambiental al minimizar la necesidad de reemplazo y mantenimiento, reforzando nuestro compromiso con la sostenibilidad”.

PARCAMAN, empresa familiar dedicada a la fabricación de parquets, tarimas y láminas de madera, ubicada en Tarancón, Cuenca, ofrece sus valoraciones a través de su departamento de administración: “Los suelos de madera están hechos de madera maciza o contrachapada, lo que les da un aspecto natural y auténtico. En cambio, los suelos laminados están compuestos por varias capas, siendo la capa superior una imagen de madera impresa sobre un material de base, como MDF o HDF”. En el apartado “durabilidad”, PARCAMAN asegura que los “suelos de madera son más susceptibles a rayones y daños por humedad, aunque pueden ser lijados y renovados. Los laminados, por otro lado, son más resistentes a los arañazos y a la humedad, pero no se pueden reparar de la misma manera”. Sin embargo, enfatiza su facilidad y rapidez de instalación, “ya que muchos vienen con un sistema de clic que no requiere adhesivos. Los suelos de madera pueden requerir más tiempo y esfuerzo para instalar, especialmente si se necesita pegar o clavar”. Y recopilando sus valoraciones, del suelo de madera reconoce que su mayor coste y mantenimiento especializado, aunque destaca su belleza y calidez, “que muchos prefieren, con variaciones únicas en el grano y el color”;

frente a los suelos laminados, “una opción más económica, lo que los hace atractivos para muchos”, aunque no siempre logran capturar la esencia de la madera, aunque la imiten. Eso sí, los laminados “son más fáciles de limpiar y mantener”, confirman desde PARCAMAN.

YVYRA es una empresa especializada en la fabricación de suelos y pavimentos de madera de alta calidad, “con casi 50 años de experiencia y proyectos en más de 80 países -incluyendo Casa Batlló en Barcelona, el Museo del Louvre en Abu Dabi y el Waldorf Astoria en Maldivas-, explica su Director de Ventas de Exportación, Mario Rodríguez, quien presenta sus dos marcas líderes: Ynova como “solución de suelo de interior de alta tecnología, que combina impresión digital sobre madera con una durabilidad superior”, y Exterpark, un avanzado sistema de tarima para exteriores, “con instalación sin tornillos, accesibilidad total y madera con certificación FSC”.

La madera sigue siendo una opción superior en términos de longevidad y estética. La solución Ynova, combina la impresión digital sobre madera con alta durabilidad y resistencia al agua, lo que la convierte en una alternativa avanzada para suelos de interior que, explica, “ha pasado por una evolución de materiales, desde la madera maciza tradicional hasta la madera tecnológica y los laminados. Aunque los laminados siguen siendo una opción práctica, la madera ofrece mayor longevidad, capacidad de renovación y una estética más rica. Ynova cierra esta brecha, combinando lo mejor de la tecnología y la naturaleza”, asegura el señor Rodríguez. Así, Ynova ha sido diseñada para ofrecer un mantenimiento más sencillo y adaptado a las necesidades actuales, con alta resistencia al agua y un rendimiento superior en áreas de alto tránsito.

En términos de instalación, este fabricante ha patentado un novedoso sistema de instalación de tarimas: “THE SHARK, nuestro último sistema patentado de clips sin tornillos”, que reduce el tiempo de instalación hasta tres veces. Además, mejora la estética gracias a un “perfil invisible”, y permite “accesibilidad total a las tablas, permitiendo reemplazos rápidos cuando sea necesario”. Pero en el tema sostenibilidad, la gran apuesta de YVYRA, utilizando “madera con certificación FSC, garantizando una obtención ética y responsable”, una producción alimentada por energía solar, y materiales reciclables, asegurando que sus productos cumplen con altos estándares ambientales y fomentan la economía circular. Por todo ello, “nuestros materiales ayudan a los proyectos a cumplir con los estándares de construcción sostenible, garantizando la longevidad y la responsabilidad ambiental en cada instalación”, asegura el director de ventas.

IMA TARIMA FLOTANTE es una división del Grupo IMA, especializada en la creación de suelos flotantes de madera para todo tipo de espacios. Esta es la valoración que ofrece su Fundador y Presidente, José Luis Aliende: “La durabilidad de los suelos de madera es mayor ya que se pueden restaurar, cepillarse y barnizarse de nuevo para recuperar su aspecto inicial, junto con su mejor integración estética en las casas según van pasando los años y como su mejor comportamiento, de forma significativa en cuanto a ruidos comparados con los laminados e imitaciones diferentes que hay en el mercado. Nuestro producto es un excelente material aislante térmico y acústico”. Además, menciona el sencillo



Foto: Gerflor



Foto: Faus

mantenimiento que requiere: “una simple limpieza con los productos adecuados es suficiente para seguir manteniendo su estética”. Pero el punto a destacar, según el señor Aliende, es su sostenibilidad: “Los suelos de madera superan con creces a los laminados tanto en lo relativo a huella de carbono, como de energía empleada en su fabricación y reciclabilidad al final de su vida útil. Otro aspecto importante a destacar -prosigue- es que los suelos de madera tienen una norma específica y muy detallada de instalación que permite evitar problemas, mientras que los laminados carecen de ella siendo mucho más complicado resolver los problemas que pueden presentar dichas instalaciones”.

Y de cara al prescriptor, el presidente de IMA da su voto de confianza al suelo de madera: “están fabricados con un producto natural que aporta una gran calidez, mientras que los laminados están fabricados con productos artificiales que intentan imitar el aspecto de la madera transmitiendo una sensación más fría. Son suelos muy sujetos a la moda que en poco tiempo quedan obsoletos y deben reemplazarse; los suelos de madera natural suelen ser de aspecto más clásico y atemporal”.

VALENCIANA DE MOLDURAS ALTO TURIA, es una empresa que, entre otros productos, fabrica suelos de madera de alta calidad. Como primera valoración, su CEO, Alejandro Bermejo Fliquete, difiere en el hecho de remarcar diferencias entre suelos de madera y laminados: “Cada uno tiene sus características y es el adecuado para una instalación u otra, no podemos decir que uno es mejor que otro porque estamos hablando de productos totalmente diferentes”.

Pasamos a JUNCKERS BÉRICA, la filial española de la danesa Junckers Industrier A/S, el principal fabricante europeo de suelos de madera maciza para segmentos deportivos, residenciales y comerciales. Israel López Talavera, su Director de Ventas para España & Portugal, argumenta que las principales diferencias entre los suelos de madera y laminados son notables: “En resumen, la elección entre madera natural y laminado dependerá del presupuesto, las necesidades de durabilidad, el estilo de vida del usuario y las expectativas a largo plazo. Mientras que los suelos de madera ofrecen una opción de lujo y durabilidad, los suelos

laminados son prácticos y económicos”. Sobre su resistencia, el señor López valora la robustez de la madera natural: “(...) su durabilidad depende de la calidad de la madera, el grosor y el mantenimiento. Los suelos de madera maciza pueden durar varias décadas, incluso siglos, si se cuidan adecuadamente”. En cambio, los laminados siendo menos duraderos, “son muy resistentes a los arañazos, manchas y desgaste. Están diseñados para imitar la madera, pero su capa superior protectora hace que sean más resistentes a ciertos daños. Sin embargo, la capa exterior puede dañarse con impactos fuertes, y el material es sensible a la humedad, lo que puede hacer que se hinche si no se cuida bien”.

En cuanto a sostenibilidad, el director de ventas ofrece matices: “Si provienen de fuentes sostenibles (como bosques certificados), los suelos de madera pueden ser una opción muy ecológica. Sin embargo, los suelos de madera natural no son necesariamente renovables si no están bien gestionados. La huella ambiental de la madera también depende de cómo se cosecha y transporta”. En cuanto a “la sostenibilidad de los suelos laminados -prosigue- depende del tipo de materiales utilizados en su fabricación. Muchos laminados están hechos de partículas de madera o MDF (tablero de fibra de densidad media), lo que puede ser más ecológico si se utiliza madera reciclada. Sin embargo, el proceso de fabricación puede involucrar productos químicos y procesos que no son tan amigables con el medio ambiente como los de la madera natural”.

GERFLOR IBERIA es la filia española del Grupo Gerflor (de origen francés) especializado en pavimentos y revestimientos murales vinílicos. La empresa ofrece soluciones innovadoras, decorativas y ecorresponsables para suelos flexibles, rígidos, linóleo, revestimientos murales, suelos de seguridad y suelos antiestáticos. Su Director General, José Manuel Suárez, argumenta basándose en su experiencia directa: “En GERFLOR somos conscientes de los desafíos que presenta el mercado actual, donde la competencia de nuevos materiales alternativos y las innovaciones tecnológicas están marcando la pauta. Para mantener nuestra competitividad, hemos adoptado una estrategia centrada en la innovación constante, la sostenibilidad y la adaptabilidad a las nuevas demandas del mercado. →



Foto: L' Antic Colonial

Nuestra empresa invierte de manera continua en investigación y desarrollo, lo que nos permite ofrecer productos que no sólo cumplen con las exigencias de durabilidad y estética, sino que también incorporan las últimas tecnologías para mejorar el confort, la seguridad y la sostenibilidad". "Sin lugar a duda, -reitera el señor Suárez-, la innovación en nuestros productos es una respuesta clave para seguir siendo competitivos. Nos aseguramos de ofrecer no sólo opciones alta calidad, sino también productos que integren características innovadoras, como la facilidad de instalación y la resistencia mejorada. Esto nos permite no sólo competir, sino también liderar en el sector de soluciones para pavimentos y revestimientos en nuestro sector, anticipándonos a las necesidades de nuestros clientes".

PRÊT A PARQUET, empresa especializada en instalación de tarimas y suelos de madera desde 1985, ha contribuido con sus valoraciones en este reportaje. Sobre la diferencia entre suelos de madera y laminados, su Director, Juan Ignacio Reigada comenta: "La diferencia principal es que la madera tiene la capacidad de ser recuperable mediante un lijado y barnizado, mientras los laminados al deteriorarse no son recuperables. El residuo que genera la madera es inocuo y es recuperable para fabricar otros materiales. Los laminados, son más resistentes y más baratos, pero menos estéticos. La madera es sostenible con certificados FSC y PFSC. Para nosotros, el sonido, textura y belleza son muy diferentes. En Italia -cita como ejemplo-, el laminado ha sufrido un gran retroceso en el mercado de los pavimentos a favor de suelos resilientes".

Innovación, la solución competitiva

En un mercado cada vez más dinámico y competitivo, los suelos de madera y laminados se enfrentan al desafío de nuevos materiales alternativos y tecnologías emergentes como vinilos de última generación, o compuestos innovadores que ofrecen nuevas prestaciones, un panorama desafiante que enfrentan las empresas líderes implementando estrategias diversas para mantener su competitividad, siendo la innovación un factor clave en esta ecuación, al desarrollar productos que cumplen con las expectativas estéticas y funcionales, e incorporan avances que mejoran

la durabilidad, la sostenibilidad y la experiencia del usuario. Además, hemos preguntado directamente a los expertos si **realmente es la innovación el factor clave para lidiar con éxito en este nuevo panorama.**

El primer profesional en corroborarlo es Eugenio Valls Director Comercial de FAUS INTERNATIONAL FLOORING, que ha respondido las preguntas más técnicas en nombre de esta empresa: "nos mantenemos competitivos mediante innovación constante, desarrollando suelos laminados de alta gama con tecnologías avanzadas como Jointguard y RealFeel, que aportan mayor realismo, resistencia y durabilidad y nos permiten reproducir diferentes materiales como marqueterías, piedras, cerámicas... Además, apostamos por la sostenibilidad con materiales certificados y procesos ecoeficientes, ofreciendo productos que combinan diseño exclusivo, rendimiento superior y fácil instalación para satisfacer las demandas del mercado actual".

L'ANTIC COLONIAL, a través del departamento de marketing, enfatiza su ventaja competitiva en el mercado, gracias a su diversidad de productos: "Para nosotros es importante disponer de una amplia gama de modelos dentro de cada tipología de producto. Por ejemplo, en L'ANTIC COLONIAL disponemos de colecciones con diferentes características estéticas y técnicas: formatos de piezas o diseños, ofreciendo soluciones adaptadas a las necesidades del cliente. Respecto al producto de suelo de madera natural -especifican-, poseemos un extenso catálogo que incluye modelos que son tendencia en el sector del interiorismo, y también diseños especiales, dirigidos a aquellos clientes que buscan exclusividad y un estatus de lujo en sus proyectos. Por ello, es fundamental estar siempre a la vanguardia de las tendencias del mercado y mantener una actitud de anticipación".

Aunque comparten el mismo objetivo de ser competitivos, Laura Tomás, de GABARRÓ HERMANOS, se decanta por otros recursos: "El mercado de los pavimentos ha evolucionado con la aparición de nuevos materiales y tecnologías. Para mantenernos competitivos, apostamos por la calidad y certificación de los productos, garantizando que cumplen con los estándares actuales. Innovamos en diseño y acabados, incorporando mejoras en texturas, resistencia a la

humedad y mayor durabilidad. La sostenibilidad -continúa explicando- es un pilar clave en nuestra estrategia, promoviendo productos con menor impacto ambiental y fomentando la economía circular. También ofrecemos asesoramiento técnico y formación a profesionales para garantizar una correcta instalación y uso de los productos”. Como último apunte, Laura Tomás asegura que “la innovación es esencial para adaptarnos a la competencia. La incorporación de nuevas tecnologías permite mejorar el rendimiento de los suelos y responder a las exigencias de los clientes. Además, nos mantenemos atentos a las tendencias del sector para desarrollar soluciones que combinen funcionalidad, estética y sostenibilidad”.

La implementación de nuevas tecnologías es fundamental para Ángel Criado, de BERRYALLOC: “En BERRYALLOC nos distinguimos por nuestro compromiso con la innovación continua, desarrollando soluciones que elevan la calidad y el rendimiento de nuestros suelos de alta presión. Para ello, implementamos nuevas tecnologías que optimizan tanto la resistencia como el diseño de nuestros productos. Además, incorporamos superficies ultra resistentes al agua y a los impactos, garantizando una mayor durabilidad incluso en entornos exigentes”. Y como consecuencia, apunta: “Nuestra gama de diseños se amplía constantemente, ofreciendo texturas cada vez más realistas que replican con precisión la apariencia y sensación de materiales naturales. Asimismo, trabajamos en la mejora de los sistemas de instalación, introduciendo mecanismos de instalación avanzados que facilitan y agilizan el proceso, permitiendo una colocación más sencilla y eficiente”.

DISTIPLAS FLOORS MAIA-OTTO afronta la situación “implementando varias estrategias clave”, según Francesca Fernández. Para empezar, ofrece productos innovadores como “(...) suelos con mejoras tecnológicas, con mayor resistencia a la humedad, acabados más realistas y opciones sostenibles”. Como estrategia sostenible DISTIPLAS apuesta “por materiales certificados, reciclables y procesos de producción con menor impacto ambiental, alineándonos con la

demanda del mercado”, explica. En cuanto a “tecnología y digitalización, (...) incorporamos herramientas y nuevas tecnologías en nuestros almacenes y sistemas informáticos, para facilitar el servicio al cliente, las compras y selección de productos, mejorando la eficiencia en la logística y distribución”; y por último, resalta su capacidad de “adaptación a tendencias” a través de equipos de selección de diseños, que investigan las últimas tendencias preferentes en el mercado para responder con diseños y formatos pertinentes. Y la colaboración estrecha con prescriptores, “arquitectos, diseñadores y constructores para que nuestros productos sean considerados en proyectos desde la fase inicial, este campo nos ofrece la oportunidad de estar en tendencia, para exponer con fabricantes los que nuestros prescriptores están trazando para los próximos dos años. La innovación es, sin duda, una respuesta clave para diferenciarnos y seguir siendo competitivos en un sector en constante evolución”, finaliza.

La valoración de Fernando Sáez, de FLINT FLOOR, coincide: “El mercado está evolucionando rápidamente con la aparición de nuevos materiales y tecnologías disruptivas, para ello es muy importante tener un posicionamiento claro. En FLINT FLOOR, la innovación es clave: desarrollamos suelos con una resistencia superior a la humedad, impacto, abrasión y rayado, superando los estándares del sector. Nuestra oferta -continúa el experto- no solo se centra en el suelo, sino en soluciones integrales que permiten combinar revestimientos verticales y aplicaciones en mobiliario para ofrecer espacios completamente personalizados y funcionales. Aprovechamos la impresión digital avanzada para lograr mejores acabados y mayor flexibilidad”.

La “educación del consumidor” es la pieza clave para afianzar una posición preferente, aseguran desde PARCAMAN: “Proporcionar información clara y útil sobre las diferencias entre los tipos de suelos, su mantenimiento y sus beneficios puede ayudar a los consumidores a tomar decisiones informadas, lo que puede aumentar la lealtad a la marca. Personalización: Ofrecer opciones personalizadas, como →

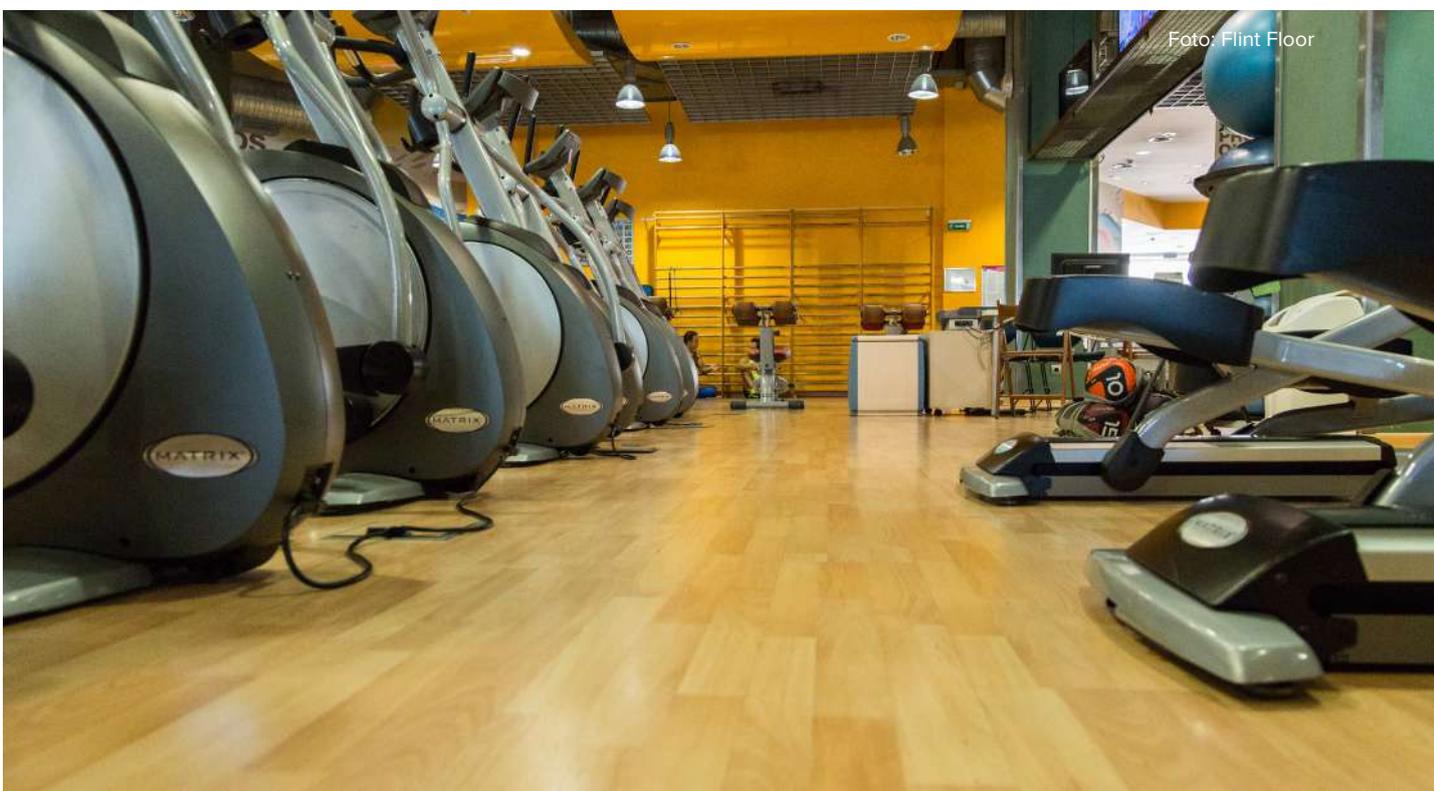


Foto: Flint Floor

diferentes acabados, colores y texturas, puede ayudar a las empresas a destacarse. Los consumidores valoran la posibilidad de adaptar los productos a sus gustos y necesidades específicas. Colaboraciones y alianzas: Algunas empresas están formando alianzas con diseñadores de interiores o arquitectos para crear productos que se alineen con las tendencias actuales y las necesidades del mercado”.

Para mantenerse competitiva en un mercado en constante evolución, Mario Rodríguez declara que YVYRA apuesta por la innovación tecnológica, la sostenibilidad y la eficiencia en la instalación, como ya apuntó anteriormente. “Además -explica-, a medida que la industria avanza, observamos varias tendencias que darán forma a la próxima generación de suelos de madera”. Dichas tendencias son: “La sostenibilidad como prioridad”, con materiales con certificación FSC, reciclables y ecológicos que se están convirtiendo en el estándar; “avances en impresión digital sobre madera: YNOVA está liderando la creación e texturas hiperrealistas, ampliando las posibilidades de diseño; transiciones fluidas entre interiores y exteriores: los sistemas de fijación oculta de Exterpark permiten una conexión armoniosa entre espacios”; y por último: “sistemas de instalación más rápidos: innovaciones como THE SHARK hacen que la tarima sea más accesible, rentable y preparada para el futuro. En Yvyra - EXTERPARK, no solo seguimos estas tendencias, las lideramos”, enfatiza.

José Luis Aliende, presidente de IMA TARIMA FLOTANTE, hace un inciso: “Nosotros pertenecemos a diferentes asociaciones, una de ellas "AITIM" ha creado en una nueva página web en la que se informa y promocionan los productos de madera destacando las excelentes prestaciones medio ambientales de la madera, <https://construccionsostenibleconmadera.es/>. Hay que recalcar que los suelos de madera son más valiosos y por lo tanto se debe tener más cuidado con ellos. Lo que cuesta poco se estima en menos, dice el Quijote”. En cuanto a la clave para afrontar la nueva competencia en suelos, el señor Aliende también aboga por la innovación: “Sí, innovación y nuevos diseños con calidades estéticas, pero lo más importante es la protección que recibe la madera con nuestro barniz

<<el mercado de pavimentos ha evolucionado con la aparición de nuevos materiales y tecnologías>>

OPTIMAX-CERAMIC, fuimos la primera fábrica en el mundo en aplicar los barnices al agua y hemos ido evolucionando en este material, consiguiendo un barnizado de alto tránsito, que en la actualidad es el más resistente, no superado por ningún otro fabricante y todos nuestros competidores lo saben. Cuando la innovación quiere decir moda suele ser más efímera”, afirma.

Más escueto, pero igual de contundente, es la valoración de Alejandro Bermejo, de MOLDURAS ALTO TURIA: “La innovación debe ser constante, exista competencia o no, al final se trata de ver la tendencia de compra del cliente y subirse al carro”.

Israel López, de JUNCKERS IBÉRICA, destaca las diferentes medidas que está asimilando la firma para “adaptarnos y evolucionar dentro del mercado. Algunas de las estrategias clave incluyen: innovación constante en el diseño y la calidad, sostenibilidad como prioridad, adopción de nuevas tecnologías, diversificación de productos, y estrategias de marketing y fidelización”. En cuanto a cómo afrontar la nueva competencia, constata: “La innovación en nuestros productos es, sin duda, una respuesta clave frente a la competencia. Nos permite no solo diferenciarnos, sino también liderar en términos de calidad, sostenibilidad y tecnología. La innovación no solo se ve en la creación de nuevos productos, sino también en la mejora continua de los procesos y la experiencia del cliente”.

José Manuel Suárez, Director General de GERFLOR IBERIA, responde: “Consideramos que arquitectos e interioristas desempeñan un papel fundamental en la prescripción →

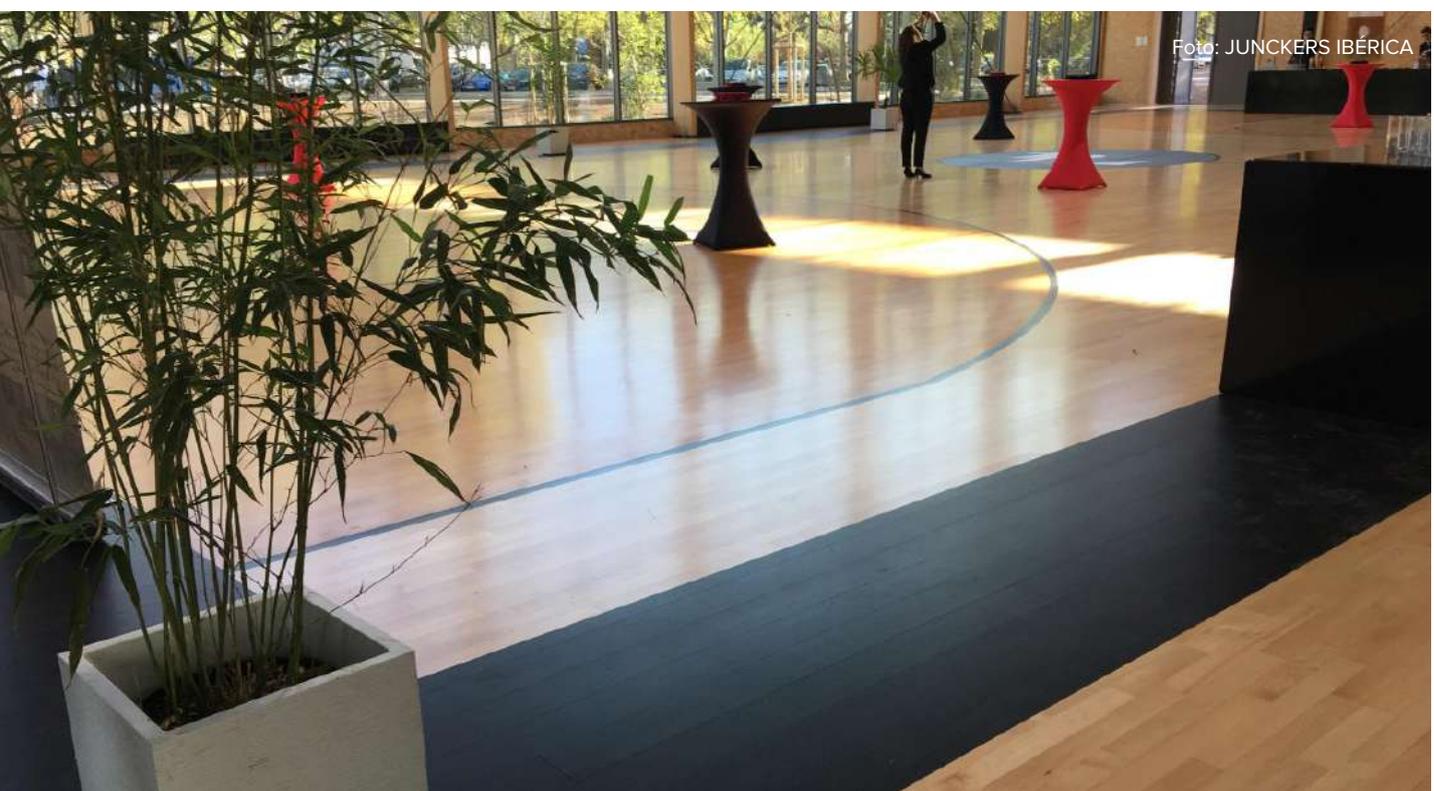
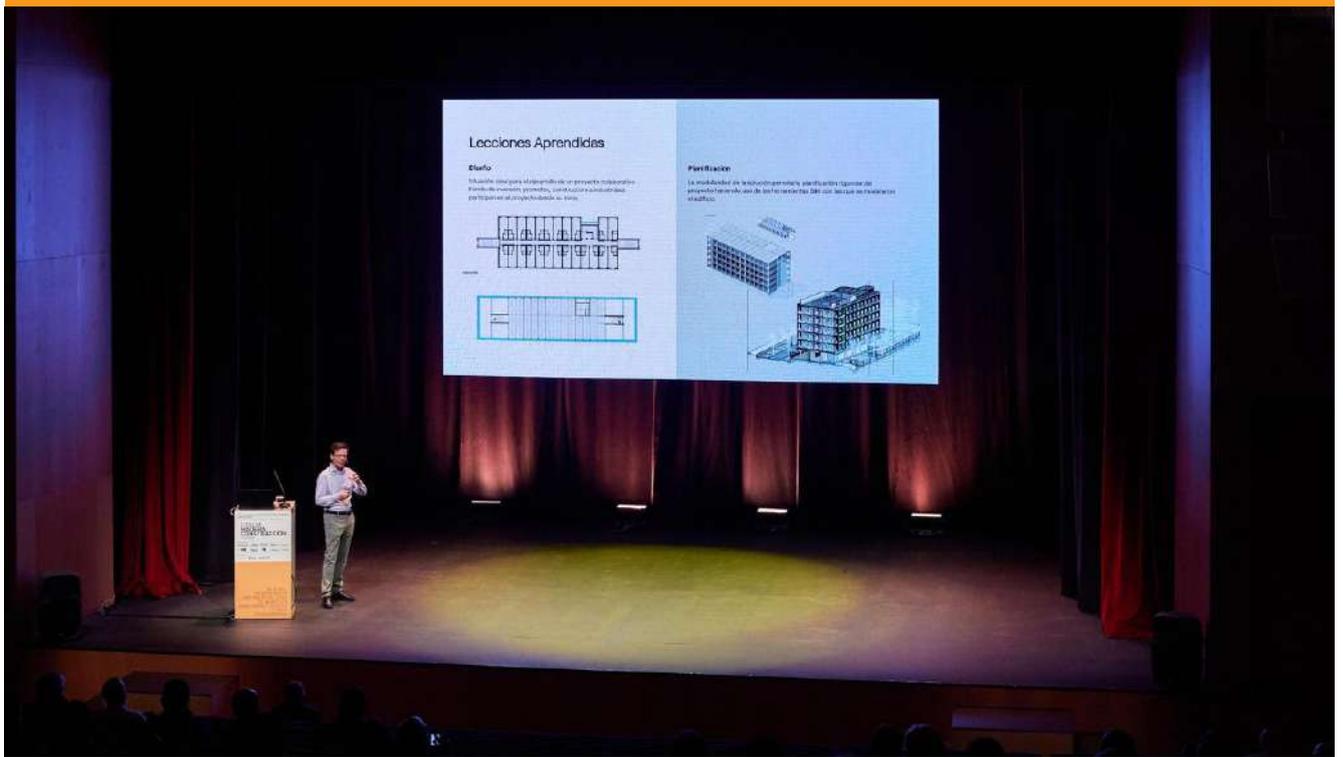


Foto: JUNCKERS IBÉRICA



**FORUM
MADERA
CONSTRUCCIÓN**
 ESPAÑA

14 / 15 MAYO 2025
PAMPLONA
 Palacio de Congresos Baluarte



Regístrate en www.forum-maderaconstruccion.com





Foto: Gerflor

de nuestros productos. Son profesionales clave que, gracias a su conocimiento especializado y visión creativa, pueden integrar nuestras soluciones de suelos y revestimientos en proyectos que van desde centros comerciales, educativos, hospitalarios, hoteleros o deportivos hasta residenciales. Su conocimiento profundo de las necesidades estéticas y funcionales de cada proyecto es esencial para que podamos ofrecer productos que no sólo se alineen con las expectativas de diseño, sino que también respondan a los altos estándares de durabilidad, confort y sostenibilidad que nos caracterizan”.

Finalmente, Juan Ignacio Reigada, de PRÊT A PARQUET, manifiesta estar al tanto de las novedades, “acudiendo a ferias y fábricas (...). Vemos un gran desarrollo de los suelos resistentes, pues son resistentes al desgaste y al agua. Los acabados son buenos y con gran similitud con la madera, útiles para lugares de alto tránsito y viviendas de alquiler”.

Sostenibilidad, un requisito imprescindible

En la actualidad, la conciencia ambiental ha alcanzado un punto de inflexión, impulsando una transformación industrial profunda. El sector de los suelos de madera y laminados, que requieren materias primas naturales, sensible a esta tendencia, favorece las políticas sostenibles y apoya la demanda de materiales ecológicos.

La economía circular, con su enfoque en la reducción de residuos y la reutilización de recursos, está ejerciendo una influencia cada vez mayor en la producción y el diseño de

estos suelos. Los consumidores y los prescriptores buscan productos que sean estéticamente atractivos y funcionales, con un impacto ambiental mínimo.

En este contexto, las certificaciones medioambientales resultan determinantes, al proporcionar garantías sobre el origen sostenible de los materiales y los procesos de producción (una demanda ecológica sin vuelta atrás), y consolidarse como un factor diferenciador en el mercado. Por ello, hemos preguntado cómo el cambio hacia la sostenibilidad está moldeando el futuro de los suelos de madera y laminados, y qué certificaciones están marcando la pauta en el sector y, concretamente, de las empresas consultadas.

La FAUS INTERNATIONAL FLOORING prioriza “el uso de materiales reciclados y renovables, optimizando nuestros procesos para reducir residuos y emisiones -explica Eugenio Valls, Director Comercial-. Además, garantizamos la trazabilidad de la madera mediante certificaciones como FSC® y PEFC. Estamos en continuo estudio e innovación para realizar mejoras constantes en nuestros productos, desarrollando soluciones de alta durabilidad que fomenten su ciclo de vida prolongado y minimicen el impacto ambiental. Todo esto en línea con las demandas del mercado y las normativas ecológicas, asegurando que nuestros productos sean cada vez más sostenibles y responsables”.

Como apunte a esta declaración, las certificaciones FSC® (Forest Stewardship Council®) y PEFC (Programme for the Endorsement of Forest Certification) se han convertido en sellos distintivos de la gestión forestal responsable, al garantizar que la madera y otros productos forestales provienen de bosques gestionados de manera sostenible. La organización global FSC® se enfoca en la conservación de la biodiversidad y el respeto a los derechos de las comunidades locales, estableciendo estándares para la gestión forestal responsable, abarcando aspectos ambientales, sociales y económicos. Por su parte, PEFC se originó como iniciativa del sector forestal privado, para promover la gestión forestal sostenible a nivel regional y nacional. Pero a pesar de sus connotaciones, ambas brindan la tranquilidad de que los productos de origen forestal certificados provienen de fuentes responsables, en favor de la protección de los bosques.

La siguiente respuesta, de L'ANTIC COLONIAL, destaca la vigilancia que hace el sector de suelos de madera para adecuarse a los exigentes requisitos medioambientales: “Está influyendo muy directamente en la producción, sobre todo en la obtención de las materias primas para la fabricación de un suelo de madera natural y laminado. Un fabricante de suelos u otro tipo de productos de madera natural y laminado siempre debe tener un fuerte control sobre el origen de las materias primas de madera que se utilizan para la fabricación del producto”. En cuanto a garantías, también hace referencia a las certificaciones: “FSC y PEFC, de gestión forestal y medioambiental responsable y sostenible, son muy importantes, y en L'ANTIC COLONIAL disponemos de ellas en los productos relacionados con la madera natural”. Además, reseña la importancia que dan los prescriptores a este tipo de certificaciones porque “los factores medioambientales y de sostenibilidad ocupan un papel cada vez más relevante en el diseño y ejecución de los proyectos. En este sentido, el cumplimiento del nuevo reglamento EUDR, que incluye normas destinadas a reducir la contribución de la Unión Europea a la

deforestación y degradación forestal en todo el mundo, va a suponer nuevos y más estrictos requisitos en toda la cadena de suministro. Esto va a fomentar una industria más responsable, y alineada con los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) y la economía circular”. El mencionado “EUDR” es el nuevo Reglamento de la UE sobre Productos Libres de Deforestación, una normativa cuyo objetivo principal es minimizar la contribución de la Unión Europea a la deforestación y la degradación forestal a nivel mundial.

“La sostenibilidad es un aspecto fundamental en la industria de los suelos -explica Laura Tomás en nombre de GABARRÓ HERMANOS-. La creciente demanda de materiales ecológicos ha impulsado cambios en la producción y diseño, priorizando el uso de madera certificada y procesos de fabricación más eficientes. Las certificaciones medioambientales juegan un papel clave en este cambio. FSC® y PEFC garantizan que la madera proviene de bosques gestionados de manera sostenible, mientras que certificaciones de baja emisión de compuestos orgánicos volátiles o de huella de carbono son cada vez más demandadas”. También afirma: “Estas certificaciones son determinantes en la elección de materiales, ya que aseguran el cumplimiento de normativas medioambientales y refuerzan el compromiso con la construcción sostenible. La tendencia hacia la economía circular también está influyendo en el desarrollo de productos que minimicen los residuos y permitan su reciclaje o reutilización al final de su vida útil”.

Ángel Criado, director comercial de BERRYALLOC, destaca entre otros aspectos la importancia de la economía circular, “un pilar fundamental en nuestro proceso de diseño y producción, orientándonos hacia el uso de materiales de bajo impacto ambiental. En BERRYALLOC, apostamos por certificaciones como PEFC, que garantiza que la madera proviene de fuentes sostenibles y gestionadas de manera responsable”. Dando un paso más, el director comercial afirma: “Además, trabajamos activamente en la reducción del uso de plásticos y en la optimización de procesos de reciclaje, minimizando residuos y fomentando un ciclo de vida más sostenible para nuestros productos. También nos enfocamos en una producción con menor huella de carbono, adoptando prácticas que reducen el impacto ambiental sin comprometer la calidad y durabilidad de nuestros suelos. Estas certificaciones y compromisos -coincide con otros entrevistados- son cada vez más valorados por arquitectos y diseñadores, quienes buscan soluciones ecológicas y responsables para sus proyectos, alineándose con las crecientes exigencias de sostenibilidad en el sector de la construcción y el diseño de interiores”.

También con sede en la Comunidad de Madrid, DISTIPLAS FLOORS MAIA-OTTO apuesta “por madera certificada de bosques gestionados de manera responsable (FSC, PEFC). La incorporación de materiales reciclados y adhesivos con bajo contenido en emisiones de COV (compuestos orgánicos volátiles); y la reducción del uso de plásticos en embalajes y procesos de fabricación”. Además, Francesca Fernández destaca la producción eficiente y circular de la empresa, implementando “procesos con menor consumo de agua y energía; reciclaje de residuos de producción para fabricar nuevos productos o subproductos; y el desarrollo de suelos desmontables y reutilizables, alineados con los principios de la economía circular”.

A las certificaciones FSC y PEFC, DISTIPLAS menciona otras igualmente claves”: LEED (Leadership in Energy and Environmental Design), favorece la selección de productos con bajas emisiones y reciclabilidad en proyectos sostenibles; Cradle to Cradle (C2C), asegura que los materiales pueden reintegrarse en ciclos naturales o industriales sin generar residuos; Ecolabel o Etiqueta Ecológica Europea, que certifica que los productos cumplen criterios ambientales exigentes; e Indoor Air Comfort o Blue Angel que garantizan bajas emisiones de COV, lo que mejora la calidad del aire interior”.

En último lugar, la prescriptora se refiere al impacto en la demanda de los profesionales que buscan productos certificados para cumplir normativas de construcción sostenible. “La integración de estos materiales en proyectos permite obtener certificaciones ambientales como LEED o BREEAM, que añaden valor a las edificaciones”. Los consumidores finales también impulsan “(...) la demanda de opciones ecológicas y renovables”. “En definitiva -última-, la sostenibilidad ya no es solo una tendencia, sino un factor clave de diferenciación en el mercado, influyendo en la toma de decisiones tanto en la producción como en la selección de materiales para proyectos”.

Rotunda es la respuesta de FLINT FLOOR: “La sostenibilidad ya no es una opción, sino una necesidad. En lugar de centrarnos únicamente en certificaciones -apunta su director Fernando Sáez-, en FLINT FLOOR priorizamos el uso de materiales duraderos y atemporales que maximizan la vida útil de los productos y reducen el consumo de recursos. Además, →



Foto: L' Antic Colonial

apostamos por una fabricación eficiente y de proximidad, reduciendo la huella de carbono de nuestros procesos. Este enfoque responsable no solo responde a las exigencias de los prescriptores, sino que también proporciona un valor real a los proyectos que buscan soluciones sostenibles y de alto rendimiento”.

Al respecto, la conguense PARCAMAN argumenta que “las empresas están buscando fuentes de madera que provengan de bosques gestionados de manera sostenible. Esto significa que se prioriza la reforestación y la conservación de los ecosistemas”. Además, destaca la relación entre diseño y durabilidad de los suelos: “La economía circular promueve la creación de productos que sean duraderos y fáciles de reparar. Esto significa que los suelos están siendo diseñados para resistir el desgaste y, en caso de daño, ser reparables en lugar de ser desechados. Esto no solo reduce el desperdicio, sino que también ofrece a los consumidores una opción más sostenible a largo plazo”. Por último, coincide respecto a las certificaciones medioambientales, en destacar como “relevantes en el sector de suelos” tanto FSC como PEFC; y en el impacto en la demanda de prescriptores, que prefieren utilizar materiales sostenibles en sus proyectos: “opciones que son más responsables con el medio ambiente. Esto puede influir en sus decisiones de compra y en la selección de productos para proyectos residenciales y comerciales”, asegura.

Con sede en Barcelona, YVYRA reafirma que la evolución del mercado de los suelos de madera “hacia una mayor sostenibilidad, impulsado por la demanda de materiales ecológicos y principios de economía circular”. Y subraya: “en YVYRA este compromiso se refleja en el uso exclusivo de madera con certificación FSC, que garantiza una gestión forestal responsable. Además, la empresa ha implementado procesos de producción alimentados por energía solar, lo que contribuye a la reducción de la huella de carbono”. Otras claves son “la reciclabilidad de los materiales”, alineada con los estándares de economía circular; y el desarrollo de suelos de alto rendimiento que, además de ser duraderos, minimicen el impacto ambiental durante su ciclo de vida. En este sentido, Mario Ro-

dríguez explica: “Los suelos de madera siempre han sido un símbolo de lujo, durabilidad y belleza natural. Sin embargo, a medida que la industria evoluciona, nuevos materiales y tecnologías están redefiniendo las tendencias del mercado. En YVYRA - EXTERPARK, abrazamos la innovación, la sostenibilidad y la eficiencia, asegurando que la madera siga siendo la mejor opción tanto para interiores como exteriores”. Además de priorizar el compromiso con la innovación sostenible, con productos de alto rendimiento y respetuosos con el medio ambiente, cita las siguientes iniciativas sostenibles de YVIRA: “Madera con certificación FSC, garantizando una obtención ética y responsable. Producción alimentada por energía solar, reduciendo las emisiones de carbono. Y Materiales reciclables, apoyando la economía circular. Gracias a certificaciones ambientales como FSC -concluye-, nuestros materiales ayudan a los proyectos a cumplir con los estándares de construcción sostenible, garantizando la longevidad y la responsabilidad ambiental en cada instalación”.

Más precavidas son las valoraciones de IMA TARIMA FLO-TANTE: “Aunque no tenemos datos que puedan servir de base, tanto los temas relacionados con la sostenibilidad y la economía circular tendrán cada vez más influencia. Como se ha comentado anteriormente los suelos de madera están mejor posicionados que los laminados. Está claro que los suelos de madera natural tienen una recuperación y reciclaje más fácil y valioso que los laminados. Los recubrimientos de los laminados son muy difíciles de separar”. Su fundador, José Luis Aliende, también se muestra cauto con las certificaciones que avalan la procedencia de la madera (FSC y PEFC), a pesar de tener ambas: “(...) son certificaciones muy genéricas y que se encuentran muy lejanas al producto en sí, ya que es el primer eslabón de la cadena. Su mayor ventaja es que se han implantado con mucha fuerza en el mercado”. Como dato novedoso entre las respuestas recibidas, menciona el “Marcado CE(*)” -la declaración del fabricante de que un producto cumple con los requisitos de seguridad, salud y protección medioambiental de la UE, conforme a su legislación, pudiendo comercializarse en la Europa comunitaria- ofreciendo un extracto del Reglamento: “(*) Se realiza

Foto: Gabarró





Foto: Yvyra

a través de las normas armonizadas de producto, resaltando que en el nuevo Reglamento de Productos de Construcción se ha introducido la prestación de 'sostenibilidad' que coloca a los productos de madera en una posición muy relevante".

IMA también cumple con la Declaración Ambiental de Producto (DAP), cuyos datos se incorporan a los distintos sistemas de certificación de construcción sostenible"; y con "las certificaciones (voluntarias) de construcción sostenible (BREEAM, LEED, etc.)".

Cambiando de tercio, MOLDURAS ALTO TURIA ofrece datos que vislumbran el futuro del sector: "Hay estudios que nos muestran que las nuevas generaciones de compradores basan sus decisiones de compra en criterios de sostenibilidad, estamos hablando de 7 de cada 10 personas, de ahí que juegue un papel importante la eco-innovación y el ecodiseño", contesta su CEO Alejandro Bermejo. Respecto a certificaciones medioambientales: "En productos macizos el PEFC y FSC garantizan la procedencia de bosques gestionados de forma sostenible, hoy en día si quieres vender en las grandes cadenas de distribución son necesarios", afirma de forma rotunda.

"En un mundo global, a JUNCKERS no le basta con mejorar a nivel local", atestigua su director de Ventas para la península ibérica. "Hacemos todo lo posible para garantizar una silvicultura legal y sostenible y, en consecuencia, un suelo sostenible, un uso más eficaz de la energía y unas buenas condiciones de trabajo -prosigue Israel López-. Lo hacemos a través de nuestras filiales, así como tratando de influir en nuestros clientes, proveedores y en la sociedad en general. En JUNCKERS nos preocupamos por el clima y nos tomamos en serio nuestra responsabilidad medioambiental. Cuando selecciona madera maciza, hace una elección sostenible. Únase a nuestra misión de uso responsable de uno de los recursos más preciados del planeta: la madera", incita a los lectores de "PROYECTAR, Arquitectura".

Y siendo este punto importante para la compañía, enumera algunas acciones concretas, como el uso de "madera certificada: PEFC Y FSC®, (...) cerca de dos tercios de los troncos adquiridos por la compañía provienen de bosques

certificados de Dinamarca, Alemania, Polonia y Suecia. Los bosques poseen las certificaciones FSC® y PEFC, internacionalmente reconocidas. En general, JUNCKERS trabaja de manera consciente y activa para aumentar la proporción de madera certificada". En cuanto a troncos de bosques no certificados, estos se encuentran en "países cuyas legislaciones nacionales aseguran por sí mismas una silvicultura legal y racional".

Además, prosigue: "JUNCKERS posee desde 2006 el certificado FSC Cadena de Custodia y puede, por lo tanto, vender productos certificados de acuerdo con el programa PEFC (SA-PEFC/COC-007649) y, desde 2010, también de acuerdo con el programa FSC® (SA-COC-007649)". Y, en último lugar informa: "En la adquisición internacional de bienes, que hoy representa menos del 5% del volumen de negocio de JUNCKERS, tenemos como objetivo aumentar el porcentaje de proveedores certificados".

En cuanto a GERFLOR IBERIA, su director general comparte el sentir de la empresa: "Para nosotros la sostenibilidad es un pilar fundamental de nuestra estrategia. La creciente demanda de materiales ecológicos y soluciones sostenibles ha tenido un impacto significativo en la forma en que diseñamos y producimos nuestros suelos. En lugar de ver esto como un desafío, lo consideramos una oportunidad para innovar y ofrecer productos que no sólo sean estéticamente atractivos, sino también respetuosos con el medio ambiente". José Manuel Suárez finaliza destacando uno de sus productos, el "recientemente renovado pavimento Taraflex, el primer pavimento deportivo de punto elástico con contenido biológico. En concreto, el nuevo suelo cuenta con un 81% de contenido biológico, y material mineral y reciclado. Gran parte de este contenido derivado, por ejemplo, de la soja".

Como último apunte, PRÉT A PARQUET introduce un punto caliente, a tener en cuenta: "Hay una concienciación cada vez mayor para el uso de los productos respetuosos con el medio ambiente, pero se produce una contradicción muchas veces inexplicable. Si el hecho de ser un producto FSC o PFSC supone un incremento en el precio, el prescriptor no está →



Foto: Maia-Otto

de acuerdo en tener que pagar por ello. Pasa lo mismo con la calidad, la gente busca precio y solamente se fija en lo exterior, no les importa la base de la madera, si los pegamentos son nocivos y exactamente lo mismo con los barnices". Ante esta paradoja, su director, el señor Reigada, asegura que los clientes "se inclinan por el producto chino únicamente por el precio. La calidad es algo secundario, incluso en proyectos de lujo. Lo mismo se puede aplicar a los laminados y a los suelos resilientes; estos están fabricados con material PET que es un plástico menos volátil, menos tóxico, más limpio y se mezclan con carbonato cálcico que es polvo de piedra", apostilla.

Escasez de profesionales cualificados, un desafío real

Tras explorar las estrategias de innovación y sostenibilidad que están implementando las empresas especializadas en suelos de madera y laminados, el futuro es prometedor. Pero no está libre de incertidumbres. Uno de sus desafíos es la escasez de mano de obra cualificada. Este problema, que afecta a toda la construcción, se intensifica en la instalación de suelos, un proceso que requiere precisión y conocimientos técnicos especializados. Pero hay más leña que echar al fuego, porque la falta de profesionales capacitados no solo impacta la eficiencia y la calidad de los proyectos, sino que dificulta la implementación de algunas de las innovaciones y prácticas sostenibles expuestas anteriormente.

En este contexto, **las empresas líderes del sector están tomando medidas proactivas que mitiguen la carencia de mano de obra cualificada, invirtiendo en formación y desarrollo de talento.** Por ejemplo, FAUS INTERNATIONAL FLOORING asegura trabajar, "a través de una red de

distribuidores que cuentan con instaladores cualificados y en continuo aprendizaje. Colaboramos estrechamente con ellos para asegurar que estén siempre actualizados en las mejores prácticas de instalación, ofreciendo formación continua sobre nuestras tecnologías y productos. De esta manera, garantizamos una instalación profesional y de alta calidad, optimizando el rendimiento y la durabilidad de nuestros suelos".

Por su parte L'ANTIC COLONIAL garantiza el éxito de la instalación de sus productos gracias a sus "más de 25 años de experiencia acumulada en el sector de los suelos de madera natural y laminado", desarrollando, como apuntan desde marketing, "una gran trayectoria en el proceso de instalación de estos productos. Desde nuestros comienzos con estos productos, hemos llevado siempre unidos el suministro de los mismos con la instalación, especialmente a nivel nacional". Para ello, la firma de PORCELANOSA, dispone de "equipos de instaladores afines a la marca, con una dilatada experiencia, y con el compromiso de trasladar nuestra excelencia y calidad en el servicio al cliente. El éxito de un correcto funcionamiento del producto y, por consiguiente, la satisfacción total del cliente depende, en un porcentaje importante, de la instalación".

Para enfrentar este desafío, en GABARRÓ HERMANOS se apuesta por la formación de sus profesionales, "ofreciendo asesoramiento técnico sobre instalación y mantenimiento de suelos. Además -añade Laura Tomás-, desarrollamos soluciones de instalación más accesibles, como sistemas de clic y adhesivos de fácil aplicación, que agilizan el proceso sin comprometer la calidad del resultado final".

En la misma dirección apunta BERRYALLOC: "Para hacer frente a este desafío, en BERRYALLOC hemos desarrollado soluciones que facilitan el trabajo de los profesionales. Contamos con sistemas de instalación rápidos y sencillos, como AluLoc en nuestros suelos de alta presión (HPL), que garantizan un montaje eficiente y duradero. También proporcionamos guías detalladas y asistencia técnica en obra, asegurando que cada proyecto se lleve a cabo con la máxima precisión y eficacia. Cuanto más fácil sea el proceso de instalación -asegura su director comercial-, más accesibles serán nuestros productos para cualquier profesional, permitiendo reducir tiempos de trabajo y mejorar la experiencia en cada proyecto".

La falta de instaladores cualificados no afecta a DISTIPLAS FLOORS MAIA-OTTO, al no ser instaladora, aunque reconoce que sí afecta a sus clientes: "(...) para mitigar este problema, organizamos cursos y talleres para instaladores, distribuidores y profesionales del sector. Colaboramos con escuelas técnicas y centros de formación profesional para atraer nuevos talentos, dando formación de nuestros pavimentos, y soluciones de fachadas. Desarrollamos contenido digital (videos, guías, webinars) para facilitar el aprendizaje sobre instalación y mantenimiento", aclara su prescriptora Francesca Fernández. Y, en paralelo, indagan en soluciones que faciliten la instalación de sus productos como "suelos con sistemas de montaje más rápidos y sencillos (clic sin adhesivos, suelos flotantes, etc.)". Al tener pocos requerimientos técnicos, no se requieren instaladores especializados, aunque DISTIPLAS trabaja con asociaciones de instaladores de parquet para promover la capacitación continua; ofrece herramientas digitales como simuladores

<<la sostenibilidad ya no es una opción, es una necesidad>>

de diseño e instalación, cuenta con un equipo de soporte para resolver dudas técnicas de instaladores en tiempo real; ayuda en las licitaciones de proyectos e incentiva la certificación de instaladores para mejorar su empleabilidad y garantizar calidad en las instalaciones. “Con estas acciones -finaliza la prescriptora-, buscamos no solo reducir el impacto de la falta de mano de obra, sino también mejorar la calidad de las instalaciones y garantizar la satisfacción del cliente”.

Aunque reconoce que el problema de la escasez de instaladores cualificados es “un desafío global que afecta a todos los sectores”, FLINT FLOOR se adapta, y lo hace “con soluciones de fácil instalación que requieren menos especialización sin comprometer la calidad -comenta su director, Fernando Sáez-. Nuestros suelos cuentan con sistemas de ensamblaje intuitivos que agilizan la colocación y garantizan resultados óptimos con mínima intervención técnica. Además, promovemos la formación continua de instaladores y distribuidores para mejorar su competitividad en el mercado”.

También con actitud proactiva, PARCAMAN ofrece programas de formación y capacitación continua: “Colaboramos

con instituciones educativas y centros de formación técnica para ofrecer cursos especializados a nuestros trabajadores, asegurando que adquieran las habilidades necesarias para desempeñar su labor con eficiencia y seguridad”. Por otro lado, favorece la capacitación interna: “contamos con programas de aprendizaje en el trabajo, donde los empleados menos experimentados pueden capacitarse bajo la supervisión de trabajadores más calificados”. Y además de colaborar con entidades gubernamentales y gremiales, “en iniciativas públicas y privadas que promueven la profesionalización del sector y facilitan la inserción laboral de nuevos trabajadores”, introduce tecnologías de automatización y optimización de procesos que “reduzcan la dependencia de mano de obra manual, mejorando la eficiencia y calidad del trabajo”.

Dando otra vuelta de tuerca, YVYRA liga la falta de profesionales cualificados, con el tiempo y dificultad que requiere la instalación de la tradicional tarima. Pero declaran ofrecer “un cambio de paradigma” gracias a su sistema “THE SHARK” que reduce notablemente el tiempo de instalación (es tres veces más rápida) y, en consecuencia, el tiempo de trabajo y costos laborales; a su perfil invisible (...); y accesibilidad total a las tablas, permitiendo reemplazos rápidos cuando sea necesario”. Así, reivindica: “Con THE SHARK, la tarima Exterpark ofrece velocidad, precisión y flexibilidad a largo plazo, garantizando una experiencia sin complicaciones para instaladores y desarrolladores”. →



PROYECTOS SINGULARES CON MADERA DE ALTA CALIDAD

Si en tus proyectos quieres instalar tarimas y parquet de madera de alta calidad cuenta con nosotros. Somos fabricantes, importadores y distribuidores de suelos de madera maciza. En nuestro catálogo dispones de más de 30 especies importadas desde todos los continentes para fabricar la tarima o parquet que desees proyectar.



C/ carretera 20
45162 Noez, TOLEDO



Telef: 925 37 42 43
Móvil: 67 807 672



info@tarimastoledo.com
www.tarimastoledo.com



Tarimas Toledo
HQ HARDWOOD FLOORING

El Presidente de IMA GROUP, José Luis Aliende, aporta información relevante: “Desde diferentes asociaciones como AITIM, FEPM, se imparten cursos, tanto el relativo al producto, suelos de madera como a su instalación, peritajes, etcétera. Está claro que vamos a hacia la industrialización y prefabricación. Es una tendencia que actualmente se impone por razones de economía y calidad. También por su más fácil sistema de instalación”.

La valoración de Alejandro Bermejo, CEO de MOLDURAS ALTO TURIA, es pragmática: “Al final las empresas en su mayoría, somos los que acabamos siendo la parte final de la formación, nuestro sector está lleno de subsectores muy distintos y heterogéneos, pero sí que existe una parte transversal que debe darse en los centros de formación”.

En cuanto a la internacional JUNCKERS, afirma certificar a todos sus distribuidores e instaladores, acreditando que seguirán los pasos e instrucciones necesarios para una correcta instalación del producto. Israel López expone medidas que podrían paliar la situación actual de escasez de mano de obra cualificada: “fomentando programas de formación y capacitación interna”, y continuos, para mejorar las habilidades de su personal a las novedades que surjan. También la “colaboración con instituciones educativas”, como escuelas técnicas, universidades o centros de formación profesional facilitando “prácticas profesionales o la contratación de graduados que ya han recibido formación especializada”; el “incentivar la especialización” en áreas específicas de la construcción, mediante programas de certificación o formación específica. Ofrecer “atractivos paquetes salariales y beneficios” por rendimiento, o por atraer y retener talento calificado”. “Reclutamiento internacional” de trabajadores cualificados para cubrir vacantes locales; la automatización tecnológica como complemento del trabajo manual; la mejora del ambiente y la seguridad de las empresas; y, por último, “programas de mentoría: establecer programas en los que los trabajadores más experimentados puedan enseñar y guiar a los más jóvenes, ayudando a acelerar el proceso de adquisición de habilidades y experiencia”.

A modo de síntesis, valga la respuesta al desafío planteado que ofrece José Manuel Suárez, Director General de GERFLOR IBERIA: “Somos conscientes de la falta de mano de obra cualificada en el sector de la construcción y la instalación. Para mitigar esta carencia, implementamos diversas iniciativas, como programas de formación y colaboración con nuestros clientes y distribuidores. Además, apostamos por el uso de tecnologías que faciliten la instalación de nuestros productos, optimizando así los procesos y reduciendo la dependencia de mano de obra altamente especializada”.

Y para asegurar la calidad de la instalación, la madrileña PRÊT À PARQUET tiene “personal de plantilla y, si es necesario, formamos a nuestro personal con cursos de especialización y con algunos que organizan nuestros proveedores para estar certificados”.

Prescriptores: aliados clave del sector

Como bien conocen los lectores de “PROYECTAR, Arquitectura”, resulta crucial la elección de los materiales adecuados para definir el aspecto, funcionalidad y durabilidad de un espacio, desde el punto de vista del profesional. Por ello, arquitectos e interioristas, con su visión creativa y conocimiento técnico, se convierten en prescriptores influyentes en la elección de los suelos. Y esto los convierte en socios estratégicos para las empresas del sector. Por eso, hemos preguntado directamente a los referentes: **¿Qué papel desempeñan arquitectos e interioristas en la prescripción de sus productos?** Además, hemos indagado en posibles canales de venta alternativos para los suelos de madera y laminados.

Como experta en marketing, Laura García, de FAUS INTERNATIONAL FLOORING reconoce el papel fundamental de los profesionales del hábitat, a quienes ofrecen “asesoramiento técnico, muestras y herramientas para facilitar su elección”. Sobre la comercialización, FAUS se centra exclusivamente en “una red de distribuidores especializados, quienes nos permiten garantizar un servicio cercano

Foto: Ima Group





Foto: Alto Turia

y profesional. A través de ellos nos aseguramos de que nuestros productos lleguen al cliente final con la máxima calidad y garantía”.

La siguiente valoración resulta muy similar: “Los profesionales de la arquitectura y el interiorismo cobran relevancia en la prescripción de nuestros productos. Una de las razones principales es que, dentro de la ejecución de un proyecto, son los que mejor valoran las características técnicas y estéticas de un producto de acabado como los de L’ ANTIC COLONIAL”, afirman desde marketing de PORCELANOSA.

GABARRÓ HERMANOS facilita la labor de arquitectos e interioristas mediante un “asesoramiento técnico, muestras y documentación detallada, ayudando a que tomen decisiones informadas. Además de la prescripción profesional -añade Laura Tomás-, otros canales de venta importantes son los distribuidores especializados y almacenes, que permiten un acceso más fácil a los materiales en diferentes ubicaciones. También colaboramos en proyectos de gran envergadura que requieren un suministro especializado y cumplimiento de normativas específicas”. Y como apunte extra, informa de que GABARRÓ ofrece herramientas online, “para la consulta y adquisición de productos, facilitando la elección de suelos desde cualquier lugar”.

“Los arquitectos e interioristas desempeñan un papel fundamental en la prescripción de nuestros suelos -reconoce Ángel Criado, Director Comercial de BERRYALLOC-, por lo que en BERRYALLOC les proporcionamos herramientas y recursos que facilitan su trabajo y la elección de los materiales más adecuados para cada proyecto”. Como ejemplos de “herramientas digitales avanzadas”, menciona “Floorfit, un simulador de ambiente, que les permiten visualizar nuestros suelos en distintos espacios y evaluar su impacto estético y funcional. También ofrecemos muestras y asesoramiento técnico, brindando un apoyo especializado en cada etapa del proceso de selección e instalación”. Y reconoce disponer de “otros canales estratégicos de venta, como distribuidores especializados y ferias del sector donde reforzamos nuestra presencia con información detallada, novedades y asistencia personalizada para garantizar la mejor experiencia a nuestros clientes”.

Siendo prescriptora dentro de DISTIPLAS FLOORS MAIA-OTTO, Francesca Fernández Mingorance responde a esta pregunta según su propia experiencia: “Desde el equipo prescriptor de DISTIPLAS ayudamos a los arquitectos e interioristas que juegan un rol clave en la selección de nuestros productos, ya que influyen directamente en las decisiones de diseño y materiales en proyectos residenciales, comerciales y contract”. Para DISTIPLAS esto es muy relevante, puesto que sus productos son incluidos en las memorias técnicas y pliegos de los proyectos, “garantizando su uso desde la fase de diseño”. La señora Fernández incide en el asesoramiento que realizan a sus clientes, basado en tendencias, normativas y requerimientos técnicos; también en el valor añadido del “enfoque estético y funcional que impulsa la diferenciación”; o la búsqueda que realizan los prescriptores de suelos certificados para proyectos “LEED, BREEAM o WELL”.

En cuanto a canales de venta, califica como “clave” a distribuidores y almacenistas, “canal tradicional con stock disponible para profesionales de la construcción”; “instaladores y profesionales del sector”, que llegan a recomendar sus productos al cliente final; programas de fidelización y formación técnica, así como “tiendas especializadas de parquet, punto de venta clave para consumidores finales y profesionales autónomos”. Como conclusión, Francesca Fernández afirma: “El equilibrio entre la prescripción y otros canales de venta nos permite llegar a un público más amplio y garantizar la presencia de nuestros productos en distintos tipos de proyectos”.

Fernando Sáez, Director de FLINT FLOOR, responde: “Los arquitectos e interioristas son aliados fundamentales en la prescripción de nuestros productos. Su labor es clave para transmitir a los clientes finales los beneficios de optar por un suelo de mayor calidad, más sostenible y con un mejor rendimiento a largo plazo. Si bien nuestro producto tiene un precio unitario más alto que otros laminados convencionales, su durabilidad y prestaciones superiores lo convierten en una inversión inteligente. Además de la prescripción profesional, nuestros canales de venta incluyen distribuidores especializados y colaboraciones con fabricantes de mobiliario y soluciones de interiorismo que buscan integrar materiales de alta resistencia y estética excepcional”. →



Foto: Gerflor

En cuanto al papel clave del prescriptor profesional en este sector, PARCAMAN lo relaciona con el hecho de ser ellos “quienes especifican materiales y soluciones en las fases de diseño y ejecución de proyectos. Su influencia es determinante en sectores como la construcción, el diseño de interiores y la rehabilitación de espacios. Además -añade-, nuestra empresa opera a través de diferentes canales de comercialización: distribuidores, tiendas especializadas, plataformas online, ferias y eventos, etcétera”.

Muy centrados en proyectos de alto standing, Mario Rodríguez, Director de Ventas de Exportación de YVIRA comenta lo siguiente: “Los arquitectos y diseñadores de interiores son clave en la selección de materiales de suelo para proyectos de lujo, residencias exclusivas y espacios comerciales. Sus prioridades (estética, sostenibilidad y eficiencia) están en el centro de las innovaciones de Ynova y Exterpark”. Además, YVIRA cuenta con “Showrooms en España, donde se puede experimentar de primera mano nuestras soluciones de madera”; “presencia en ferias internacionales, mostrando nuestras últimas innovaciones; y realiza “colaboraciones con arquitectos de renombre” que incluyen sus productos en importantes proyectos internacionales.

José Luis Aliende, Presidente de IMA TARIMA FLOTANTE, reivindica la importancia de cada tipo de prescriptor en relación al suelo: “Los diseñadores resaltan de forma especial todas las oportunidades de diseños, calidades, acabados (texturizados, barnizados, etc.) y especies de madera. Los arquitectos, además de los puntos reseñados en los diseñadores, son los que definen los pliegos de condiciones en los que pueden exigir o decantarse por la utilización de un determinado suelo. Sin embargo -puntualiza- en las obras de tipo medio el arquitecto tiene poco que decir, es la constructora quien decide los materiales por precio. Los arquitectos intervienen más en proyectos de presupuestos elevados”. Y aunque dice que sus canales de venta son “instaladores profesionales y almacenistas”, hace un apunte interesante: “solamente resaltar que actualmente es muy importante la opinión de los influencers”. Tomamos nota.

Un nuevo punto de vista ofrece Alejandro Bermejo Fliquet, CEO de MOLDURAS ALTO TURIA: “Cada vez existe una

prescripción mayor hacia productos de madera, sus ventajas térmicas, acústicas y duraderas hacen que haya una parte importante en cada proyecto”. Y nombra a “grandes distribuidores, almacenistas y grandes proyectos” como los canales de venta de la empresa valenciana.

De nuevo, JUNCKERS IBÉRICA pone el acento en el papel explícito de arquitectos e interioristas, “en la prescripción de productos dentro de la industria del diseño y la construcción, ya que son los profesionales encargados de planificar, diseñar y ejecutar espacios, tanto residenciales como comerciales”. En cuanto a los canales de venta reseñables, Israel López alude a la “venta directa a través de representantes comerciales, distribuidores y mayoristas, ferias y exposiciones, y redes sociales y marketing digital”.

José Manuel Suárez, Director General de GERFLOR IBERIA reivindica la importancia de arquitectos e interioristas en la prescripción de sus productos: “Son profesionales clave que, gracias a su conocimiento especializado y visión creativa, pueden integrar nuestras soluciones de suelos y revestimientos en proyectos que van desde centros comerciales, educativos, hospitalarios, hoteleros o deportivos hasta residenciales. Su conocimiento profundo de las necesidades estéticas y funcionales de cada proyecto es esencial para que podamos ofrecer productos que no sólo se alineen con las expectativas de diseño, sino que también respondan a los altos estándares de durabilidad, confort y sostenibilidad que nos caracterizan”.

El señor Suárez también pone en valor su filosofía comercial: “En GERFLOR creemos en la flexibilidad de nuestros canales de venta para adaptarnos a las diversas necesidades del mercado. Además de nuestra red tradicional de distribuidores y minoristas, exploramos continuamente nuevas formas de llegar a nuestros clientes, aprovechando oportunidades digitales y colaboraciones estratégicas. Esta diversidad de canales nos permite ofrecer soluciones accesibles y eficientes, adaptándonos a los requerimientos de cada cliente y proyecto”.

Finalmente, Juan Ignacio Reigada de PRÈT À PARQUET opina que los prescriptores “son fundamentales, pues a través de ellos se canalizan los nuevos productos que salen al mercado y asesoran a su cliente para la elección del

<<se busca la colaboración con escuelas técnicas y centros de formación para atraer a los nuevos talentos >>

producto a instalar”. Además, esta empresa reconocer utilizar “redes sociales y publicidad en revistas de decoración”, ampliando así su difusión.

Al filo de las tendencias

Para cerrar esta breve disertación sobre el mercado de suelos de madera y laminados, miramos hacia el futuro. Los cambios en los gustos del consumidor, las nuevas tecnologías y las consideraciones ambientales configuran un panorama cambiante que dificulta cualquier intento de predicción. Sin embargo, las empresas del sector están desarrollando la habilidad de adaptarse a las nuevas corrientes y capitalizar las oportunidades que surjan. La anticipación de las tendencias venideras y la capacidad de innovar son cruciales para mantener la relevancia y el liderazgo en este exigente mercado. Y puesto antes de abordar este reportaje, contábamos con que las empresas referentes consultadas tendrían información privilegiada, cerramos el cuestionario con la siguiente pregunta: **¿Cuáles considera que serán las principales tendencias en el mercado de suelos de madera y laminados para los próximos años?, ¿nos sorprenderá su empresa con algún lanzamiento?**

Sobre las tendencias de los próximos años, la representante de FAUS INTERNATIONAL FLOORING, Laura García, afirma que estarán “centradas en la sostenibilidad, con un enfoque creciente en el uso de materiales reciclados y certificados, promoviendo la economía circular. Además, se destacarán los suelos con acabados más realistas, naturales y con texturas

auténticas, así como la continuidad de los patrones clásicos como marqueterías, espigas y parquet. Estas tendencias reflejan una clara orientación hacia soluciones más ecológicas, estéticas y funcionales”. Eso sí, nos deja expectantes sobre la previsión de próximos lanzamientos de FAUS: “¡Sí! Hemos estado estudiando e innovando en las tendencias actuales y las necesidades de nuestros clientes, estamos creando diseños innovadores y diferentes que marcarán la diferencia. ¡Pronto podrán descubrir nuestras novedades, pensadas para sorprender y satisfacer las demandas del mercado!”.

L'ANTIC COLONIAL reconoce estar “siempre pendientes de las nuevas tendencias del mercado. Actualmente detectamos tres líneas fundamentales en los pavimentos de madera natural y laminados. Por un lado, la sostenibilidad y los productos ecológicos van a estar muy presentes. Por otro, consideramos que va a haber una tendencia futura basada en potenciar la gama media-alta, con el objetivo de ofrecer un producto diferencial que ayude a contrarrestar el material genérico, donde ahora mismo hay una gran competencia. Por último, dentro de la madera natural, encontramos una tendencia en auge como es la personalización a medida, por eso hemos lanzado el programa Unique, donde el cliente podrá elegir el color, el formato, el espesor, la composición de la madera o incluso una mayor o menor cantidad de nudos para su suelo”.

Su departamento de marketing destaca la personalización que permite el pavimento de madera “Wald 1L Custom Supreme” con una gama con distintos formatos y tonalidades que garantiza que esta madera natural pueda instalarse en cualquier proyecto. “Además, L'ANTIC COLONIAL -comunican- ha presentado recientemente sus últimas novedades de madera natural y laminados en la XXXI Muestra Internacional de Porcelanosa. Colecciones que combinan diseño, funcionalidad y sostenibilidad. Todos estos materiales cuentan con las certificaciones PEFC, que promocionan y certifican una gestión forestal sostenible, garantizando al consumidor que los productos forestales proceden de montes gestionados de forma racional y controlada”. →



Foto: Gabarró

Señalando conceptos precisos, Laura Tomás, de GABARRÓ HERMANOS cita: “El mercado de suelos de madera y laminados se orienta hacia tendencias que combinan innovación, diseño y sostenibilidad. En los próximos años, los diseños naturales y texturizados ganarán protagonismo, con acabados que imitan la madera con gran realismo. Los tonos neutros y cálidos seguirán siendo tendencia, con superficies mate y de aspecto más natural. La resistencia a la humedad será un factor determinante -desvela-, impulsando avances en tecnologías que mejoren la estabilidad de los suelos en condiciones adversas. La sostenibilidad continuará siendo prioritaria, con mayor demanda de materiales certificados y reciclables”. Y finaliza apostillando: “GABARRÓ sigue de cerca estas tendencias y trabaja en ofrecer soluciones adaptadas a las nuevas exigencias del mercado, combinando innovación, diseño y compromiso medioambiental para responder a las necesidades de los profesionales y clientes”.

Por su parte, Ángel Criado, de BERRYALLOCC, mira hacia la durabilidad de los suelos y el hiperrealismo como el factor decisivo de próximas tendencias: “El mercado de los suelos está en constante evolución, impulsado por la demanda de soluciones más resistentes, estéticas y sostenibles. En este contexto, las tendencias se orientan hacia superficies altamente resistentes al agua y a los impactos, capaces de soportar un uso intensivo sin comprometer su apariencia ni funcionalidad. Asimismo, los avances en tecnología han permitido desarrollar diseños hiperrealistas con texturas más auténticas, que replican con precisión la apariencia y

<<diseños, naturales y texturizados, de gran realismo, marcarán tendencia en los próximos años>>

sensación de materiales naturales, ofreciendo una experiencia visual y táctil mejorada”.

De nuevo, incide en el papel clave de la sostenibilidad en esta industria, “con una creciente preferencia por materiales certificados y ecológicos, que garantizan un menor impacto ambiental y cumplen con los estándares más exigentes de responsabilidad ambiental”. Y concluye afirmando: “En BERRYALLOCC, siempre estamos innovando y buscando nuevas formas de mejorar nuestros productos. Nuestra empresa está comprometida con la evolución constante, explorando tecnologías avanzadas, nuevos diseños y materiales más sostenibles. Así que, sin lugar a dudas, seguiremos sorprendiendo con soluciones que marquen la diferencia en el mercado”.

Para Francesca Fernández, de DISTIPLAS FLOORS MAIA-OTTO, a pesar de la rapidez a la que evoluciona el sector, observa tendencias predominantes, como la sostenibilidad que ahondará en una “mayor demanda de suelos con certificaciones ecológicas (FSC, PEFC, Cradle to Cradle); el uso de materiales reciclados y reciclables en la producción; acabados libres de productos tóxicos y bajas emisiones de COV para mejorar la calidad del aire interior”. También, los “suelos resistentes al agua, ya existentes en nuestras marcas -afirma-, especificando el avance hacia “suelos de madera con tratamientos hidrófugos, y el mayor protagonismo de opciones híbridas como SPC y WPC (Wood Plastic Composite, un material compuesto con de madera y plástico).

En cuanto a estética, la prescriptora expone que “crece la demanda de tablones anchos y largos, que se combinan con diferentes formatos estrechos, espigas y punta Hungría, ofreciendo la posibilidad de dibujar diferentes combinaciones para una estética más elegante y personalizada. Y el regreso de patrones clásicos como espiga y punta Hungría en suelos laminados y vinílicos”.

Un dato interesante que aporta DISTIPLAS es la “integración de tecnología en suelos, en estudio”, refiriéndose al “desarrollo de suelos inteligentes con sensores térmicos o de calidad del aire, etc., (...) y a la incorporación de capas antibacterianas y autolimpiables”.

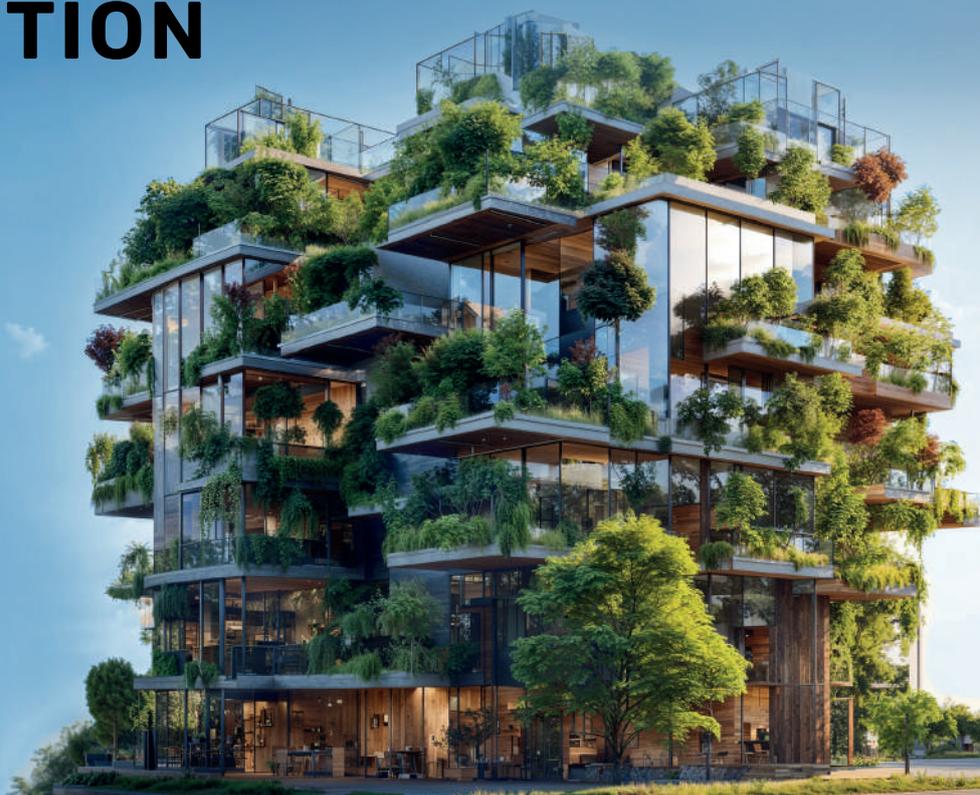
Finalmente, aunque sin entrar en detalles, DISTIPLAS FLOORS MAIA-OTTO asegura estar “trabajando en innovaciones alineadas con estas tendencias (...): Nueva colección de suelos sostenibles con materiales reciclados y procesos de producción con huella de carbono reducida. Suelos híbridos de última generación, combinando la calidez de la madera con la resistencia del SPC, actualmente ya disponemos colecciones como Alpha Vinyl de Quick Step y Liberty”. Además, reconoce su implicación en “diseños exclusivos y personalizables, para proyectos especiales y singulares: estamos atentos para ayudar en la diferenciación, haciendo →

Foto: Berryalloc



IT'S TIME: INDUSTRIALIZED CONSTRUCTION

- > **Industrialización**
- > **Digitalización**
- > **Sostenibilidad**



+25.000
visitantes profesionales



+700
expertos internacionales



+600
firmas expositoras



8
auditorios

Showroom de innovación para la nueva edificación junto al Congreso Nacional de Arquitectura Avanzada y Construcción 4.0



LIGHTING & INTERIORS



SUELOS Y SUPERFICIES



DOMÓTICA



COCINA & CO



OUTDOORS



BIM & DIGITAL SOLUTIONS



ESPACIO BAÑO & WELLNESS



EFICIENCIA ENERGÉTICA Y CONSUMO CASI NULO



SISTEMAS CONSTRUCTIVOS



HOME CLOSING



CLIMATIZACIÓN



SERVICIOS



INMOBILIARIO



Foto: Maia-Otto

posible fabricaciones a la carta, tanto de tarimas naturales, como en acabado con SPC y laminados”. Y se despide con una declaración de intenciones: “Estamos comprometidos con la evolución del sector y pronto presentaremos novedades que marcarán la diferencia. ¡Estén atentos!”.

La tecnología será la que dicte las tendencias de ahora en adelante para el sector suelos, según se extrae de la valoración de Fernando Sáez, director de FLINT FLOOR: “El futuro del sector pasa por la digitalización y la personalización. La impresión digital avanzada permitirá fabricar suelos con diseños exclusivos, adaptados a cada proyecto sin necesidad de grandes tiradas. Esta flexibilidad reducirá desperdicios y optimizará los tiempos de producción, alineándose con los principios de sostenibilidad y producción de proximidad. En FLINT FLOOR apostamos por liderar este cambio con tecnología propia que permite personalizar acabados donde las grandes marcas aún no han logrado adaptarse. Nuestros desarrollos futuros combinarán innovación estética y funcional con un compromiso inquebrantable con la sostenibilidad, garantizando que cada nuevo producto sea una evolución en eficiencia, resistencia y diseño”, concluye.

PARCAMAN confirma la predicción las tendencias que llegarán al sector: “En los próximos años, el mercado de suelos de

madera evolucionará en función de la sostenibilidad, la innovación tecnológica y las preferencias estéticas de los consumidores. ¡Definitivamente, sí! Estamos trabajando en nuevas colecciones que combinan estética, innovación y sostenibilidad. Mientras que la normalización de las últimas innovaciones será otra tendencia, según Mario Rodríguez, Director de Ventas de Exportación de YVYRA: “A medida que la industria avanza, observamos varias tendencias que darán forma a la próxima generación de suelos de madera: la sostenibilidad como prioridad, materiales con certificación FSC, reciclables y ecológicos se están convirtiendo en el estándar; avances en impresión digital sobre madera, YNOVA está liderando la creación de texturas hiperrealistas, ampliando las posibilidades de diseño; transiciones fluidas entre interiores y exteriores (los sistemas de fijación oculta de Exterpark permiten una conexión armoniosa entre espacios); y los sistemas de instalación más rápidos”, citando como solución líder en esta industria” EXTERPARK: no solo seguimos estas tendencias, las lideramos”.

La tendencia a la personalización será relevante como atestigua José Luis Aliende, de IMA TARIMA FLOTANTE: “Consideramos que la posibilidad de ‘personalización o adaptación’ del producto a las exigencias de los gustos de los usuarios y prescriptores, será una tendencia a tener muy en cuenta. En este sentido, los suelos de madera parten de una solución muy favorable debido tanto a las posibilidades que ofrece la madera como a la flexibilidad de fabricación de las industrias de la madera”.

Respecto a si IMA tiene previsto algún nuevo lanzamiento, su fundador comenta: “siempre innovamos, disponemos de una gama de más de 100 modelos en diferentes especies de madera. Nuestro último lanzamiento al mercado es una tarima de 260 mm de ancho (gran formato)”, aclara. El CEO de MOLDURAS ALTO TURIA, Alejandro Bermejo se despide afirmando: “Siempre estamos innovando, en un sector y mercado tan maduro, por difícil que parezca, siempre hay un hueco para ir desarrollando nuevos productos. En los próximos certámenes iremos presentando”.

Y aunque JUNCKERS IBÉRICA no respondió a esta pregunta, conocemos sus últimas novedades, como el sistema deportivo UnoBat 78+, un innovador sistema de suelos que incorpora una cuña con almohadillas amortiguadoras preinstaladas, facilitando una instalación más sólida y rápida; y la herramienta “Calculadora de carbono” para que clientes y prescriptores calculen con facilidad la huella de carbono de diferentes tipos de suelo, facilitando la elección de soluciones más ecológicas.

La última aportación, y perfecta síntesis de todo lo dicho hasta ahora respecto a las tendencias, proviene del Director General de GERFLOR IBERIA, José Manuel Suárez: “El mercado de pavimentos flexibles y revestimientos murales seguirá evolucionando hacia tendencias clave como la sostenibilidad, la durabilidad y la personalización. Los consumidores están cada vez más enfocados en soluciones respetuosas con el medio ambiente, por lo que los materiales reciclables, la eficiencia energética y los procesos de fabricación sostenibles serán cada vez más importantes. Además, la demanda de suelos que combinen estética con funcionalidad, como aquellos que ofrecen fácil mantenimiento y resistencia al desgaste, seguirá creciendo.

Otra tendencia destacada -prosigue el señor Suárez- es la personalización, ya que los clientes buscan opciones más adaptadas a sus gustos y necesidades específicas. En este sentido, creemos que las innovaciones en texturas, colores y acabados jugarán un papel fundamental en la evolución de los productos de suelos". Y concluye presentando los últimos lanzamientos innovadores de GERFLOR: "Acabamos de presentar nuestra nueva gama Creation Looselay 2025. La línea Saga, por ejemplo, es la baldosa vinílica más sostenible de Europa, con un 71% de contenido natural, mineral y reciclado. Además, esta gama de pavimentos puede ser retirada, reciclada y reutilizada, contribuyendo al ciclo de vida sostenible de los materiales".

Asimismo, dentro de la cartera de innovaciones del grupo, "destaca nuestro recientemente renovado Taraflex, el primer pavimento deportivo de punto elástico con contenido biológico. Como mencionaba antes, el nuevo suelo cuenta con un 81% de contenido biológico, y material mineral y reciclado. Además, la inclusión de material sostenible en este pavimento se ha llevado a cabo sin comprometer la calidad, el rendimiento y la seguridad del producto".

Cerrando las respuestas de este reportaje, PRÊT À PARQUET informa de las tendencias que triunfan en el interiorismo: "Últimamente, se está utilizando mucho el parquet de tipo Versailles, el pattern de madera con composiciones geométricas muy creativas. Nosotros -informa su director,

Juan Ignacio Reigada- acabamos de presentar unos productos de diseño italiano que acaban con la típica Punta Hungría y la espiga".

Gracias a las aportaciones de las voces líderes de los suelos de madera y laminados, hemos extraído interesantes conclusiones que, sin duda, van a configurar su presente y futuro del sector: la madera, con su calidez y autenticidad inigualables, continúa siendo un material atemporal, mientras que los laminados, con su versatilidad y resistencia, se consolidan como una opción práctica y asequible. Ambos materiales, impulsados por avances tecnológicos y un creciente compromiso con la sostenibilidad, se reinventan para satisfacer las expectativas de un consumidor cada vez más exigente y consciente. Dichas expectativas se enfrentan a un desafío común en la construcción: la escasez de mano de obra cualificada, lo que impulsa a las empresas a invertir en formación y desarrollo de talento. La colaboración con arquitectos e interioristas se fortalece, mientras que la exploración de nuevos canales de venta amplía el alcance de los suelos de madera y laminados en España.

Por último, las tendencias apuntan hacia diseños más naturales y texturizados, materiales sostenibles y tecnologías que faciliten la instalación y el mantenimiento. La innovación constante, la capacidad de anticiparse a las necesidades del mercado y un firme compromiso con la calidad y la sostenibilidad serán determinantes para el éxito en este sector dinámico y en constante progreso. #

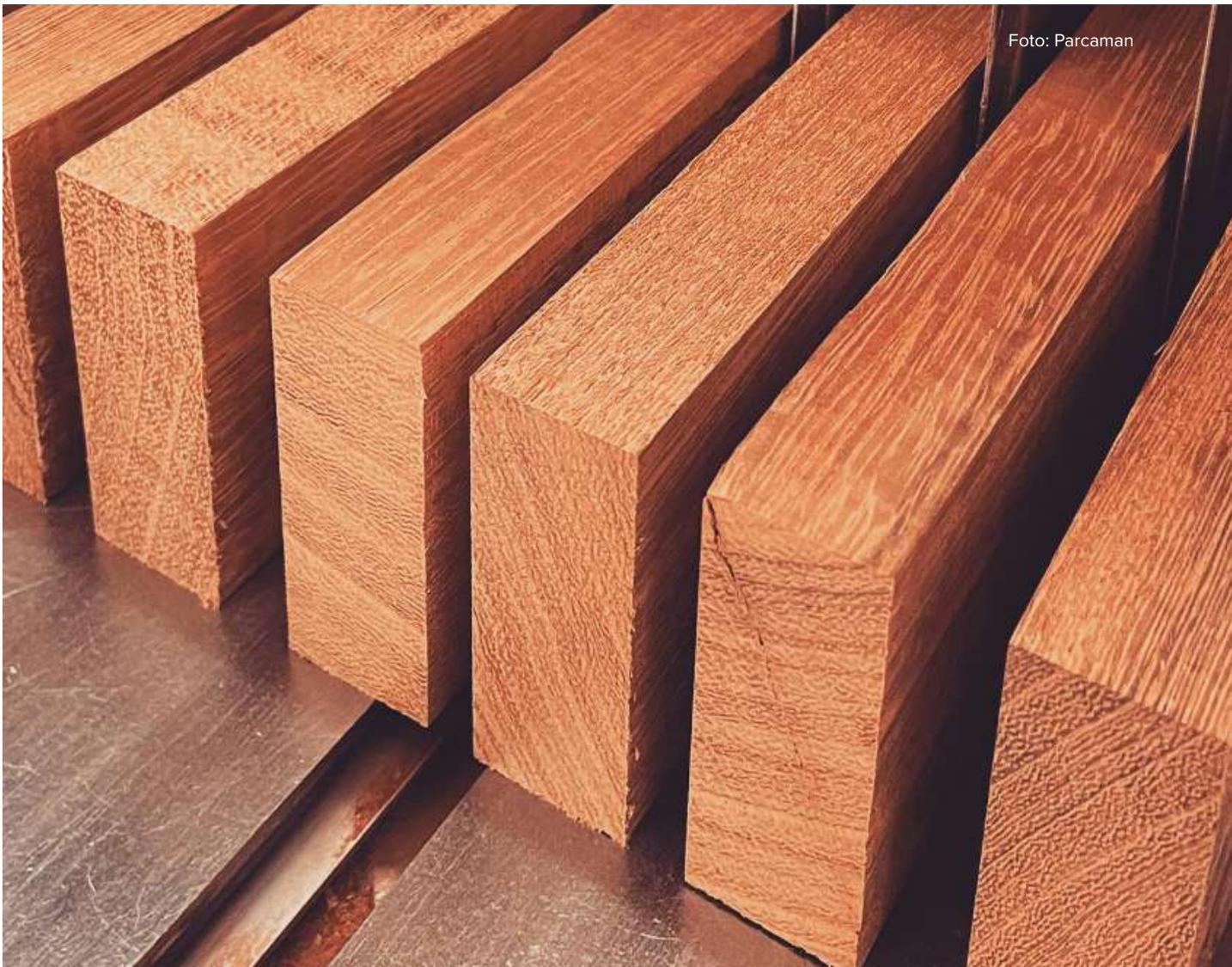


Foto: Parcaman