

## INDUSTRIAL BLANSOL, UNA INSTITUCIÓN EN EL MERCADO ESPAÑOL DE TUBOS DE PLÁSTICO PARA AGUA CALIENTE

Con sede central en Palau de Plegamans (Barcelona)

*Industrial Blansol, S.A. es una de las empresas pioneras en España en los campos de la fabricación de tuberías plásticas para aplicaciones sanitarias y de la fabricación de piezas estampadas y mecanizadas en latón. Aunque los primeros directivos de la empresa, de carácter familiar, desarrollaron tareas profesionales en otros sectores industriales, la actividad en el campo del latón se inició en 1955. Industrial Blansol se constituyó como sociedad anónima el 4 de setiembre de 1969. Actualmente es la empresa más antigua del sector de estancación en caliente en España.*

**E**sta empresa ocupa hoy el segundo lugar en el mercado estatal de los tubos de plástico para agua caliente, aunque es la primera de capital íntegramente español. Además,



Josep Salvadó,  
director gerente  
de Industria' Bloncol



técnica que la nuestra, como es el caso de Sudamérica".

Además del centro productor de componentes de latón en Palau de Plegamans y de un almacén regulador en Sentmenat, en la provincia de Barcelona, la empresa cuenta con la colaboración de Tubesil, S.A., fábrica de tuberías plásticas. La superficie total ocupada, entre fabricación y almacenes, supe-

sus directivos destacan que se trata de la única empresa española que ha adquirido relevancia en otros mercados, pues diseñan y desarrollan una extensa gama de productos innovadores que exportan a otros fabricantes extranjeros.

#### ALTÍSIMOS ÍNDICES DE EXPORTACIÓN

Conscientes de las oportunidades cada vez mayores que presentan los mercados exteriores y a pesar de que las exportaciones suponen ya una cifra que oscila de unos años a otros entre el 30 y el 40% de las ventas, la intención de la empresa es aumentar progresivamente su presencia en el exterior. Sus exportaciones principales se localizan en Europa, con un peso muy elevado en Francia, seguida de Suiza y Portugal. Asimismo las exportaciones destinadas al continente americano, fundamentalmente Estados Unidos y Centro y Sudamérica, se van consolidando como un segundo mercado estratégico. Según Josep Salvadó, director gerente, "la amplia gama de productos que poseemos nos permite ofrecer soluciones ideales a mercados emergentes y con menor experiencia



ra los 13.000 m<sup>2</sup>, de los que 6.000 m<sup>2</sup> están destinados a almacén. Desde estos almacenes reguladores se expiden las mercancías a los clientes, a través de empresas de transporte urgentes líderes en el sector, con el objetivo que el pedido llegue a su destino en un plazo no superior a las 48 horas.

Además de la actividad de fabricación, Bloncol basa su estrategia en el asesoramiento técnico y el continuo desarrollo de nuevos productos. Este asesoramiento es básico para conse-

Exporta cerca del 40%  
de la producción  
y su intención  
es incrementar su  
presencia en el exterior



guir que los arquitectos, ingenieros y prescriptores, en general, confíen en sus productos para sus nuevos proyectos de calefacción, ACS, aire acondicionado y suelo radiante.



#### LOS PRODUCTOS

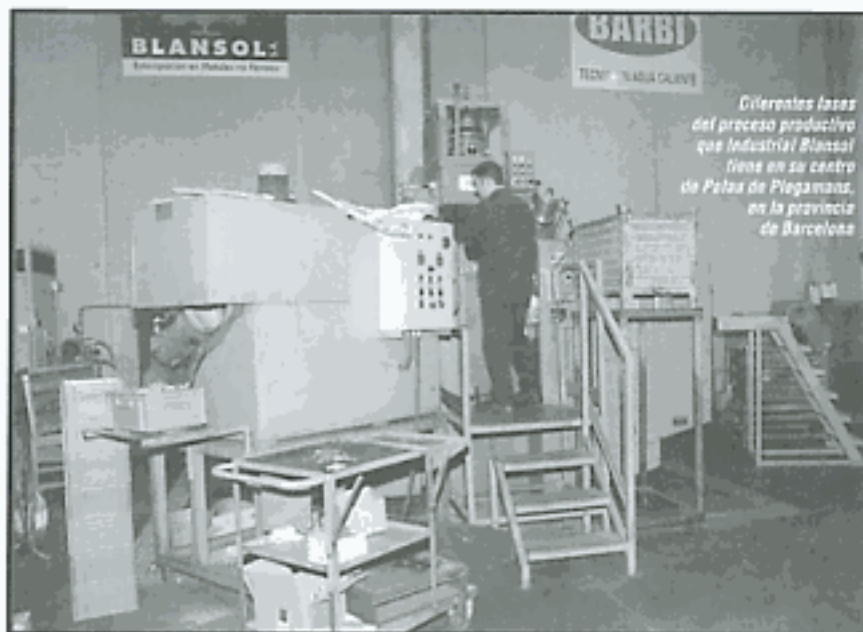


Industrial Blansol intenta ofrecer al almacenista la gama más completa de soluciones en tubos de plástico para la conducción de agua caliente, en sus aplicaciones básicas de fontanería, calefacción, aire acondicionado y calefacción por suelo radiante. Sus principales productos son las tuberías de polietileno reticulado con sus herramientas y accesorios de latón tipo "Barbi"; la nueva gama de tubos de polietileno reticulado "Flexio", que supone una importante mejora en flexibilidad en relación con las tuberías tradi-

cionales; todos los complementos para instalaciones de calefacción por suelo radiante; los tubos de polipropileno random, aptos para grandes diámetros, tuberías generales o cuartos de calderas; las tuberías multicapa tradicionales destinadas a instalaciones monotubo; y últimamente el nuevo sistema multicapa "Gladiator", compatible con los accesorios tradicionales Barbi. Adicionalmente Blansol también realiza para sus clientes estudios técnicos y económicos de proyectos singulares o de calefacción por suelo radiante.

Las tuberías de polietileno reticulado "Barbi" se fabrican utilizando la tecnología Monosil, procedente de la fabricación de cables de fibra óptica, que garantiza una resistencia a la presión un 35% superior a la obtenida con otros sistemas de fabricación. En lo que se refiere a la nueva tubería "Barbi Gladiator", consiste en un tubo de po-





*Diferentes fases del proceso productivo que Industrial Blansol tiene en su centro de Pala de Plegamans, en la provincia de Barcelona*

lelleno reticulado estándar, al que se le añade una capa de aluminio soldada a tope por láser y una capa exterior de polietileno de alta densidad, que sirve como protección contra las agresiones mecánicas y contra la corrosión.

#### DEPARTAMENTO DE DESARROLLO DE PRODUCTOS

Uno de las bases en la que se sustenta el éxito sostenido de Blansol es el departamento técnico, que se encarga del diseño de cualquier producto nuevo, incluyendo el diseño de los utillajes de fabricación y todos los ensayos previos a la producción y comercialización de esa nueva idea.

Asimismo, la empresa dispone de unos laboratorios de más de 300 m<sup>2</sup> equipados con todos los medios materiales para garantizar la calidad de los productos y cumplir todas las normas internacionales. "Todas las personas clave de la empresa están directamente involucradas en el complejo proceso de desarrollo de productos, bien procedan del área técnica o del área comercial", señala Josep Salvadó.

La tradición ha enseñado a Blansol que una de las claves de su éxito ha sido la innovación y el desarrollo constante de nuevos productos, en un continuado esfuerzo por detectar las necesidades del mercado de la construcción. Un hito en la historia de la compañía fue el desarrollo del accesorio "Barbi" para tuberías de polietileno reticulado, que supuso un avance trascendental para posibilitar el uso de tuberías de plástico en aplicaciones de agua caliente, ahora ya de amplio uso en Europa.

Los directivos de Blansol se muestran orgullosos cuando afirman que "podemos presumir de no tener ninguna necesidad de emular a nadie, ya que todos nuestros productos son desarrollos propios de nuestro departamento de ingeniería y siempre han sido otros, a nivel nacional e internacional, los que han seguido nuestros pasos".

El contacto continuo de la red comercial con distribuidores, instaladores, prescriptores y organismos públicos, permite a la empresa recoger las necesidades del mercado para transformarlas en productos comercializables. La oficina técnica plasma en planos esas primeras ideas, se evalúan su fabricabilidad, sus costes y las in-

versiones necesarias, para posteriormente, una vez aprobado el proyecto, fabricar internamente los utillajes necesarios y finalmente el producto propiamente dicho.

#### DISTRIBUCIÓN Y VENTAS

El cliente objetivo de Industrial Blansol es el almacén de fontanería y calefacción. El departamento comercial de la empresa está formado por quince personas en plantilla, con el objetivo de ofrecer al almacenista una solución integral en tuberías de agua caliente y de consolidar unas relaciones estables de colaboración a largo plazo con los distribuidores, que permitan conseguir un movimiento continuado pero sin llegar a saturar los mercados.

La tradición ha enseñado a Blansol que una de las claves de su éxito ha sido la innovación y el desarrollo constante de nuevos productos

## INDUSTRIAL BLANSOL, S.A.

**SEDE SOCIAL**

CAMINO REAL DE CAIDAS, 34  
08184 PALAU DE PLEGAMANS (Barcelona)

**AÑO DE FUNDACIÓN**

1969

**ACTIVIDAD PRINCIPAL**

FABRICACIÓN DE ACCESORIOS DE LATÓN Y TUBERÍAS DE PLÁSTICO PARA APLICACIONES SANITARIAS

**GAMA DE PRODUCTOS**

TUBERÍAS DE POLIETILENO RETICULADO, TUBOS DE POLIPROPILENO RANDOM, TUBERÍAS MULTICAPA, ACCESORIOS DE LATÓN PARA TUBERÍAS DE AGUA CALIENTE Y FRÍA Y COMPLEMENTOS PARA INSTALACIONES

**PRINCIPALES MARCAS**

BLANSOL, BARBI, GLADIATOR, FLEXIO, PROSYSTEM, MULTIPLEX

**STAFF DIRECTIVO**

JOSEP SALVADÓ  
AVELINO GARCÍA

dan defender unos precios y que sean capaces de reservarse unos márgenes que les permitan prosperar en sus negocios.

▽  
**EL PERSONAL APRENDE  
CONSTANTEMENTE**  
△

En total, la plantilla actual de Blansol se compone de 80 profesionales, de los que más de un 20% son titulados superiores en ramas técnicas y económicas. En la empresa se procura un buen ambiente de trabajo en el que se incentiva la comunicación, el trabajo en equipo y la identificación con los objetivos directivos.

Además de la cualificación adquirida, el personal adquiere más conocimientos a través de los organismos oficiales de enseñanza (FORCEM) y de los cursillos impartidos en la propia empresa en campos específicos como la hidráulica o la neumática. "Pero la mejor formación la adquirieron nuestros jóvenes operarios día a día en el puesto de trabajo, aprendiendo de los responsables de sus secciones quienes,

La filosofía de trabajo de Blansol se fundamenta en una relación muy estrecha con los clientes, basada en un trato directo y una gran honestidad y confianza.

La acción comercial de Blansol no acaba con la entrega de los productos sino que se extiende a la colaboración con el distribuidor en la promoción y venta, la realización de todos los estudios técnicos necesarios, la asistencia, la formación en obra y el apoyo post-venta.

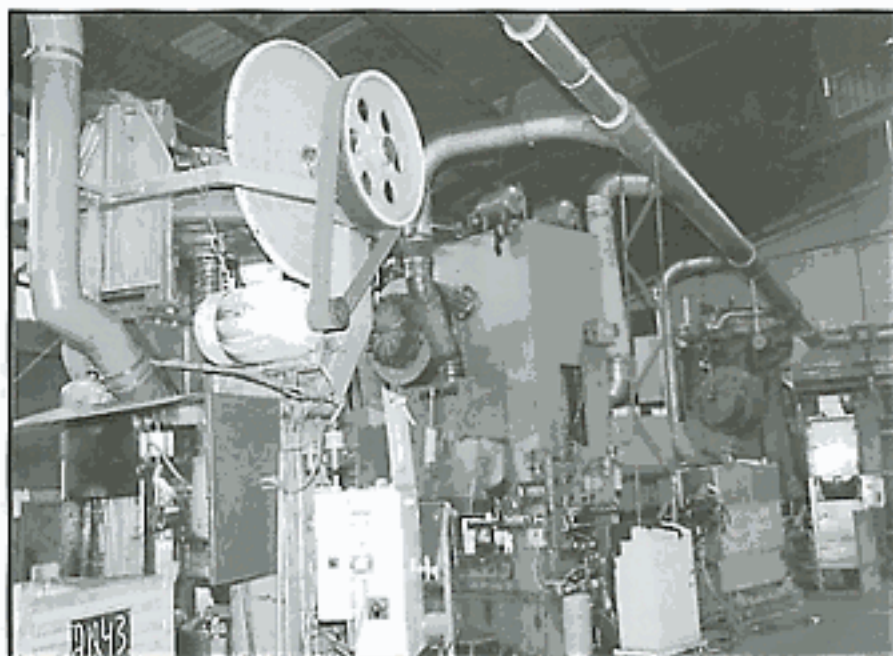
En un mundo en constante cambio, lo crucial para Blansol es conseguir una buena base de distribuidores y clientes con cuya colaboración poder introducir constantemente nuevos productos: "Los productos no sobreviven largo tiempo, por eso es muy básico conocer en profundidad las necesida-

des de nuestros clientes en sistemas sanitarios y de calefacción y ser siempre más ágiles que nuestros competidores", indica Josep Salvadó.

Por todo ello, Blansol pretende tener en cada zona un número limitado de distribuidores, el suficiente para cubrir adecuadamente cada área geográfica, con quienes se crean vínculos de unión e interés mutuo a largo plazo, más allá de una visión mercantilista a corto plazo.

Esta política de distribución selectiva, al evitar que los productos de la empresa se distribuyan masivamente por cualquier almacén, pretende conseguir que los distribuidores de Blansol se identifiquen con los productos, con la marca y, en definitiva, con la propia empresa. También se pretende con ello que los distribuidores pue-

El trato directo  
y de confianza con  
el almacenista  
constituye uno  
de los principios  
fundamentales de  
la empresa



en muchos casos, llevan más de 30 años trabajando en la empresa", señala Salvadó.

Por otro lado, para mejorar cada día más la formación de los vendedores, periódicamente se imparten charlas y seminarios internos, al tiempo que se les anima para que asistan a todos los cursos que puedan contribuir a la mejora de su capacitación profesional.

#### MEIO AMBIENTE Y CALIDAD

La filosofía de control de calidad de Blansol se basa en la prevención. El éxito se consigue a través de diseños robustos y del uso de las más modernas técnicas de fabricación y control de calidad. La empresa ha adquirido un compromiso de respeto por el medio ambiente que se materializa con el reciclado de materiales, el aprovechamiento energético y la eliminación de vertidos a través de procesos de depuración respetuosos con el entorno.

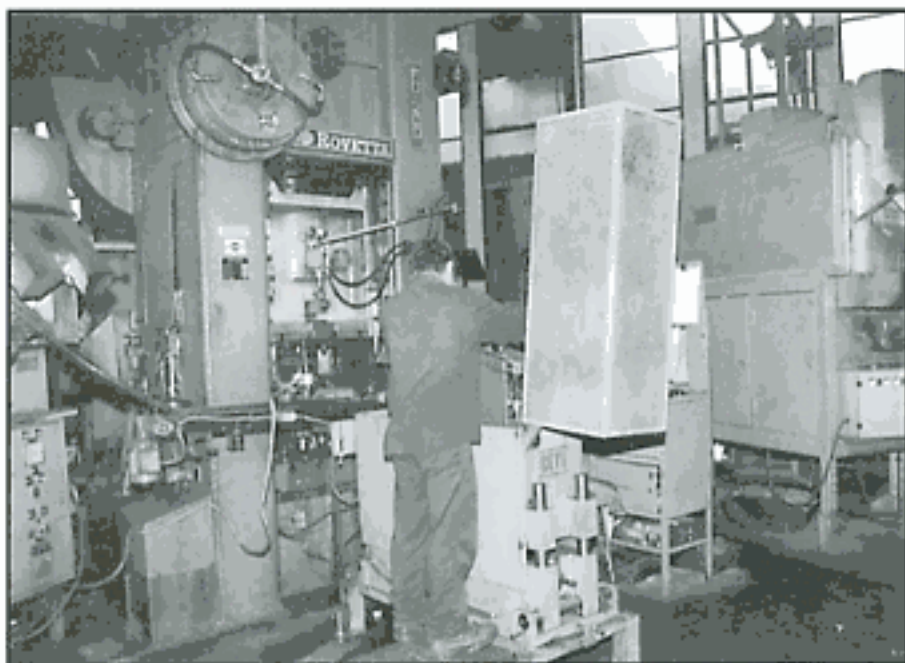
Los productos de Blansol están homologados en todos los mercados, en los que la empresa tiene una presencia significativa, por los organismos nacionales de control de calidad res-

pectivos, como son los casos de España, Francia, Portugal, Austria, Alemania, Estados Unidos, Brasil y Argentina.

#### CRECIMIENTO Y PREVISIONES

La empresa ha venido creciendo de un modo sostenido en los últimos años con incrementos de alrededor del 25%. Y aunque los directivos de Blansol son conscientes que forzosamente debe producirse una ralentización en la construcción, su objetivo en el mercado nacional a medio plazo es ser la empresa española líder en la fabricación y comercialización de sistemas de tuberías plásticas técnicas para las instalaciones de suministro y evacuación de aguas en la edificación. A nivel internacional la empresa pretende mejorar significativamente su implantación en otros mercados geográficos y conseguir que las exportaciones supongan una cuota superior al 50% de la cifra de negocio. En opinión del director gerente de Blansol, "Sudamérica es un mercado natural para nosotros, por nuestras múltiples afinidades y las enormes oportunidades que se nos ofrecen". En este continen-

Blansol quiere alcanzar  
en Francia y Portugal,  
en el plazo de tres años,  
la misma cuota que  
tiene en el mercado  
español



te, la acción comercial de Blansol se basará en acuerdos de largo plazo con empresas distribuidoras de productos de la empresa, que posean una red comercial adecuada y con experiencia y acreditación en el mundo de la edificación. Otra meta importante es la de conseguir, en el plazo de tres años, que la cuota de mercado alcanzada en

España se pueda igualmente obtener en mercados de la Unión Europea cercanos y naturales como son los de Francia y Portugal. Para los directivos de la empresa, estos dos países, por proximidad geográfica, no deben significar exportación sino una zona de venta más como pueda cualquier región española.

Además, en un mercado cada vez más globalizado, Industrial Blansol pretende potenciar su presencia internacional a través de acuerdos con empresas que ayuden a complementar su gama de productos y sirvan de trampolín hacia nuevos mercados de exportación. ■