



Mexico-City



Stuttgart



St. Petersburg



Peking



VBH Magazin 4/2011

La marca de expertos en herrajes para ventanas y puertas

- Derecho y compliance con VBH
- Rápido y seguro – comercio electrónico con VBH
- VBH en China



Sencillamente todo.

Todo sencillo.



Queridas lectoras, queridos lectores,

a pesar de las muchas sorpresas, turbulencias y un constante y necesario, llamémoslo, “ejercer de bombero” en la fogosa política de alto nivel, nuestros mercados se desarrollaron en el año 2011 más o menos como lo hemos pronosticamos en diciembre de 2010.

La agitación operativa en las conferencias de crisis todavía no rompe las tendencias de largo plazo. Puede ser que los desarrollos en nuestros mercados hubieran sido peores sin las intervenciones de la política. En todo caso, mucho de esto todavía no se ha dejado notar en la economía real

Para VBH la situación del mercado global resulta ser una imagen fuertemente bipartida. Las sociedades que representan 80 por ciento de la venta del consorcio rebosan de salud y producen respetables resultados.

El porcentaje restante, sin embargo, baja masivamente el resultado del consorcio y requiere continuamente medidas de apoyo mediante aportes de liquidez.

Gracias al entorno positivo para nuestro ramo – baja tasa de paro, alta sensibilización en el ahorro energía, bajos intereses, programas de subvención para renovaciones, posibilidades poco atractivas para invertir dinero – Alemania confirmó completamente las altas expectativas.

Europa del Este muestra un crecimiento mas moderado en comparación con lo que se pronosticó en 2010. Los márgenes, como fue anticipado, también se vieron sometidos a presiones. A pesar de ello, la región ganó en todos modos

y de manera impresionante el puesto de segunda ancla estable para el negocio de VBH, por detrás de Alemania.

En Europa del Sur, al contrario, no conseguimos nadar contra el mercado. Hemos realizado algunos progresos, pero demasiado lentos. Como consecuencia vamos a separarnos de sociedades filiales y despedirnos de mercados en los cuales no vemos ninguna señal de una recuperación de la coyuntura a medio plazo.

Las perspectivas para el 2012 tampoco son mejores. Apenas hay un mercado europeo que prometa tasas de crecimiento más altas para el año siguiente. En Alemania esperamos estabilidad en un alto nivel, pero en la mayoría de los mercados extranjeros las tendencias indican hacia abajo. Por lo tanto, es nuestra prioridad “guardar” nuestro dinero para invertirlo allí donde esperamos los efectos mas positivos. Queremos fortalecer aún más lo que ya está fuerte. Eso quiere decir que ponemos toda la atención en nuestra competencia distintiva, nos separamos de sociedades con pérdidas y limpiamos el balance del consorcio para hacer la empresa resistente en los años que vienen. Tenemos todos los recursos para realizar nuestras oportunidades, para financiar el crecimiento, pero paramos consecuentemente la salida de *cash* para compensar las pérdidas continuas.

No podemos contar con la ayuda de los mercados en 2012. Por lo tanto es esencial atizar y avivar la “coyuntura empresarial” de la cual se habla tanto.

VBH está, gracias a la cooperación con nuestros fuertes proveedores, muy bien posicionada de cara a la competición en los mercados del mundo. La complementación con nuestros variados *tools* de servicio da un contorno claro a nuestra promesa “Sencillamente todo. Todo sencillo.”

Cada vez mas clientes reconocen nuestra ventajas para su provecho y nos reafirman en la dirección de nuestro camino. En esta edición Usted encuentra unos ejemplos tomados de la práctica que lo comprueban.

¡Les agradecemos, a ustedes nuestros clientes y proveedores, su confianza en VBH y la cooperación social!

¡Tras otro año turbulento les deseamos feliz navidad, unos días tranquilos para recuperar fuerza y energía, y un buen comienzo de un año 2012 que, ojalá, sea exitoso!

¡Disfruten de la lectura de esta revista!

Les saluda atentamente

Rainer Hribar



Índice



CONSORCIO

Entrevista con Rainer Hribar
Derecho y *compliance* con VBH

04 - 06



TEMA CENTRAL

Rápido y seguro:
comercio electrónico con VBH

07 - 09



TODO SENCILLO

La empresa Fresand en Reddelich

10 - 11



SENCILLAMENTE TODO

greenteQ con nueva espuma de
invierno para pistola

12



GLOBAL

VBH en China
Fenestration 2011

13 - 15

VBH Magazin aparece
cuatro veces al año.

Redacción:
Johannes Rave
VBH Holding AG
Siemensstraße 38
70825 Korntal-Münchingen
E-Mail J.Rave@vbh.de
Teléfono 0049 7150 15279



“Nuestra estrategia se mantiene firme y demuestra su eficacia diariamente”

Una entrevista con Rainer Hribar

Rainer Hribar, usted pronosticó un resultado de empresa negativo para 2011. Esto sorprendió en un primer momento, ya que las cifras de la empresa se interpretaron positivamente durante todo el año; al menos en lo que a la empresa alemana se refiere. ¿De dónde proviene entonces este resultado negativo?

A pesar de las difíciles condiciones de mercado, conseguimos ganancias del curso de la empresa. Incluso tras extraer todas las amortizaciones, intereses e impuestos habituales, obtuvimos resultados positivos. En especial en nuestras regiones habituales -Alemania, Europa del Este Central y los estados CEI- estamos estratégicamente posicionados de un modo extraordinario y los resultados siguen siendo muy buenos. Lo cual es satisfactorio, ya que es ahí donde ganamos el 80% de nuestras ventas. Por contra, es en Europa del Sur donde la crisis nos ha afectado fuertemente. Todos nosotros conocemos las noticias que nos llegan diariamente de esta región. Nadie puede por el momento valorar durante cuanto tiempo va a prolongarse esta situación de valores económicos tan bajos en estos países, ni prever si incluso podría verse empeorada. ¡Así que, en general, no es que haya buenas condiciones que faciliten un comercio de herrajes floreciente! ¿Qué sentido tiene entonces seguir enviando dinero a países, en los cuales no estamos seguros de que éste vaya a volver? Como además no esperamos, ni siquiera a medio plazo, que haya una recuperación coyuntural en estos países, hemos decidido separarnos de algunas filiales, entre aquéllas que no pertenecen al núcleo de nuestra empresa, o aquéllas que no cumplen con nuestras expectativas de forma duradera.

A través de esta medida ganamos energía para los mercados en crecimiento y para el núcleo de nuestra empresa. La renuncia a un mercado de países y el consecuente cierre de una filial es muy caro, ya que se pierden con ello las inversiones realizadas en el pasado y los créditos en curso que les hemos facilitado desde Alemania. Esto provoca un reajuste de valores en nuestros libros y conduce lamentablemente a las altas pérdidas de una sola vez ocurridas en 2011. VBH se encuentra a pesar de todo en buena forma y puede digerir estas pérdidas de una sola vez. Las condiciones de la bolsa confirman esta valoración. Esto se muestra, por ejemplo, en el hecho de que nuestro *rating* de grado de inversión ha sido confirmado. Con esta medida drástica nuestro objetivo principal no es otro que el de fortalecer a nuestra empresa de cara al futuro.

El camino a mercados extranjeros está claro y ha sido explicado, tanto en los VBH-Magazines, como en los informes

de la empresa y también las asambleas principales de los accionistas. La pregunta es sencilla: ¿si tenemos éxito en Alemania y en la totalidad del extranjero no, por qué motivo estamos activos internacionalmente?

El establecimiento en el extranjero y el abanico de riesgos que vienen ligados a él son la especialidad de VBH. En los últimos 10 años fue el actualmente tan aclamado mercado alemán el que nos causaba problemas, mientras que al mismo tiempo ganamos mucho dinero en el extranjero. ¡Nuestra crisis existencial hace exactamente 10 años nunca hubiese sido superada sin la ayuda de nuestras empresas en el extranjero! Claro está que nuestras actividades internacionales deben ser puestas a prueba con regularidad, lo cual ha conducido a las separaciones de filiales mencionadas con anterioridad. Sin embargo, es claramente más sencillo renunciar hoy en día a sociedades débiles y mercados de países, que prever cuáles serán los





mercados débiles del día de mañana. En nuestra opinión, tras ciertos mercados de países con pocos resultados, los cuales hoy día son vistos con escepticismo, se oculta la oportunidad y el potencial de ganancias futuras. Algunas de nuestras perlas de ganancias vigentes pueden soportar hoy nuestro resultado de consorcio actual sólo porque en sus malos momentos tuvimos la sabiduría estratégica de apoyarlas como medida preventiva. Nuestra estrategia sigue siendo el mantenernos en pie sostenidos por varias columnas sólidas. Así uno no se cae, en el caso de que una se quiebre.

¿Diría usted que en cierto sentido también es la obligación de la dirección de empresas de una sociedad de acciones, el poner a prueba eventuales mercados y estar en ellos en activo, porque una limitación en el mercado local podría ser evaluada como renuncia a posibles éxitos comerciales?

VBH se ha vuelto muy fuerte gracias a nuestra introducción temprana en nuevos mercados, en especial en Europa del Este. Esto nos dio la oportunidad de acumular experiencias y de adaptar nuestro modelo de empresa a las exigencias de los mercados locales. Así pudimos ocupar áreas importantes muy rápidamente y desarrollarnos en conjun-

to con estos mercados. Esta ocasión la han tenido muchos, ¡pero uno tiene que aprovecharlas! Muchas cosas han sido logradas, otras pocas no tanto. El éxito es también fruto del trabajo duro y una cierta disposición a aceptar los riesgos necesarios. La mera administración fría de lo habido es con seguridad tan poco favorable como la expansión a cualquier precio. Por ello es importante hacer un seguimiento atento del desarrollo de las empresas y aprender de ellas, al menos hasta la amarga separación.

¿Ha definido VBH criterios que regulen si estará en activo en un mercado determinado, cuál es su perspectiva y qué meta económica es realista? ¿Y también un reglamento para el caso de que ésta no sea alcanzada?

¡Naturalmente! Por medio de claras reglas obtenemos transparencia. Esto aumenta el juego limpio y nos permite poner en práctica más rápida y fácilmente incluso las decisiones más complejas. Antes de conquistar un nuevo mercado, debemos poder estar seguros en la medida de lo posible de que este mercado tiene el potencial suficiente y que ahí podemos ganar dinero. Esto lo observamos y damos por hecho sobre todo cuando por ejemplo el segmento del PVC y/o el de madera/aluminio son atractivos en el mercado local. Nuestra atención está puesta por encima de todo en el comercio al por mayor y no en el de objetos. Lo importante es además que al menos uno de nuestros grandes distribuidores de calidad alemanes tengan el mismo interés y apoyen nuestra entrada en el mercado. También tiene que haber en estos mercados la posibilidad de alcanzar a medio plazo, con

ayuda de nuestros puntos fuertes, una posición líder en el mercado (Nr. 1 ó Nr. 2). La exigencia de rendimiento es completada con nuestra condición de que los nuevos mercados lleguen al *Break even* tras un máximo de tres años. Por el contrario, una empresa que durante varios años pierda dinero y dibuje un *Cash-flow* negativo, no tiene ninguna opción de permanecer como parte duradera de nuestro portafolio de países.

VBH ha mostrado mucha paciencia con algunas de las filiales en duda, ¿por qué?

Cierto; este reproche me lo atribuyo a mí mismo. Cuando hubieron de ser amortizadas sumas de tal magnitud, algunos asuntos internos no salieron del todo bien. En ocasiones hemos mantenido la confianza en gerentes de algunas zonas y creído que aún podrían tener éxito con ayuda de esfuerzos de reestructuración. Justamente cuando hay mucho dinero en juego, uno intenta no darse por vencido a la primera. Pero claro, a uno siempre le resulta más fácil juzgar errores y aciertos con posterioridad.

¿Hablará Usted de un cambio de rumbo en la política extranjera de VBH?

No, no hay un cambio de rumbo en la política extranjera de VBH, en absoluto. Nuestra estrategia se mantiene firme, y demuestra su eficacia diariamente. No obstante, reaccionaremos más decididamente siempre que reconozcamos que los objetivos no son alcanzados. Esto vale tanto para Alemania como para las filiales extranjeras.

Entrevista realizada por Johannes Rave



Welf Kramer

Derecho y compliance

La fiabilidad crea confianza y aumenta la satisfacción de los clientes

En un complicado entorno mercantil como es el sector de la construcción, no siempre es fácil garantizar un comportamiento correcto de todos los participantes en la vida comercial. Por ello, en VBH existen claras normas de comportamiento y principios éticos que aseguran el trato confiado entre socios, clientes y proveedores.

Compliance es una palabra inglesa que sirve para denominar el comportamiento impecable entre empleados, clientes y proveedores. Traducida significa algo así como actuar conforme a las normas vigentes. En este caso concreto se trata de normas claras que aseguran el comportamiento correcto de todos los empleados dentro de una organización, explica Welf Kramer, director del departamento Derecho y *Compliance* de VBH: "En VBH comprendemos la palabra como la suma de todas las medidas organizatorias que garantizan un comportamiento legal de todos los órganos y empleados. Y ello no se refiere solamente al puro trato con leyes y normas. Más bien se trata de reflejar también ciertos principios éticos."

Ya en el año 2007 VBH declaró estas normas en una directiva de comportamiento, el llamado *Code of Conduct*, que, además, es revisado con regularidad y adaptado continuamente. La directiva contiene, entre otros, el principio general "de cuatro ojos" en contratos, el trato de regalos y con datos personales de los clientes, pero también el comportamiento correcto entre los colegas. "El objetivo de *compliance* es cimentar estos principios

en la conciencia y la actitud de todos los empleados y responsables para asegurar procesos inmejorables. Por lo tanto, el *Code of Conduct* de VBH vale para todos los empleados y todas las compañías globalmente." El código es complementado por un reglamento revisado para el comercio que estipula las responsabilidades de los gerentes.

Estándares similares con diferencias culturales

Especialmente en una empresa como VBH, que actúa internacionalmente, es importante uniformar los estándares de comportamiento para todas sus sedes. Las diferencias culturales en la vida comercial son considerables, y no siempre se trata de los "sospechosos habituales": En los Estados Unidos, por ejemplo, los pagos acelerados a las administraciones son perfectamente normales. "Sin embargo, en nuestras normas de comportamiento hemos decidido que VBH no participe en estas prácticas en ningún país", enfatiza Welf Kramer. "E incluso en países críticos hemos obtenido buenas experiencias derivadas de esta decisión. También allí los clientes aprecian la calidad y el comportamiento correcto de VBH." En el futuro, informes regulares para nuestros empleados hacen pública la jurisdicción actual y recuerdan el tema *compliance*. "Es importante que cada empleado de VBH sepa que no se le deja solo con sus problemas", dice Welf Kramer. Para eso se instaló un *Help-Desk* que ayuda con todas las preguntas en torno a temas que tienen que ver con *compliance*. Así los empleados pueden concentrarse en sus verdaderos trabajos. Además, una lí-

nea de comunicación directa destinada a las denuncias confidenciales facilita la denuncia anónima de sucesos.

Los clientes se benefician de la uniformidad de las normas

Aparte de una obligación legal, son varias las razones que dan motivo a la introducción de un sistema de *management de compliance*. Hay estudios que confirman que la satisfacción del empleado aumenta cuando se dan normas claras de comportamiento y una actuación conforme a ellas. También por parte de los clientes crece la confianza en la empresa. Además, las consecuencias de una acción incorrecta son incalculables si falta un reglamento sobre *compliance*. La pérdida de la reputación amenaza a la empresa así como altos pagos de indemnización. Debido a normas particulares, como en el ejemplo de Inglaterra, cuando se trata de sociedades internacionales, incluso los más nimios sucesos pueden tener consecuencias globales para la empresa entera. Por lo tanto, para Welf Kramer y la junta directiva de VBH es muy importante tener un sistema de *compliance* en funcionamiento: "De tal manera demostramos a nuestros clientes y accionistas, a los bancos e inversores, que somos un socio comercial de alta fiabilidad. Todos los clientes y proveedores de VBH pueden estar seguros de que en todo el mundo serán tratados por igual."

El Code of Conduct de VBH está disponible para todos los interesados como descarga en www.vbh.de.

Comercio estable en Alemania

Rápido y seguro: comercio electrónico con VBH

Más de un tercio de todos los pedidos son transmitidos hoy en día de manera electrónica a VBH. Eso significa un aumento vertiginoso del porcentaje de pedidos *online*. Con la tienda online en vbh24.de, el sistema de pedidos “logos”, y las posibilidades de conexión directa con los específicos sistemas que utilizan nuestros clientes para la gestión de existencias, VBH ofrece varios caminos para organizar un proceso de pedido cómodo y seguro.



Simon Seibert, Oliver Malsch y Thomas Erhardt son responsables del desarrollo del comercio electrónico en VBH.

Lo que empezó como pura tienda *online*, mientras tanto se ha convertido en una plataforma extensa para los clientes y un foro de informaciones para todo el ramo. A través de la página www.vbh24.de, los clientes de VBH acceden fácil y rápidamente a todos los *tools* de servicio de VBH como, por ejemplo, la base de conocimientos, la plataforma de sistema CE-fix, el hallador de artículos “Hallar en vez de buscar” y varios *tools* útiles como el diseño automatizado de catálogos y la feria virtual de la empresa. En la tienda *online* de VBH el surtido completo de VBH con más de 200.000 artículos está a la disposición de los clientes. También pueden acceder directamente a su “surtido de com-

pra personal”, es decir, a los artículos que suelen pedir a menudo. Miles de clientes utilizan mensualmente esta posibilidad para hacer pedidos.

Muchos de ellos integran directamente el plazo determinado de entrega en sus planes de producción o montaje. Con la indicación de la cantidad necesaria, el cliente recibe el precio, la disponibilidad y el plazo de entrega. Después del pedido se manda una confirmación, y a partir de este momento se puede seguir continuamente todas las fases de la realización hasta la entrega.

Realizar pedidos sin fallos

Independientemente de la posibilidad de pedido electrónico que el cliente escoja, todos tienen un objetivo común: un proceso de pedido rápido, fácil y correcto. Como el pedido es realizado directamente a través del escáner del catálogo de VBH o de las listas de pedidos electrónicas, ya no es necesaria la entrega de los números del producto. Así se evitan errores al teclear o la confusión de cifras. También internacionalmente la demanda de posibilidades de pedidos electrónicos está creciendo. Aparte de Alemania, el sistema de escáner “logos” de VBH es un éxito también en Inglaterra, Estonia, Francia, Grecia, los Países Bajos, Italia, Luxemburgo, Austria, Polonia, Suiza, España, la República Checa, Turquía y Hungría, y, por supuesto, en todos los países está disponible en el idioma nacional. Las más actuales son las versiones de *software* en los idiomas croata, esloveno y serbio.



Novedad: Hallador para conjuntos de módulos e impresión de etiquetas personales

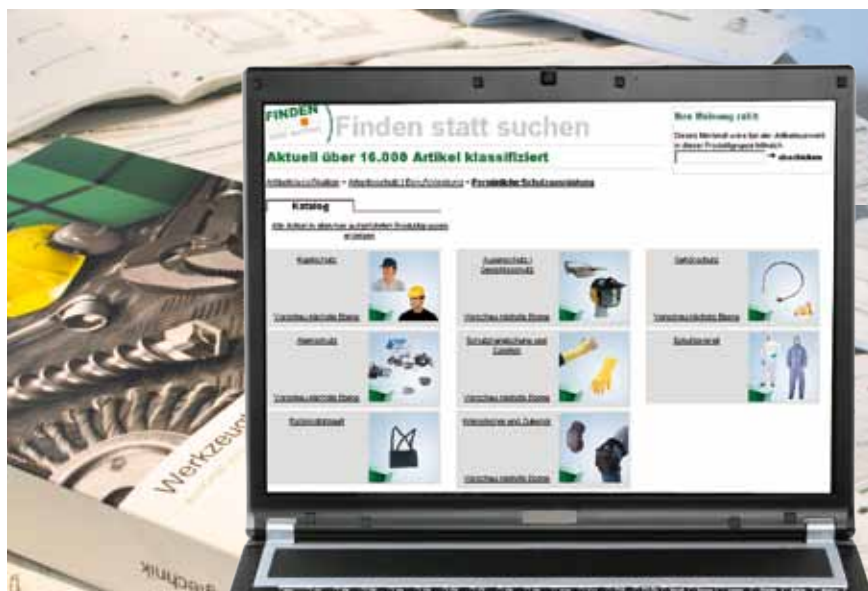
Alrededor de 750 empresas utilizan una fija conexión electrónica para realizar sus pedidos con VBH. Y los productores trabajan continuamente en versiones mejores. El nuevo *software* para pedidos "logos" llamado "easy Scan" facilita el suministro del material considerablemente. Los datos escaneados son visibles inmediatamente en el ordenador. De tal manera se puede modificar, complementar y guardar el pedido si es necesario. Además, los clientes pueden crear listas de códigos de barras e imprimir etiquetas directamente desde el sistema. "Otra novedad es la integración de distintos halladores para conjuntos de módulos de Roto, Siegenia-Aubi, Hautau y Maco para puertas paralelo-correderas-abatibles y elevables-correderas", dice Simon Seibert. "Nuestros clientes solamente

tienen que indicar la altura y la anchura de la puerta y el *software* busca y une todos los artículos adecuados y necesarios."

Actualmente "logos easyScan" está disponible sólo en Alemania y Bélgica, sin embargo, dentro de poco lo será en otros países. También se está preparando un *tool* de configuración para paneles de puertas de casa greenteQ. Además, VBH ofrece todas las interfaces necesarias para la conexión interna de sistemas específicos de gestión de existencias y los mantiene siempre en el nivel actual de la técnica. A través de los sistemas de gestión de existencias se pueden procesar de manera electrónica no sólo los pedidos, sino también las confirmaciones de pedidos, avisos de la entrega y cuentas. También para este servicio Simon Seibert registra

una demanda creciente.

Por lo tanto, está seguro de que el porcentaje de los pedidos electrónicos seguirá aumentando: "El interés y la demanda de soluciones en el comercio electrónico son grandes, ya que los sistemas son cómodos, fáciles en el manejo y seguros. Hemos empezado muy temprano con el desarrollo de soluciones adecuadas para nuestros clientes. Esta ventaja de *know-how* la podemos utilizar a partir de ahora para ampliar nuestra oferta de soluciones aún mas comodas."



“Son muchos los caminos que conducen a la meta.”

Como director de *marketing* de VBH, Thomas Erhardt es responsable, entre otras cosas, de la construcción y la mejora internacional de los distintos accesos electrónicos de los clientes. En la entrevista nos habla de las posibilidades del mismo, así como de los desafíos.

¿Señor Erhardt, cuáles son, desde su punto de vista, las verdaderas ventajas del comercio electrónico?

El provecho mas grande de una solución de comercio electrónico es el ahorro de tiempo. Un buen sistema da a nuestros clientes la sencilla posibilidad de informarse en cualquier momento sobre sus pedidos, el plazo de entrega y otros datos. Eso ahorra tiempo en ambos lados, tanto en el del cliente como en el nuestro. Tiempo que nuestros distribuidores pueden utilizar para su verdadero trabajo: el asesoramiento extenso y profesional. Nuestros clientes, por lo tanto, sacan un doble provecho del procesamiento electrónico. Lo más importante es que el sistema *online* proporciona informaciones tan fundadas como el asesor personal al teléfono. Para ofrecer a nuestros clientes soluciones cualificadas nos tomamos el tiempo necesario para el desarrollo de nuevos sistemas. Desde nuestro punto de vista una tienda *online* no es sólo otra posibilidad para hacer pedidos, sino sobre todo un sistema de información para los clientes. Por este motivo, el desafío es asegurar la calidad de los datos que proporciona un sistema de comercio electrónico. Con el número del productor se puede pedir el artículo en todas partes, pero ya es más complicado si uno conoce solamente las características del artículo. Lo que necesita entonces son extensas descripciones del artículo y sus cuali-



Thomas Erhardt

dades. Es la única forma de encontrar el artículo buscado, y en ello ponemos nuestra atención.

El sistema de escáner “logos” ya está disponible en muchos países. ¿Existe también el plan de instalar tiendas online en los países VBH?

Estamos trabajando continuamente en la introducción de todas las exitosas soluciones de comercio electrónico en los demás países, por supuesto con versiones específicas de la tienda *online* para cada país. Ya existe en Inglaterra, Rusia, Hungría y Polonia, y mientras tanto la estamos preparando para Bélgica y Kazajistán. Sin embargo, las específicas exigencias son distintas en cada país, por lo cual no se puede transferir un sistema de un país al otro sin modificarlo. Vamos paso por paso de un país al siguiente, para que al fi-

nal tengamos una solución óptima en la calidad típica de VBH.

¿Cómo evalúa Usted el desarrollo en el futuro? ¿Va a llegar un día en el que todos los pedidos sean realizados electrónicamente?

Realmente no nos hacemos esta pregunta. Para nosotros lo más importante es: muchos caminos conducen a la meta. Siempre tenemos que recoger al cliente en el lugar donde él se encuentra, sobre todo con soluciones perfectamente ajustadas a las necesidades del cliente. Por lo tanto, VBH no sólo ofrece una posibilidad de realizar el pedido, sino varias. Y siempre estamos abiertos para adaptarnos a los deseos de nuestros clientes. Sin embargo, el comercio electrónico significa una vía de distribución importante que ya es tan imprescindible como e-mail, teléfono o fax.

Fresand – ventanas, puertas, invernaderos

Bien preparado frente a vendavales y temporales

Temporales, lluvia, sol; en la costa del Mar Báltico, en el norte de Mecklemburgo-Antepomerania, uno se toma el tiempo metereológico con tranquilidad. Las ventanas, puertas y fachadas de Fresand GmbH garantizan la comodidad. La empresa en la pequeña ciudad Reddelich, cerca de Rostock, está entre las grandes en Alemania del Norte. Aparte de ventanas y puertas de PVC, madera y aluminio, también produce elementos para la protección contra fuego y humo así como invernaderos. Todo de una sola mano.

¿Qué es lo que tienen en común el hotel de lujo cinco estrellas Heiligendamm y la fachada de ventanas de PVC que, con sus 17 pisos de altura y 140 metros de anchura, es probablemente la más grande del mundo? Pues qué va a ser, las ventanas de Fresand. Si se precisa ventanas de madera en un ambiente protegido como monumentos o elementos de aluminio para la industria, fachadas o escaparates: desde Hamburgo hasta Rostock y Berlín los clien-

tes confían en la calidad y el servicio de este productor de ventanas y puertas. Con su surtido completo la empresa puede ofrecer las soluciones adecuadas para constructores, inversores o clientes privados. A sus clientes pertenecen tanto compañías inmobiliarias como empresas de construcción, carpinterías, distribuidores de elementos para la construcción y propietarios de casas. A diferencia de sus competidores, Fresand ofrece también la gestión completa de un proyecto desde el asesoramiento a través de las cantidades de obra hasta el montaje, y esto para objetos de cualquier tamaño. “Hacemos de todo, desde un complejo de rascacielos hasta un cenador. Para cada cliente ofrecemos el servicio adecuado”, explica Harald Frehse, propietario y fundador de Fresand GmbH. De tal manera, en su lista de referencias hallamos lo mismo un faro en la costa del Mar Báltico, que edificios de viviendas y de oficinas en Hamburgo.

De costa a costa

Alrededor de 70.000 unidades de madera, madera-aluminio, aluminio y PVC se producen cada año. Es posible fabricar 1.400 ventanas de PVC por semana que, con 65 por ciento, representan la mayor parte de la producción. La empresa recibe los perfiles necesarios de Schüco. La zona de actividades llega desde Mecklemburgo-Antepomerania hasta Berlín y Hamburgo/Slesvig-Holstein donde hoy en día Fresand encuentra el mercado de consumo más potente. “En Mecklemburgo-Antepomerania la mayor parte de la necesidad de saneamiento está cubierta”, explica Harald Frehse, “eso ya lo reconocimos antes del milenio. Como consecuencia nos fuimos desarrollando en dirección a Hamburgo.” Con esta decisión, el empresario ha demostrado una vez más su buen instinto, como en el año 1989 cuando fundó la empresa. Entonces, Harald Frehse reconció la alta necesidad de ventanas modernas. Así se dedicó en primer lugar a la venta y al montaje.





En poco tiempo los plazos de entrega se alargaron y Harald Frehse se decidió por la fabricación propia. En el año 1992 fundó una producción de ventanas de PVC en Steffenshagen donde, desde 1994, se fabrican también elementos de aluminio. En el año 1997 integró la producción de ventanas de madera en Rostock a su empresa. Mientras tanto, ya son un total de 160 empleados los que capean el trabajo diario, y también sus dos hijos, Stefan y Christian Frehse, están comprometidos con la empresa. 15 jefes de obra gestionan los diversos proyectos; alrededor de 3.000 objetos de montaje son realizados por Fresand cada año. “Tenemos un conjunto fijo de socios para el montaje, pero debido a la multitud de proyectos, siempre se da una necesidad adicional.”

Socios fiables

Desde el principio VBH es un socio fijo de Fresand y su historia de éxito también contribuyó a que aumentaran las buenas relaciones. A través de VBH la empresa recibe herrajes de Winkhaus para todas las áreas, así como pintura para madera, materiales de montaje y repisas de ventana. Dos o tres veces cada semana pasa el camión de VBH; si es necesario, incluso diariamente. “Está claro que un suministro seguro es esencial para nosotros”, enfatiza Harald Frehse, “pero VBH no sólo es un comerciante sino ante todo un socio que lleva la técnica adelante, por ejemplo, con el nuevo sistema de umbrales

La exposición más moderna de Alemania del Norte ha sido inaugurada

de greenteQ que une todas las puertas y materiales. Recurrimos al asesoramiento profesional de los expertos de VBH también para la construcción y la selección de herramientas, para el marcado CE y para el montaje profesional de ventanas. Solos no podríamos ocuparnos de todo.” Aparte de la propia producción, Fresand ofrece a sus clientes diversos servicios como, por ejemplo, materiales de información con consejos para el mantenimiento de las ventanas, o se encarga ella misma de su mantenimiento regular. Por lo tanto, Harald Frehse aprecia el compromiso de VBH: “VBH ha reconocido qué importante es apoyar a los clientes. Así nos podemos concentrar en nuestro verdadero trabajo. Y si hay problemas en algún momento, siempre hay alguien que se ocupa de ello y ofrece una solución.”

Y gracias a ella, el productor de ventanas y puertas está muy bien preparado para el futuro y su historia de éxito se prolonga. A principios de año Fresand abrió en Glinde, cerca de Hamburgo, la exposición más moderna de Alemania del Norte, para la cual los clientes ya mostraron un gran interés. En el año que viene quiere inaugurar una nueva serie de puertas con los paneles de greenteQ. Durante el proceso de preparación Harald Frehse se animó incluso a visitar nuestra producción en Portugal para convencerse personalmente de la alta calidad: “La oferta de VBH en el sector de paneles de puerta va desde el modelo ‘sencillo’ hasta el de ‘de alta calidad’, mientras que la relación precio/rendimiento permanece muy buena. Además, los paneles de greenteQ ofrecen el máximo surtido en colores y diseños individuales. Nos fuimos realmente muy impresionados: nadie puede ofrecer algo comparable.”



Nueva espuma de invierno para pistola polar XXL B2 de greenteQ

Montaje de ventanas óptimo, incluso con temperaturas heladas

La nueva espuma de invierno para pistola polar XXL B2 de greenteQ permite un montaje profesional de ventanas y puertas con temperaturas del fundamento y del entorno hasta -18°C. Con ella VBH completa el surtido sobre todo para regiones como, además de Alemania, Polonia, Rusia, Siberia, Kazajistán y los Países Bálticos.

Justo a tiempo para la temporada fría, con la espuma de invierno para pistola polar XXL B2 de greenteQ, VBH ofrece una espuma de montaje monocomponente que reacciona a la humedad endureciéndose. Es fácil de usar, ya que la espuma sale con alta velocidad incluso con temperaturas bajas. Bajo condiciones durísimas como son unas temperaturas de hasta -18 °C, la espuma sirve perfectamente para el relleno limpio y controlado, para el aislamiento de juntas de contacto de ventanas, de cajones de persianas o cercos de puertas hacia el exterior, también para el relleno de pequeñas rupturas en la pared u otras cavidades.

Altos valores de aislamiento térmico y de insonorización

Con una insonorización en relación con juntas de 63 dB como máximo, la cual fue comprobada por controles, y un valor de conductividad térmica de 0,0374 W/mK, la espuma polar de greenteQ posee muy buenos valores de aislamiento térmico y de insonorización. Salvo sobre silicona, polietileno, aceites o grasas, la espuma

pega sobre todos los materiales de construcción corrientes mientras estos estén firmes y libres de polvo y grasa. Cuando la espuma se ha endurecido, con temperaturas entre -40 °C y +100 °C está media dura, elástica, en gran medida de células cerradas, resistente a la descomposición y humedad. Como material de construcción inflamable corresponde a la clase E según DIN EN

13501-1.

La espuma de invierno para pistola polar XXL B2 de greenteQ se distribuye en botes de 750 ml que encajan con todas las pistolas de dosificación. Gracias a un ajuste óptimo a las pistolas de dosificación de greenteQ, con esta combinación se pueden conseguir mejores resultados de trabajo. La capacidad se totaliza en 65 litros; así se disminuyen los restos del material dentro del bote hasta el mínimo. La mezcla de los agentes de expansión no perjudica a la capa de ozono y no contiene gases de efecto invernadero con flúor (libre de CFC, HCFC y HFC).

Con la espuma de invierno para pistola polar XXL B2 de greenteQ, VBH ofrece tanto en Europa Central como en las regiones del este y del norte una ampliación adecuada de los surtidos específicos de cada país para conseguir los mejores resultados en el lugar de trabajo, incluso con temperaturas siberianas. En las compañías extranjeras, por lo tanto, la espuma polar de greenteQ está disponible, aparte de en alemán o en inglés, también en ruso y en polaco.



Entrevista: Jens Rothemund, jefe ejecutivo de VBH en Pekín

“Marcamos nuevas tendencias en China”

Jens Rothemund forma parte de VBH desde hace doce años, en los cuales ha podido conocer profundamente el día a día de la empresa de comercio de herrajes de construcción. Fue al buscar nuevos retos e interesantes mercados cuando, finalmente en 2009, se convirtió en jefe ejecutivo en Guangzhou. Desde comienzos de 2011 se hace cargo de las actividades de VBH en Pekín. Su cometido: marcar nuevas tendencias en China con herrajes de alta calidad.

Jens Rothemund, ¿cuáles son los puntos fuertes de VBH en China?

En China ponemos gran atención a la más alta calidad, lo cual significa que nuestro principal objetivo es, en trabajo conjunto con nuestros socios alemanes Winkhaus, Dr. Hahn, Hautau, Sikkens y nuestra marca propia greenteQ, poner en el mercado chino herrajes de alta calidad, y establecer nuevas tendencias y soluciones, en especial en el área de aislamiento térmico. Junto a nuestros socios ofrecemos así una promesa de calidad, que en China es conocida como “*Make the Difference*”. El concepto aún a estándares alemanes con exigencias de calidad aplicadas al mercado chino.

¿Por qué apuestan tan decididamente por productos alemanes? ¿Es eso lo



que el mercado chino realmente necesita?

Justamente a causa de los nuevos parámetros permitidos en China en relación a los valores de aislamiento térmico y las nuevas posibilidades de ahorro de energía resultantes, ha llegado el momento de los productos de alta calidad alemanes en China. Para poder cumplir con las exigencias, son necesarios estos sistemas. Solamente el durante décadas constante desarrollo tecnológico y los modernos procesos de producción de nuestros distribuidores garantizan

el mayor grado de calidad que permanece constante. Con ello establecemos con nuestros productos en China un nuevo estándar en un segmento de alta calidad. Además VBH combina los conocimientos y las posibilidades para completos sistemas de ventanas más allá del puro herraje, hasta capas de madera, aislantes y accesorios para el montaje. Fiel al lema de VBH “Sencillamente todo. Todo sencillo” y al contrario de nuestros acompañantes en el mercado, sólo nosotros ofrecemos en China soluciones completas de una sola mano, que son importadas en un cien por cien.

Los clientes chinos a menudo piensan que sería más económico comprar de un solo productor. En Europa eso se considera un error. ¿Cómo consideran esta cuestión en relación a VBH Pekín?

Es cierto que siempre nos topamos con este prejuicio. La mayoría de las veces se olvida tener en cuenta que, a través de la concentración de cantidades en la adquisición del comercio y justamente gracias a la internacionalización de VBH, se consigue un mejor precio. Asimismo VBH reúne como comerciante un sistema completo, en el cual uno obtiene la respuesta a sus dudas de una sola fuente: tanto si se trata de una oferta, un reparto o un consejo sobre un producto, todo ello viene dado por nosotros a través de una mano competente. No obstante, en China nos presentamos no sólo como comerciantes, sino que completamos los cualitativos productos de nuestros distribuidores también por medio de productos básicos de alta calidad pertenecientes a nuestra marca propia greenteQ. Gracias a nuestro propio centro de pruebas y de tecnologías, desarrollamos constantemente nuestros productos greenteQ y también aquí marcamos tendencia. No en vano casi todos los productos están asimismo certificados por la EN, por lo que son sometidos a controles continuos. Y esto funciona igualmente bien en China.



VBH en la feria Fenestration 2011

También en China prevalece la calidad

“*Make the difference*” es el lema de la iniciativa de *marketing* para la cual se unieron Hautau, Dr. Hahn, Sikkens, Winkhaus y greenteQ, la marca propia de VBH. Su objetivo es llevar adelante el comercio con productos de alta calidad en China. Factores que prometen un éxito de esta iniciativa son la alta calidad y la fuerza de innovación de los productores conocidos, junto con el *know-how* en la distribución de VBH. La iniciativa de *marketing* se estrenó en la feria Fenestration en Pekín ya en el año 2010. A principios de noviembre fue presentada por segunda vez en la feria. 410 expositores y 45.000 visitantes encontraron el camino al terreno de la feria; más del 90 por ciento de ellos eran chinos. En comparación con el año anterior la cantidad de visitantes ha subido fuertemente. Winkhaus y Hautau mostraron su impresionante gama de productos para el mercado chino, siempre rodeados por visitantes de su profesión interesados. Dr.Hahn presentó elegantes herrajes de puertas y Sikkens, ya exitoso en el mercado chino, expuso su técnica para superficies en diversas aplicaciones. VBH aprovechó la feria para dar una visión conjunta sobre el surtido de greenteQ.

En el centro de la atención se movía la cinta Vario 3 de greenteQ. Su presentación, en forma de una demostración ejemplar de un montaje de ventana, también atrajo a muchos interesados.

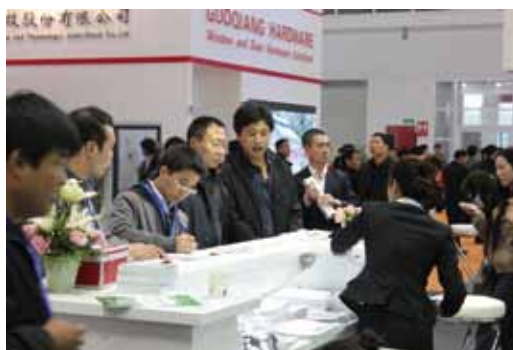
La coyuntura china ligeramente sobrecalentada

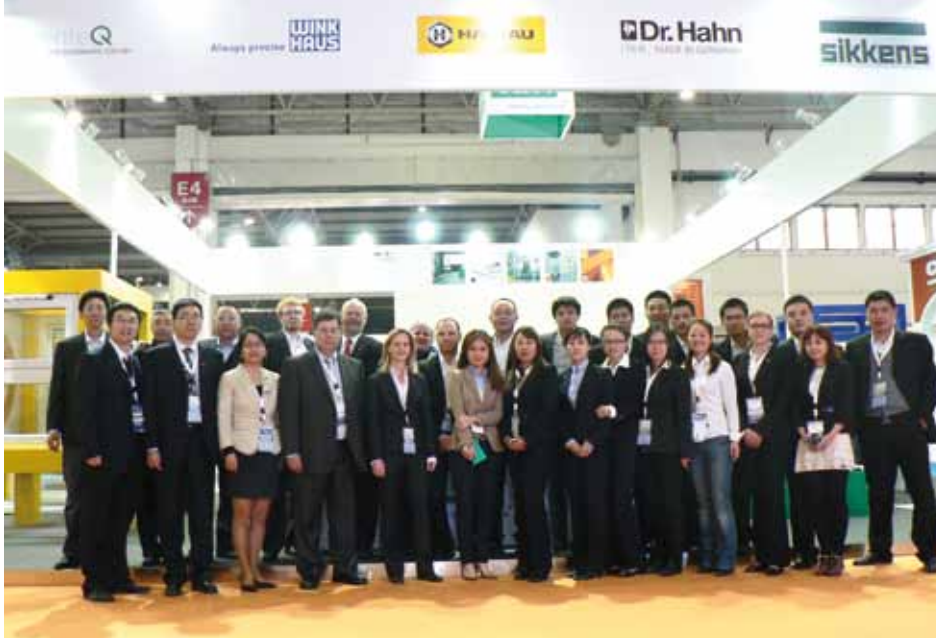
De momento son dos tendencias distintas las que marcan el entorno económico en China. Por un lado el crecimiento, vertiginoso durante los últimos años, pierde dinamismo gracias a las inseguridades de los mercados financieros de la economía mundial y como consecuencia de la alta velocidad en el mercado de la construcción dentro de la misma China. La coyuntura está en parte sobrecalentada y hay varios compradores de inmuebles que sobreestimaron sus posibilidades. En abril de 2010, por lo tanto, el gobierno tomó medidas para reducir los precios de los inmuebles. Entre estas medidas encontramos, por ejemplo, un aumento del pago inicial, una limitación de la cantidad de pisos que cada inversor puede obtener, la introducción de un impuesto para inmuebles y la construcción de viviendas sociales.



En la foto de arriba vemos un constructor de ventanas en el centro de Pekín. En la de abajo, un vehículo de distribución. Sin embargo, esta impresión engaña: China ya no está en los tiempos medievales. China es un país a la vez ultramoderno y anticuado.

Impresiones del stand de la feria





El equipo de VBH Pekín y los representantes de las diferentes marcas que, junto con VBH, gestionan la iniciativa de marketing „make the difference“ en el stand de VBH en la feria.

Sin embargo, es muy probable que el gobierno tenga que aflojar estas medidas dentro de poco, ya que los precios decrecientes podrían perjudicar la coyuntura. Según un informe de la Universidad Renmin en Pekín, debido a la tensa política del gobierno central, en el primer cuarto del año siguiente bajarán los precios, las compras y las inversiones de inmuebles. Los datos actuales muestran que la mitad de las grandes ciudades registran ya desde octubre un descenso de los precios de los nuevos pisos, sobre todo en las cuatro metrópolis Pekín, Shanghai, Guangzhou y Shenzhen. El informe, por lo tanto, pronostica un cambio de rumbo para el tercer cuarto del año 2012. Entonces, las restricciones para créditos en el mercado inmobiliario, entre otros, deberían ser liberalizadas de nuevo. Estos ejemplos muestran cuáles son los

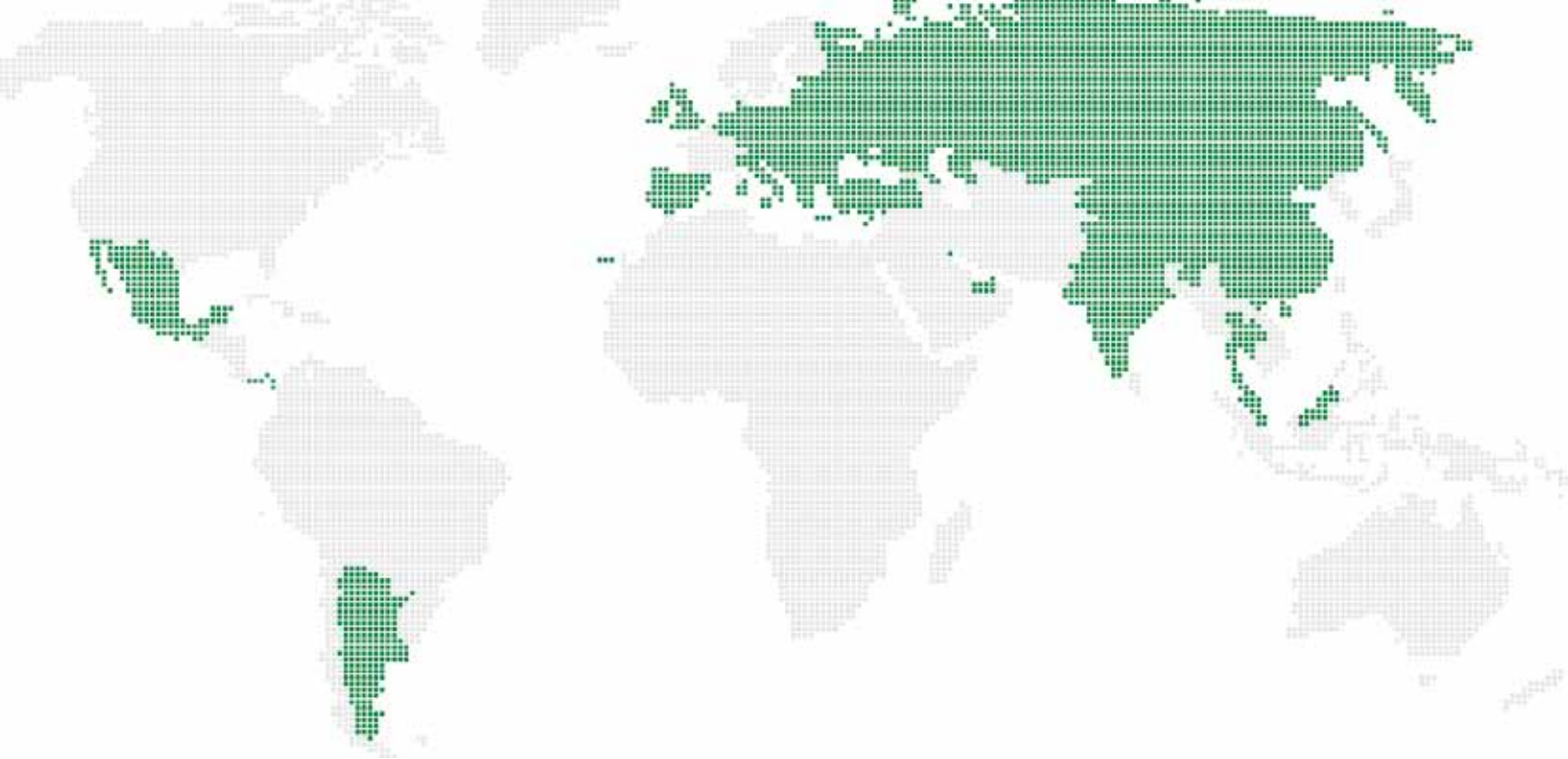
desafíos particulares para empresas europeas que decidan implicarse en el mercado chino.

La calidad está por venir

Por suerte existe una segunda tendencia: se empieza a apreciar la alta calidad de los productos. Se ha notado también en China que lo barato a veces se convierte en algo caro y que la fuerza de innovación en Europa – y en particular en Alemania – en combinación con productos duraderos tiene su razón de ser. Esta tendencia general toma justamente la dirección en la cual se ha puesto VBH con sus socios de la industria. El desafío consiste en comunicar a los clientes chinos el precio más alto por una diferencia de calidad. Sin embargo, el éxito de la industria automovilística en China muestra que

la conexión mental entre calidad mas alta y precio más alto ya está realizada. Conforme a eso, Jens Rothemund, jefe ejecutivo de VBH Pekín, y Markus Röser, director de Category Management durante muchos años y ahora también director en la región Asia-Pacífico, ven muy buenos resultados: ambos (foto abajo, a la dcha.) experimentaron, junto a los demás participantes de “Make the difference”, una presentación en el puesto de VBH que da optimismo para el futuro.





VBH en Alemania
www.vbh.de
www.esco-online.de

VBH en Argentina
www.vbh-holding.com

VBH en Austria
www.evg.at

VBH en Bélgica
www.vbh.be

VBH en Bielorrusia
www.vbh.by

VBH en Bosnia y
Herzegovina
www.vbh.ba

VBH en Bulgaria
www.vbh.bg

VBH en China
www.vbh.com.cn

VBH en Chipre
www.vbh.com.cy

VBH en Croacia
www.vbh.hr

VBH en los Emiratos
Árabes Unidos
www.vbhme.com

VBH en Eslovaquia
www.vbhslovakia.sk

VBH en Eslovenia
www.vbhtrgovina.si

VBH en España
www.vbh.com.es

VBH en Estonia
www.vbh.ee

VBH en Gran Bretaña
www.vbhgb.com

VBH en Grecia
www.vbh.com.gr

VBH en Hungría
www.vbh.hu

VBH en La India
www.vbh.in

VBH en Irlanda
www.vbh.ie

VBH en Italia
www.vbh.it
www.cdagroup.com

VBH en Kazajstán
www.vbh.kz

VBH en Kosovo
www.vbh-kosovo.de

VBH en Kuwait
www.vbh.com.kw

VBH en Letonia
www.vbh.lv

VBH en Lituania
www.vbh.lt

VBH en Malasia
www.vbh.com.my

VBH en México
www.vbh.com.mx

VBH en Montenegro
www.vbh.co.me

VBH en los Países Bajos
www.vbh-nl.com

VBH en Polonia
www.vbh.pl
www.esco.com.pl

VBH en Portugal
www.vbh.com.es

VBH en la República Checa
www.vbh.cz

VBH en Rumanía
www.vbh.ro

VBH en Rusia
www.vbh.ru

VBH en Serbia
www.vbh.rs

VBH en Singapur
www.vbh.com.sg

VBH en Tailandia
www.vbh.co.th

VBH en Turquía
www.vbh.com.tr

VBH en Ucrania
www.vbh.ua

VBH en Vietnam
www.vbh-vn.com



Sencillamente todo.

Todo sencillamente.