



José Juan Leva, director general de Panespol

Enrique Bolland
Imagen: Álex Domínguez
enrique.bolland@economia3.info

Panespol duplica su facturación de la mano de Inditex

El éxito de la firma alcoyana, líder en recubrimientos decorativos de poliuretano, implica la próxima ampliación de sus instalaciones

Panespol es líder mundial en la producción de recubrimientos decorativos basados en fórmulas patentadas de polímeros sintéticos. Su amplia gama de producto, dirigida a diseñadores, interioristas y arquitectos que necesitan soluciones estéticas, llamativas y fáciles de instalar, incluye desde clásicas imitaciones a piedra o ladrillo, pasando por variadas líneas de texturas y acabados, hasta llegar incluso a la realidad más natural: paneles de auténtico musgo procedente de los bosques del norte de Europa.

Si el impulso inicial se lo dio a Panespol la capacidad de distribución de Leroy Merlín, el último gran salto se lo ha proporcionado el Grupo Inditex, al que se ha incorporado como proveedor a través primero de las tiendas Bershka, luego Pull & Bear, Stradivarius y, más recientemente, Zara, para la que actualmente se hallan en fase de prototipos para la decoración de sus establecimientos. Semejante alianza con la firma de Amancio Ortega, hará que la facturación de Panespol, 2,5 millones de euros en 2015, se duplique hasta los cinco millones de euros al concluir el presente ejercicio 2016.

El origen

Lo primero suele ser una buena idea. José Juan Leva (Alcoy, 1964) pensó que el uso de polímeros podría mejorar sustancialmente los revestimientos decorativos que hasta entonces se hacían con yeso u otro tipo de material pesado y frágil. Profundizó en su intuición y dio con ello.

Durante los primeros dos años de investigación, Leva desarrolló un poliuretano mucho más resistente de lo habitual para un material tan ligero, una de las muchas fórmulas patentadas por Panespol. Este período inicial de desarrollo significó también un éxito en la mejora de las fórmulas frente a las pruebas de combustión, así como en las destinadas a asegurar la completa atoxicidad del material para usos específicos.

La sólida preparación del fundador para su actual cargo a la cabeza de Panespol proviene de una rica y diversa experiencia previa en pequeños negocios. Fundó su propia agencia de publicidad, trabajó en una fábrica de marcos, e incluso en el obrador de una pastelería durante un largo período de tiempo. Fue durante la década de los noventa cuando, como socio de una empresa dedicada al suministro de molduras y figuras de poliuretano para las tiendas de artesanía y bellas artes, José Juan convirtió su experiencia con este material en una forma de salir de un sector en decadencia.

Pero un buen producto no siempre garantiza el triunfo comercial. En este caso, los 'expertos' alababan la calidad, pero dudaban del potencial de un revestimiento de un pro-

cio superior a los materiales al uso. "La gente nos decía que nunca venderíamos, porque el invento resultaba más caro que la piedra natural, pero en 2002 dimos con las personas adecuadas, y pudimos presentar la innovación en Construtec, en Madrid", dice Leva.

Los agoreros no habían tenido en cuenta un factor determinante: la combinación de ligereza y facilidad de colocación convertía el producto de Panespol, la marca creada por Leva, en el revestimiento ideal para quien quisiera unir al diseño y la imagen, la rapidez y el ahorro de costes que supone no necesitar obra para realizar la instalación.

Antes que nadie lo supieron los profesionales del sector. En Construtec, los arquitectos descubren con Panespol un revestimiento confeccionado con un material ligero que no se rompe, ideal para reformas, que proporciona aislamiento y decoración sin las complicaciones de una obra. Y Panespol llama la atención de un gigante del bricolaje, Leroy Merlín, que cuenta con 57 puntos de venta en toda España. Un mítico programa de televisión, Bricomanía, muestra las bondades del pro-



ducto como una solución ideal para decorar las paredes de la casa sin llamar al bañiil "y el éxito es brutal", recuerda Leva. Otras firmas de bricolaje se subieron al carro: Aki, Bauhaus...

Alemania, prueba de fuego. El retail

Podrían haberse conformado con eso, pero Leva sintió la necesidad de explorar otros mercados, entre otras cosas, porque allá por 2005 percibió que la burbuja de la construcción en España se había inflado en exceso "y algo iba a explotar por algún lado". La oportunidad llegó en Alemania, "el mercado más exigente de todos". Aquella experiencia supuso un cambio de mentalidad "muy positivo para toda la empresa", porque conllevó una inversión en I+D destinada a lograr un producto que cumpliera con todas las exigencias de los clientes más concienciados del planeta. Ese esfuerzo permitió a Panespól lograr algo único, la panacea: un revestimiento ignífugo y atóxico adecuado para exteriores. Cumplir

Laboratorio de ideas

Gracias a la experiencia atesorada a través del trabajo conjunto con arquitectos y decoradores de todo el mundo, **Panespól** se está convirtiendo en el 'laboratorio de ideas y materiales' para las marcas internacionales más innovadoras y vanguardistas en decoración de espacios públicos. En cuanto el proyectista se ilumina con una nueva idea para el próximo cambio estético de una serie de locales, **Panespól** pone a su entera disposición un equipo y un taller donde materializar los primeros prototipos y, tras los ajustes pertinentes, se planifica la producción y el envío de los materiales en función de las necesidades específicas del cliente.

Ante semejante crecimiento y confianza por parte de los clientes, la compañía está dejando de considerarse a sí misma como un mero fabricante de materiales de revestimiento. Su 'know-how', basado a partes iguales en tecnología y artesanía, permite, por ejemplo, realizar piezas tridimensionales de cualquier tamaño, color y textura, incorporarles iluminación led, incluir materiales absolutamente naturales como la Gama NaturalMoss® o realizar estructuras de madera de lo más sofisticadas. Sin entrar en las posibilidades que ofrece la combinatoria entre unos y otros sistemas.

"Los arquitectos que estudian nuestros sistemas se enamoran de sus posibilidades, porque satisfacen sus necesidades... a partir de ahí, nosotros podemos satisfacer su creatividad más salvaje", dice Leva.

Durante los últimos dos años, a pesar de la crisis económica mundial, **Panespól** ha ampliado instalaciones, doblado su facturación y pasado de 24 a 36 trabajadores en plantilla. Cuenta con distribuidores autorizados y consolidados en Reino Unido, Alemania, Francia e Italia, y ha iniciado la búsqueda de nuevos socios comerciales en los mercados de EE.UU. y Canadá. Entre sus proyectos de futuro, la imperiosa necesidad de ampliar sus instalaciones. "A ser posible", afirma Leva, "nos gustaría que fuera en Alcoy".

las exigencias alemanas supone además lograr las más elevadas certificaciones de calidad. Y clientes con gran presencia social, como una cadena de supermercados presente en todo el país, que llaman la atención de otros potenciales clientes.

Y por esa vía se produce otro hito fundamental para la empresa: su orientación actual hacia los sectores del 'contract' y el 'retail', donde ha llegado a convertirse en empresa proveedora de referencia para marcas como **Burger King**, **Inditex**, **Salomon**, **Marks and Spencer**, **The Body Shop**, **Next**, **Harrods**, **Ikea**, etc.

En 2008, las paredes de los locales de **Burger King** de toda Europa se cubrieron con un modelo de ladrillo 'caravista' espe-

cialmente adaptado para la ocasión. Fue el pistoletazo de salida para una nueva serie de inversiones en instalaciones, fórmulas, equipos y procesos capaces seguir el ritmo de sectores tan exigentes como el 'retail' y el 'contract', donde la innovación estética, la atención personalizada y la necesidad de reducir tiempos de instalación suponen grandes retos para cualquier compañía que quiera convertirse en referencia o 'proveedor oficial'.

Trabajar para compañías de tanta relevancia implica un alto grado de profesionalidad, porque "cuando decimos que sí a un proyecto, asumimos un doble reto: cumplir con la calidad que se espera y con los plazos acordados", señala José Juan Leva. ■



**SISTEMAS INTELIGENTES
PARA LOS RETOS
MÁS EXIGENTES
DEL INTERIORISMO.**

www.panespól.com

P
PANESPÓL
Contract

PANESPÓL
Surface Lovers.