

Interface

Bona 

La revista de los fabricantes de suelos de madera del mundo

Junio 2008

Tratamientos de los suelos
– importante para el futuro

Kährs de Suecia escoge Bona

Descubra el porqué en la **página 5**

¿Loco por el bricolaje?

Estudiamos las tendencias de
consumo mundiales **página 8**

Un nuevo estilo de negocio polaco

La historia de la madera báltica y
fuerzas del mercado libre **página 11**

¿Se supone que el trabajo es divertido?

Lea la entrevista exclusiva con la nueva Directora General de Bona **página 4**





© Lena Koller/Jobmèr

Interface



Interior

- 3 Seguridad del producto para Volvo Trucks**
- 4 Una entrevista con la Directora General de Bona, Kerstin Lindell**
- 5 Kährs encuentra un proveedor “dedicado al negocio del revestimiento para suelos”**
- 8 ¿Qué ocurre con el bricolaje? Una opinión objetiva**
- 9 El Kit de limpieza Bona facilita la limpieza de los suelos**
- 10 Resultados de la feria Domotex**
- 11 Baltic Wood de Polonia – una historia de éxito fascinante**
- 12 Nuevo Kit reparador Bona Naturale elimina los arañazos**

Editor

Paul Spångberg

Editora

Camilla Bark, Camilla.Bark@bona.com

Colaboradores

Olle Carlgren, Hans Jonsson, Kerstin Lindell, Marie Shore – Bona. Fredrik Gustavson – Kährs. Joanna Le Pluart – freelance writer. Ralph Meima – Marlboro College Graduate Center, Vermont, USA.

Apreciados lectores:
Esta es la época del año en la que toda persona que tiene una casa en la playa de Falsterbo, cerca de la sede central de Bona en Malmö, empieza a pensar sobre la posibilidad de darle otra capa de pintura. Eso es lo que nos dio la idea del artículo que aparece en este número bajo el título Tendencia de consumo, en la página 8. ¿Por qué no le echan una ojeada y descubren qué ocurre en el mundo del bricolaje?

En cuanto al negocio de los suelos de parquet, hubo un aumento promedio del 10% durante el año pasado para toda la industria en general. Estoy encantando con ello, pero aún hemos de avanzar un poco más antes de volver a conseguir unos márgenes decentes. Sólo pienso que nuestros productos necesitan embaajadores más audaces.

Sin duda no hay mejor tipo de suelo que el de madera, ¿verdad? Como ya han podido comprobar los consumidores de países como Austria, Suiza y Suecia desde hace siglos, la madera ofrece una combinación única de atributos: Durabilidad, confortabilidad y elegancia. El mensaje ha llegado a otros muchos países, incluso a lugares donde no existía

la tradición de construir con madera, y hoy día el revestimiento para suelos de madera tiene una participación en el mercado del 6% globalmente. Estoy seguro que con una buena y clara comunicación, estructurada para tratar las preocupaciones del consumidor directamente, esa cifra subirá aún más.

Estoy convencido que ofrecer a los consumidores una forma fácil de comparar los costes entre diferentes tipos de suelos – teniendo en cuenta todo el ciclo de la vida útil del suelo – sería una revelación para muchos. Los suelos de madera son una buena inversión a largo plazo. Son más económicos de lo que los consumidores creen y se mantienen en perfecto estado durante muchos años.

FEP, la Federación Europea de la Industria del Parquet, ha comunicado este mensaje con su excelente campaña de Madera Real, pero tendremos que coordinar nuestros esfuerzos para llegar a los consumidores finales de todo el mundo. Les ruego consideren otras opciones que les ayuden a situar la percepción que sus clientes tienen sobre los suelos de madera en línea con la realidad.

Como siempre, no duden en enviarme sus comentarios y observaciones sobre esta columna.

Paul Spångberg
Vicepresidente y Director de División Revestimiento Industrial

Bona es una empresa global. Estamos presentes en más de 50 países repartidos por todo el mundo y tenemos filiales en 18 países en Europa, América del Norte, Latinoamérica y en la zona Asia Pacífico. Tenemos fábricas de producción en Suecia, Alemania, EE.UU y China.

Somos especialistas en proporcionar todos los productos necesarios para la instalación, el mantenimiento y la renovación de los suelos de madera. De hecho, lo ponemos todo, a excepción de la propia madera. Nuestro completo sistema de productos incluye barnices profesionales, barnices de acabado UV, lijadoras, abrasivos, adhesivos y productos de mantenimiento. Todos ellos satisfacen las necesidades de los contratistas, los fabricantes de suelos de madera preacabados, los arquitectos, los especialistas y los propietarios. Creamos todos nuestros productos para que se combien perfectamente entre sí y sacar lo mejor de los suelos de madera. Desde la producción y la instalación al mantenimiento y la renovación – lo cubrimos todo.

La misión de Bona:

“Sacar lo mejor de los suelos de madera”

www.bona.com

Altas normas medioambientales

Seguridad del producto adelantada a su época

Gracias a una antigua tradición de fabricar productos adaptados ecológicamente para los suelos de madera, Bona no tuvo ningún problema a la hora de superar la rigurosa auditoría ecológica de Skanska para la construcción de las oficinas nuevas de Volvo Trucks en Gothenburg, Suecia.

Skanska es el contratista de montaje de todo el edificio, mientras que Golvet Göteborg AB se responsabiliza de colocar el suelo de roble. Para Bona esto representa un pedido enorme de productos para tratar la superficie de 7.637 m² de suelo. El contrato supone el suministro de todo el material, desde adhesivos y papel de lija hasta el acabado. El suelo de roble se pega a la base con el adhesivo de base de silano Bona Optimal R850, relleno totalmente de material de relleno Pacific, tintado con Bona Parquet Décor Natural y acabado con Bona Prime Intense y Bona Traffic.

“Tanto el proveedor del suelo de Madera como el contratista recomendaron el uso de los productos Bona para este proyecto. Esto es una recomendación excelente para nuestra compañía y productos,” dice Hans Jonson, representante de ventas de Bona en el oeste de Suecia.

Pensamiento progresista

Ya a principios de la década de los setenta, Bona era la primera compañía que suministraba acabados al agua para uso interior y exterior. La compañía



Tratamientos de superficies para interiores de moda

obtuvo el certificado ISO14001 en 2001. De manera que, los criterios ecológicos exactos de Skanska no ocasionaron ningún problema para los acabados sin NMP de Bona.

NMP, que es la Abreviatura de N-methyl-2-pyrrolidón (N-metil-2-pirrolidona), puede dañar al feto en desarrollo. NMP todavía no ha sido clasificado como tóxico para la reproducción bajo las directrices legales, pero la Unión Europea pronto tomará una decisión sobre el mismo. Skanska, que desde hace una década ha establecido normas para el uso de los productos químicos en la construcción, ya clasifica NMP como tóxico para la reproducción en su política medioambiental.

“Skanska tiene una base de datos en la que reúne información sobre productos químicos y su impacto en el medio ambiente y la salud. En 2005, adoptamos la norma química Basta. Se trata de una empresa conjunta entre las principales compañías suecas de la construcción Sveriges Bygginndustrier (la Federación Sueca de la Construcción) e IVL Svenska Miljöinstitutet (Instituto Sueco del Medio Ambiente),” dice Alma Bokenstrand, Coordinadora Medioambiental del equipo sueco de temas ecológicos de Skanska. “NMP tiene propiedades que no deseamos incorporar en nuestros edificios.”

El Director Medioambiental de Bona, Arne Wallin, comparte las altas normas de Skanska: “Nosotros nos centramos siempre en el impacto que nuestros productos tienen en la salud y en el medio ambiente, a fin de asegurar que los clientes confíen en ellos y se sientan cómodos con ellos.” ■

Acerca de Skanska

Skanska es una de las diez compañías constructoras más grandes del mundo. Es una compañía Fortune 500 y miembro de UN Global Compact. La compañía fue fundada en 1887. Sus primeras operaciones internacionales empezaron en 1897.

En la actualidad, la compañía tiene 56.000 empleados distribuidos por Europa, los EE.UU. y Latinoamérica. Skanska tiene su sede central en Estocolmo, Suecia.

Acerca de Volvo Trucks

Volvo Trucks es un fabricante sueco de camiones, propiedad de Volvo. Es la segunda marca de camiones pesados más grande del mundo. Fundada en 1927, en 2006 Volvo Trucks tenía una plantilla aproximada de 35.000 personas distribuidos por todo el mundo.

Volvo, que tiene su sede central en Gothenburg, Suecia, fabrica sus camiones en 17 países.



El símbolo impreso en el empaquetado indica que el producto no tiene NMP

Trabajo duro y diversión

La fórmula para alcanzar el éxito de Kerstin Lindell



Kerstin Lindell – Presidenta y Directora General de Bona desde 2006

Un año después de haberse incorporado a Bona como Vicepresidenta, se le pidió a Kerstin Lindell que ostentara el cargo de Presidenta y Directora General. ¿Cómo ha sido el primer año y qué aporta Kerstin al trabajo en cuanto a experiencia empresarial, filosofía de gestión y planes de futuro se refiere?

Kerstin tiene una Licenciatura con Grado en ingeniería química, un doctorado en química de polímeros, un Master en administración empresarial y un historial impresionante en la industria de acabados industriales. De hecho, los títulos de Kerstin encajan tan perfectamente con su nuevo cargo en Bona, que a cualquiera podría perdonarse el que pensara que ella lo tenía todo planificado desde un principio. Sin embargo, ella dice que no es así: “Sólo hice lo que me gustaba y

una cosa conllevó la otra.”

Ya en 2005, durante un período de ocho años como directora de desarrollo para la división de revestimientos de madera industrial, Kerstin empezó a pensar en cambiar de trabajo, aunque no lo buscó activamente. Ella comenta: “Creí que había llegado el momento de hacer algo nuevo. Sin embargo, mis dos hijos, Rebecka y Alex, eran realmente felices en la escuela y en casa, así que decidí seguir viviendo en la misma zona.”

Primer contacto con Bona

Cuando Kerstin recibió una llamada telefónica

de Bona sugiriéndole que solicitara el puesto de Vicepresidenta, la idea le pareció atractiva. Su formación y experiencia satisfacían los requisitos de Bona, a ella le gustaba la idea de trabajar para una compañía de propiedad familiar y, como dice la propia Kerstin, “El trabajo parecía un buen reto”. El hecho de que la sede central de Bona se encontraba a diez minutos en coche de casa fue una gran ventaja.

Kerstin se incorporó como Vicepresidenta en febrero de 2006. Pero, después de una relativa calma inicial, el 2006 se convirtió en un año muy ajetreado para Bona y finalizó con la oferta para Kerstin de aceptar el cargo de Presidenta y Directora General. ¿Por qué ella después de un período tan corto en la compañía? Ella se atreve a decir: “Creo que la combinación de una formación técnica sólida con una adiestramiento empresarial riguroso y correspondiente experiencia industrial, fueron interpretados en Bona como algo bueno. Esa combinación no es muy corriente.”

Estilo internacional

Después de haber trabajado para com-

pañías internacionales a lo largo de su carrera, Kerstin no es desconocida en el entorno empresarial internacional. Experimentar diferentes estilos gestores ha sido especialmente interesante para ella: “En Akzo Nobel, tuve jefes de Holanda, España, los EE.UU., Suecia, Dinamarca e Inglaterra. Todos ellos tenían diferentes formas de enfocar el negocio, lo que me permitió aprender mucho.”

¿Cómo describiría Kerstin su propio estilo gestor? “Creo que soy más pragmática y directa que el sueco promedio. Y lo que es más, es importante tener un buen ambiente de trabajo y encontrar formas constructivas de trabajar juntos. Creo que tener sentido del humor también es importante, de lo contrario la vida en la oficina sería muy aburrida.”

Kerstin cree en marcar unos objetivos ambiciosos para el negocio: “Uno debe poner la vista en lo más alto, incluso cuando parezca poco realista en un principio. Suelo poner las cosas “ahí afuera”. Aunque es posible que las personas reaccionen negativamente en un principio, poco a poco se familiarizan con la nueva visión y empiezan a sentirse cómodas con ella.”

¿Cuáles son los planes de Kerstin para Bona? “Adopto una visión holística del negocio. Somos tan fuertes como nuestro lazo más débil, de manera que durante mi primer año como Directora General he prestado atención a cada vínculo. Quiero que todos los empleados se den cuenta del importante papel que juegan en el éxito de la compañía.”

Las prioridades de Kerstin para el próximo año son: obtener un crecimiento rentable para conseguir un negocio sostenible, reforzar la oferta de ayuda perenne de Bona, continuar con innovaciones nuevas y por último, aunque no por ello menos importante, desarrollar una cultura de empresa buena en la que todos trabajen duro y ... ¡también se diviertan! ■

Tratamientos de superficies y reunión de opiniones

Kährs escoge a Bona como nuevo proveedor

En 2006, el productor líder mundial de suelos de madera, Kährs, vio la necesidad de encontrar un proveedor adicional para el tratamiento de sus suelos. Después de visitar varias compañías y realizar numerosas pruebas de producción, Kährs firmó un acuerdo con Bona. Nosotros entrevistamos al Director de Compras de la compañía, Fredrik Gustavson, para conocer toda la historia.

Fredrik Gustavson se responsabiliza de la compra de productos que no sean de Madera para Kährs, lo que incluye adhesivos y acabados, además del equipo de producción y piezas de repuesto. Hace dos años aproximadamente, al darse cuenta de la importancia de los tratamientos para el futuro del negocio, Kährs se marcó el objetivo de convertirse en el mejor fabricante de parquet del mundo en este sentido.

Para conseguir este objetivo, a Fredrik y a sus colegas les pareció que sería necesario trabajar con más de un proveedor. "En este negocio tan competitivo, para nosotros es importante tener acceso a diferentes proveedores, no sólo por razones de costes y calidad, sino también para obtener ideas y opiniones diferentes," explica Fredrik. Bona fue considerada uno de los posibles nuevos proveedores.

Proyecto de prueba con Bona

El primer paso en el que Bona tomó parte, fue una reunión informativa con representantes de Kährs en la se habló del desarrollo de un tratamiento nuevo de superficies, que conllevará el resultado final deseado por Kährs: un suelo con una apariencia lo más natural posible. Entonces Bona se llevó algunos suelos de parquet Kährs sin tratar de vuelta a casa en Malmö, para hacer pruebas con una fórmula nueva en su planta piloto.



Sede central de Kährs



Fredrik Gustavson

Cuando Bona quedó satisfecha con los resultados, Kährs comprobó el nuevo sistema de tratamiento de Bona en su propia planta de producción.

Los resultados iniciales fueron positivos. "Pudimos comprobar que el sistema de Bona funciona bien," dice Fredrik, "pero todavía necesitábamos un período de producción más largo para estar seguros del todo." Seis meses de pruebas de producción convencieron a Kährs de que el nuevo tratamiento era bueno como para continuar. Al mismo tiempo, el departamento de marketing de la compañía había realizado pruebas al consumidor que confirmaron que el nuevo tratamiento de superficies no sólo funcionaba adecuadamente, sino que también atraía a los usuarios finales. Entonces Kährs se sintió lo suficientemente confiado, como para firmar un contrato con Bona como el proveedor oficial de tratamientos de superficies.

¿Por qué Bona?

Según Fredrik, ningún factor individual es responsable de esta decisión. "Kährs buscaba varias cualidades juntas en su nuevo proveedor. Aunque naturalmente la calidad y el precio eran temas primordiales, las personas también eran importantes. Los contactos de Bona demostraron tener conocimientos, ser responsables y personas con las que se podía trabajar fácilmente. ¡Bona está totalmente entregada al negocio de los suelos, al igual que lo estamos en Kährs!"

Fredrik prevé un futuro prometedor para el negocio. "Los suelos de parquet siguen teniendo una participación relativamente pequeña en el mercado, lo que quiere decir que existen grandes posibilidades de desarrollo. Ya vendemos bastante en Europa y Norteamérica, donde el toque escandinavo de los suelos Kährs se aprecia muchísimo. Y ahora se abren otros mercados importantes, como China, India y Rusia." Además de la expansión geográfica, los consumidores se preocupan cada vez más por el medio ambiente y, siempre que la madera proceda de fuentes sostenibles (lo que Kährs ya hace naturalmente), un suelo de madera es una elección excelente gracias a su belleza natural duradera.

¿Tiene Kährs algún producto nuevo en perspectiva? "Tenemos proyectado diversificarnos en suelos más tintados y aumentar la producción de tablas de una tira, pero seguiremos fabricando nuestra conocida gama al mismo tiempo", explica Fredrik. "Queremos atraer a una amplio grupo. Esto significa fabricar una serie de suelos con estilos y niveles de precios diferentes. Tener una gama más amplia de productos de tratamiento de suelos, nos ayudará a satisfacer los muchos y diversos requisitos de los mercados. Al mismo tiempo, nos permitirá usar las materias primas con más eficacia, así que también es una buena noticia para el medio ambiente." ■



Díganos cuál es su objetivo
y le ayudaremos a conseguirlo



¿Dónde le gustaría ver sus pavimentos de madera? Quizás no tenga en su cartera de pedidos los jardines de los apartamentos Western Harbor en Malmö, pero ¿por qué no hacer volar la imaginación? Se quedará sorprendido con la sencillez con la que los sueños se hacen realidad. Bona tiene revestimientos UV es-

pecialmente desarrollados para resistir el deterioro, que incluso hacen aptos sus parquets en zonas de intenso tráfico. Empiece proponiéndose un objetivo... y póngase luego en contacto con Bona para averiguar como conseguirlo.

Bona ®

Tendencia de consumo

Bricolaje – una paradoja de los tiempos modernos



El bricolaje se está convirtiendo en un pasatiempo, más que una necesidad económica

Antes de la revolución industrial todo el mundo excepto los adinerados tenían que hacerse sus propios productos, porque la producción en masa no había llevado todavía los productos de consumo a los mercados. Muebles, productos del hogar, ropa, implementos de cocina, juguetes, herramientas y otros, eran creados por artesanos y mantenidos y reparados cuidadosamente año tras año. Mientras tanto, las personas comunes hacían lo que podían para ellas mismas: Un jersey de punto, una casa de muñecas, un banco, una caja o un cobertizo.

Esto era diferente en la gente más selecta. Si se podía permitir el lujo de un artesano, jornalero, criadas, cocineros y otras fuentes de ayuda, uno debía hacerlo.

Bricolaje con una diferencia

El bienestar económico moderno significa que los servicios humanos son cada vez más caros comparados con los automáticos. Mientras que un hogar próspero hubiera podido contar con “ayuda doméstica” hace cien años, hoy día el coste sería desorbitado. No ocurre lo mismo con las máquinas. Para ahorrar dinero, aunque también por diversión, más y más personas del mundo industrializado acuden al bricolaje. En los EE.UU., por ejemplo, la industria de las mejoras de la casa ha aumentado en más de una tercera parte hasta alcanzar los \$185 billones en los últimos diez años.

Modelos de conducta nuevos

El modelo de conducta en bricolaje solía ser un padre, tío o vecino mañoso que le podía enseñar sus trucos y fórmulas mágicas. Hoy, la mayor movilidad geográfica origina que posiblemente no tenga un “manitas” a mano. Pero, en su lugar podrá encontrar numerosos programas televisivos sobre decoración, construcción, jardinería y mucho más. Desde el programa pionero de la BBC, Changing Rooms, hasta el programa americano de hace tiempo, “This Old House”, y el programa más radical Extreme Makeover: Home Edition, la pequeña pantalla está llena de ideas e instrucciones sobre reparación de casas, decoración, artesanía, jardinería, y parecidos.

¡Juguetes estupendos!

Una sierra circular o un cepillo eléctrico solían ser una cosa funcional, gris y pesada que se compraba en una ferretería y se guardaba en una caja ordinaria de metal debajo del banco de trabajo. Ahora, los fabricantes globales ofrecen herramientas mecánicas de todo tipo de estilo ergonómico, colores vivos y diseño elegante. Se venden en bolsas deportivas o en estuches de fibra de carbono de alta tecnología. E incluso podrían incluir lámparas futuristas alimentadas por pilas recargables. ¿Quién se puede resistir? Pero hablando en serio, las herramientas prácticas y de bajo consumo (con pilas que duren más) han ampliado la capacidad del propietario de realizar proyectos más complejos en su casa.

Cosas nuevas para crear

Ahora a por algunas definiciones. Primero, existe el bricolaje y a continuación le sigue el bricolaje asistido. El primero es la categoría más antigua que conocemos: los proyectos y las tareas de reparaciones domésticas, el empapelado y los muebles “antiguos”. Un fenómeno más reciente es el sistema minorista que, de hecho, incluye al consumidor como parte del proceso de fabricación. Por ejemplo, en los talleres Build-a-Bear cuyo significado en español es (Crear un osito), que ahora se extienden por el mundo, desde Suecia hasta Taiwán, unos niños encantados pueden combinar formatos de animales con ropa y accesorios para crear juguetes especiales que sólo ellos poseen (con nombres únicos y corazones rojos de plástico en la cavidad de su pecho).

También existen actividades parecidas para adultos. En los grandes almacenes bandera como “Yankee Candle”, la cadena nacional americana, el visitante puede crear sus propias velas. Y desde hace tiempo se puede seleccionar el armazón o las piezas de las bicicletas, de manera que se le pueda enviar una bicicleta personalizada directamente de fábrica. También es posible crear ordenadores con gráficos de alta calidad y programas simples de diseño asistido por ordenador. Sólo fíjese en el interés que ha despertado el diseño de cocinas y baños a los medios digitales en grandes almace-

nes como la cadena británica B&Q. ¿Qué más nos deparará el futuro?

Crear su propio espacio

Las unidades, sistemas y estrategias de almacenamiento están proliferando. De IKEA a Wal-Mart o Ordning & Reda en Suecia (ahora en una docena de países), abundan las opciones para un almacenamiento más racional y elegante. Las páginas web como www.clutterfreeforever.com y www.clutterworkshop.com ofrecen asesoramiento, formación y productos a personas como nosotros, que todavía intentan entender cómo dejar las mesas del comedor sin trastos, tener espacio donde guardar las cosas en los armarios de cocina o aparadores, y colocar los zapatos y botas en los estantes del calzado en lugar de en el suelo. ¡No se preocupe del verdadero bricolaje! Por lo visto, menos de la mitad de los americanos creen que el espacio de almacenamiento que tienen está bien organizado. ACE Hardware dice que dos de cada tres personas (63%) esperan reorganizar ese espacio en los próximos seis meses. Casi tres cuartos (72%) dice que estudiarán cómo hacerlo o pedirán ayuda cuando no estén seguros de un proyecto casero o de una reparación. ¡El bricolaje no es algo que se haga a ciegas! Es algo que supone planificación y pericia.

¡Las mujeres y el bricolaje!

Las mujeres ya han realizado bastantes tareas de bricolaje. Pero la enorme proliferación de herramientas manuales y mecánicas, la difusión de conocimientos a través de libros y de las páginas web, los programas televisivos de bricolaje informativos y todas las cadenas minoristas que apoyan el bricolaje, son todos los factores que impulsan a más mujeres a emprender tareas de bricolaje tradicionalmente realizadas por los hombres. Es evidente que el bricolaje ya no es dominio único del hombre. Se ha juzgado que las mujeres motivan en un 75% las decisiones de compra para mejoras del hogar. Según la cadena ACE Hardware, en los EE.UU. un 70% de los encuestados dice que la mujer asume parte (44% así lo cree) o toda (26% así lo cree) la responsabilidad de crear y administrar la lista de "cosas que hay que hacer" en la casa bajo bricolaje.

¿De manera que, cuál es la tendencia?

Aunque es imposible generalizar demasiado, una cosa sí es cierta: la definición minuciosa del bricolaje está cambiando. Hoy día, se tienen muchas más opciones para escoger que ese simple bricolaje, compra de artículos prefabricados o contratación de servicios. Uno tiene todo un espectro de opciones entre



Las mejoras del hogar son un dominio de la mujer

las que elegir. Piense en los muebles de madera no tratada que usted monta en casa, o juegos de construcción de casas de juguete, para los cuales se ha de tener habilidad con un martillo, clavos y brocha (no sólo con una sierra). Ahora Usted puede decidir hacer todo el trabajo, la mayor parte de él, sólo los toques finales o nada. Y a diferencia de la era preindustrial, la opción que usted adopte dependerá de algo más que sólo la riqueza. ■

Limpiar los suelos de madera es sencillo con el Kit de limpieza Bona

Los suelos de madera son una elección simple, de agradable y práctica apariencia para todo tipo de interiores privados y comerciales. Gracias a los Juegos de limpieza para suelos de madera de Bona, ¡eso es verdaderamente cierto!

El nuevo Kit de limpieza para suelos de madera Bona, formado por una mopa, un recambio de mopa y una botella de litro de líquido limpiador, tiene todo lo que se necesita para limpiar un suelo de madera en una sola caja. Sólo tiene que rociar el líquido limpiador, sin diluir, en el suelo y pasar la mopa. Así de sencillo.

Según la Directora de Producto de la División de Cuidado de los Suelos de

Bona, Marie Shore, uno de los problemas principales a los que el consumidor se enfrenta con los suelos de madera, es que no saben cómo cuidarlos. Ella dice: "La mayoría de las personas sabe que usar agua con la madera no es una idea buena, pues podría dañar el suelo. Aún así, sin una alternativa clara, esta mayoría sigue recurriendo al antiguo método del cubo y la fregona."

Con la fabricación de estos Juegos de limpieza para suelos de madera Bona, y poniéndolos a la venta junto a otros productos de limpieza en los supermercados y grandes almacenes de bricolaje, Bona ofrece a los consumidores un mensaje claro: ¡cuidar de los suelos de madera no tiene porqué ser difícil!

Marie sigue diciendo: "Ahora, todas aquellas personas que tengan suelos de madera pueden sentirse seguros a la hora de limpiarlos correctamente. Estamos hablando de un ejemplo práctico de concepto Bona LifeTime Support en

acción. Nuestro objetivo es contestar a todas las preguntas de los consumidores relacionadas con la limpieza y el mantenimiento recomendando estos productos fáciles de usar y facilitándoles su venta."

El Kit the limpieza para suelos de madera Bona también pueden pedirse a través de la web. Visite www.bona.com. ■



La respuesta fácil a la limpieza de los suelos

Informe de la feria de muestras

Informe de Domotex

En enero, Bona asistió a la feria de muestras Domotex en Hannover, Alemania. Como siempre, demostró ser una gran oportunidad para ver a nuestros socios y reforzar relaciones con clientes existentes, además de establecer contacto con otros nuevos.

El héroe del stand de Bona de este año fue el tratamiento del suelo recientemente lanzado Bona Naturale el recientemente creado tratamiento de suelos, Bona Naturale. Como ya habrán leído en el último número de Interface, Bona Naturale es un sistema de tratamiento UV de imagen totalmente natural para los suelos de parquet. Casi invisible, hace lo que la naturaleza sola no puede hacer: ofrece resistencia al desgaste, resistencia a los rasguños, resistencia a los productos químicos y adhesión a la madera. El suelo de roble del stand de Bona fue tratado con Bona Naturale, con lo que se consiguió que fuera el punto natural de conversación con los clientes que nos visitaron en la feria.

Demostraciones de reparación de manchas

También mostramos el nuevo producto de reparación de manchas Bona Naturale, que ya está a la venta. El Kit de Reparación Bona Naturale elimina por



Socios y clientes se congregan en el stand de Bona

primera vez las manchas y repara los arañazos en los suelos tratados con Bona Naturale I, y es el último producto de la garantía Bona Lifetime Support (véase página 12).

Bona Lifetime Support

Mediante Bona Lifetime Support (Asistencia de por vida), pensamos ofrecer una serie completa de productos y servicios con el fin de mantener los suelos con buena apariencia durante toda su vida útil. Puede obtener más información acerca del sistema en www.bona.com. Si no nos vimos en Hannover, o no tuvimos la posibilidad de hablar con usted, no dude en ponerse en contacto ahora. ¡Ya sabe donde encontrarnos! ■



Muestra de productos de limpieza y mantenimiento y la garantía Bona Life Time Support

¡Esté atento al boletín informativo electrónico de Bona!

Además de ofrecerle todas las noticias recientes sobre productos de tratamiento de suelos, tendencias industriales e historias escondidas, le invitamos a que tome parte en un diálogo con Bona.

- ¿Qué ocurre en su zona?
- ¿Tiene alguna noticia interesante que compartir?
- ¿Ha recibido un mensaje de los compañeros del negocio del parquet?

¡Queríamos tener noticias de todo ello! Nuestro boletín informativo electrónico será publicado tres veces al año para

complementar los números de primavera y otoño de Interface. Si desea recibirlo o que lo reciba un amigo suyo, envíe un e-mail a: elisabeth.martensson@bona.com

Un nuevo estilo de negocio polaco

Llegada del negocio a casa

La historia de Baltic Wood sirve de inspiración. Se trata de dos hermanos que dejaron la Polonia comunista en la década de los ochenta y regresaron diez años más tarde para fundar su propia fábrica de muebles y suelos de madera.

La compañía central se llama Nowy Styl (Nuevo Estilo) y ha demostrado ser una de las empresas polacas más dinámicas y sólidas de Europa del este en los últimos años. Baltic Wood, fundada en 1999, es una subsidiaria de propiedad del Nowy Styl Group y uno de los productores de más rápido crecimiento de tablas de suelo de parquet de madera natural.

Aportación de ideas y capital de Nuevo a Polonia

A principios de la década de los noventa, uno de los fundadores de Nowy Styl, Adam Krzanowski, emigró a los EE.UU. donde consiguió un trabajo en una pequeña empresa que fabricaba sillas para restaurantes. Más tarde, cuando los cambios políticos permitieron el desarrollo de empresas del mercado libre en Polonia, él convenció a su empresario que invirtiera en una empresa parecida en Krosno, cerca de Krakow, en Polonia. Su hermano Jerzy se le unió como socio y los dos se convirtieron en empresarios por derecho propio ... y en su país natal.

Planta de producción de alta tecnología

Baltic Floor® es la marca utilizada para el parquet de panel de madera de Baltic Wood. La producción se realiza en una planta de alta tecnología con una capacidad anual de aproximadamente 2.500.000 m². La decisión de emplear la tecnología más reciente y moderna a la hora de construir sus instalaciones, fue una decisión consciente. En parte se adoptó para garantizar la calidad de los productos, aunque también, como dice el Director General Janusz Zajdel: "En ese momento, los europeos del oeste pensaban que los productos polacos eran baratos y de mala calidad.

Tuvimos que trabajar el doble para convencer a los clientes que nuestro producto era, de gran calidad y seguimos haciéndolo así." Esto ayudó a traer clientes a la fábrica. Janusz recuerda hacerlo en varias ocasiones: "La autopista terminaba unos 20 kilómetros fuera de Krakow y la carretera se estrechaba y estaba llena de baches cuanto más se acercaba a Krosno. Las caras de los visitantes se nublaban al empezar a preguntarse dónde iban. Pero imagínese la sorpresa cuando finalmente llegaban a esta fábrica supersofisticada. No exactamente lo que habían esperado."

Ganarse la confianza del cliente

El proceso de cambiar la idea de los productos polacos ha sido largo. Sin embargo, Baltic Wood ha mejorado su imagen y fama año tras año, cumpliendo con las normas industriales más exigentes y consiguiendo tanto la certificación ISO como la FSC. La entrada de Polonia en la Unión Europea en 2004 también facilitó las cosas, puesto que aumentó la confianza en los productos polacos y redujo la burocracia relacionada con la exportación a otros países de la Unión Europea.

Gama de parquet de panel

El parquet de panel Baltic Floor® es un suelo de madera moderno en tres capas, recomendado para su instalación en interiores residenciales además de en edificios públicos. La construcción de los paneles en tres capas garantiza su elasticidad, mientras que la capa externa se recubre con madera de calidad y fija la estructura única y el color del suelo. Baltic Floor® se fabrica en dos versiones: Tablón completo y Listón en tres filas. Los diferentes tipos de revestimientos de la superficie, incluyendo barniz, decoloración o pintura al óleo, realzan la belleza natural del parquet. Los clientes pueden escoger entre el



Hermoso centro histórico de Krakow



Adam Krzanowski



Jerzy Krzanowski

sistema tradicional de unión (engomado) y el moderno (sistema de montaje sin cola Baltic LOC). La gama incluye sesenta variedades diferentes de suelos, usando materias primas de proveedores nacionales además de materiales importados de Eslovaquia, Ucrania, Rumanía y la República Checa. Gracias a la cooperación con otras compañías europeas, Baltic Wood también importa actualmente madera exótica de América y Canadá. Se exportan el 80% de los suelos, el 20% restante se venden en el mercado nacional.

¿Qué ocurre con el futuro?

Janusz explica: "Baltic Wood tiene muchos productos nuevos en perspectiva. En la actualidad nos estamos centrado en diseños, colores y tratamientos de superficies nuevos para usar tanto en interiores clásicos como modernos. La amplia gama de estilos Baltic Floor® nos permite satisfacer una gama realmente amplia de gustos y expectativas de los clientes. Al mismo tiempo, puesto que trabajamos duro para satisfacer los pedidos de los clientes, también tenemos en cuenta lo que tiene que venir y planificamos el futuro." ■

Reparaciones invisibles de manchas

¡Otro número uno de Bona!



Disipando los rasguños en el suelo de parquet

Gracias al nuevo Kit de reparación, usted puede reparar manchas y arañazos en los suelos Bona Naturale y no notará la diferencia.

Bona Naturale es el tratamiento de suelos recientemente desarrollado por Bona. Este producto protege la belleza natural de los suelos de madera sin cambiar su apariencia. Comparado con los tratamientos tradicionales como el aceite o cera, los suelos tratados con Bona Naturale no requieren un gran mantenimiento. El sistema de tratamiento prepara el suelo de madera para tolerar todos los golpes de la vida diaria. ¿Pero, qué ocurre si tiene la mala suerte de sufrir un rasguño serio? Es importan-

te poder reparar el suelo sin arruinar su apariencia.

Recientemente lanzamos el Kit de Reparación Bona Naturale con este fin precisamente. Y es tan bueno que después de haber reparado un área del suelo rayado, ¡usted no podrá apreciar donde estaba el rasguño! Esto no ha podido conseguirse nunca antes y según Olle Carlgren, Director de Proyectos de Bona, "Las personas tienen ciertas dudas hasta que ven el resultado por sí mismas." Gracias a la apariencia extremadamente mate de Bona Naturale, la superficie reparada parece tan perfecta como si nunca antes hubiera sido reparada. Incluso se conserva el color natural de la madera."

¿Qué incluye el kit?

Hemos incluido en una caja pequeña compacta con todos los productos necesarios para que el cliente pueda realizar la reparación rápida y fácilmente,

tanto para el profesional como para el propietario. El juego incluye dos botes de productos de tratamiento Bona Naturale, dos pinceles, dos trozos de papel de lija y un rollo de cinta adhesiva.

Paso a paso

- Empiece agitando los dos botes de manera que el contenido se mezcle adecuadamente
- Use el papel de lija para eliminar las aristas del arañazo y luego limpie la zona rayada del suelo
- Aplique Bona Naturale Base al área lijada y espere 2 horas
- Lije toda una área del suelo (es decir, un bloque, tablón o tabla) y límpiela a fondo
- Proteja el área usando la cinta adhesiva incorporada en el kit
- Aplique Bona Naturale en toda el área
- Retire la cinta adhesiva inmediatamente y deje secar al menos durante 24 horas

Pida su Kit de Reparación Bona Naturale al proveedor de su suelo de madera, o cómprelo en línea en www.bona.com/repair



¡Todo lo que necesita en una práctica caja!

Contacte con nosotros hoy mismo

Asia Pacífico

BonaKemi Asia Pacific Pte Ltd
390 Havelock Road
#07-03 King's Centre
Singapur 169662
Tel +65 6738 55 80
Fax +65 6738 11 58
Eugene Goh +65 9786 8005

América del Norte

BonaKemi North America
4275 Corporate Center Drive
Monroe, NC 28110
Tel +1 704-220-6947
Matt Timmons +1 303-847-6427

Europa central

BonaKemi GmbH
Mayrweierstrasse 21
A-5300 Hallwang bei Salzburg
Austria
Tel +43 662 66 19 43-0
Fax +43 662 66 02 05

Sur de Europa

Bona Ibérica
Pol. ind. San Marcos
C/Pitagoras 7
28906 Getafe, Madrid
España
Tel +34 91 682 55 22
Fax +34 91 682 21 95
Marcus Björck +34 670 91 79 40

Norte de Europa

Bona Kemi AB
Murmansgatan 130
SE-200 21 Malmö
Sweden
Tel +46 40 38 55 00
Fax +46 40 38 73 53

América Latina

Bona Brazil
Rua Sete de Setembro
- número 4214 - Conj 704
Bairro: Centro CEP 80060-070
Curitiba-Paraná
Tel +55 41 32335983
Tony Borek +55 41-9931 9525

China

Bona Coatings (Dalian) Co., Ltd.
Huai He Middle Road, No.99 #3A
Dalian Development Area
Liaoning Province
P.C. 116620, China
Tel +86-411-875 85 500
Jon Loi +86-159-04245500

Oficina central

BonaKemi AB
P.O. Box 210 74
SE-200 21 Malmö
Suecia
Tel +46 40 38 55 00

Para otros mercados, rogamos se ponga en contacto con nuestra oficina central.

Visítenos en www.bona.com en la sección fabricantes de parquetes

Bona y sus productos son marcas registradas por Bona y sus entidades legales

Todas sus marcas registradas pertenecen a sus propietarios respectivos.
Copyright © 2007 Bona.
Todos los derechos reservados.