

# Interface

**Bona** 

La revista de los fabricantes de suelos de madera del mundo

Noviembre 2007

Bona abre una planta  
de producción en China

## Relaciones más sólidas en Asia

Acerca de la nueva fabrica **página 4**

¿Resulta inconveniente la falta  
de prioridad al cliente?

El debate se prolonga **página 8**

¿Puede crear suelos con césped?

Descúbralo **página 3**

Informe de Indonesia:  
Qué hacer con los antiguos  
barriles de whisky

Grandes ideas sobre reciclaje **página 10**



# Interface



## Interior

- 3 **Mejorando las propiedades naturales del bambú**
- 4 **Apertura de una fábrica en China**
- 5 **Retos para Bona en China – una entrevista**
- 8 **¿El fin de la sociedad desechable?**
- 9 **UV-X: un sistema de curado UV ecológico**
- 10 **Empresa indonesia convierte barriles de whisky en suelos**
- 11 **Entrevista con Ilkka Tolonen**
- 12 **Bona Naturale – ¡tan natural que apenas podrá apreciarlo!**

### Editor

Paul Spångberg

### Editora

Camilla Bark

### Colaboradores

Anders Karstensson, Bona. Vittorio Belluz, DV Systems. Ilkka Tolonen, Karelia-Upofloor. Ralph Meima, Marlboro College Graduate Center, Vermont, USA. Budi Hartanto, Jade-Wood. Rene Zaal, Moso International.

Apreciados lectores:

Bienvenidos a la nueva edición de Interface. Mucho ha ocurrido en la industria últimamente y me gustaría destacar un evento en particular, puesto que yo personalmente lo considero muy positivo.

Por primera vez en muchos años, los productores de suelos de madera han aumentado los precios. Y cuesta hacerlo, pues ningún productor desea que sus productos sean vulnerables a una competencia más económica y arriesgarse a perder su participación en el mercado. Sin embargo, parece justo cobrar por el esfuerzo y experiencia que la fabricación de un suelo de madera requiere: investigación, planificación, experiencia técnica, varias fases de comprobación y, naturalmente, un lanzamiento comercial para llegar satisfactoriamente a los compradores.

Desde hace varios años, nuestra industria ha absorbido estos gastos, junto con un coste superior de las materias primas. Algunos de los pasos de expansión, tales como capa superior contra rasguños y sistema de unión, han sido prácticamente abandonados. Para conseguirlo, los productores se han visto forzados a reducir gastos en sus organizaciones. La reducción de gastos

puede ser algo bueno si ello hace que la compañía sea más eficaz, pero también puede aportar economías falsas a largo plazo, siendo el ejemplo más claro la falta de inversión en nuevas tecnologías que nos permitan reducir gastos sin comprometer la calidad.

Es por ello que, cuando veo subir los precios, incluso por pequeños que sean, interpreto que hay un sentimiento de mayor confianza en el mercado. ¡Es un cambio positivo!

En esta edición de Interface, me gustaría llamar su atención especialmente a una nueva tendencia de consumo, que hemos decidido destacar en el "artículo externo", Muerte de la Sociedad de Desecho (en página 8). Con el fin de contribuir a la reducción de emisiones y "compra inteligente", se aconseja a los consumidores que compren mercancías más duraderas de alta calidad. Muchos ya lo hacen. Estos consumidores incluso tienen un nombre especial ("lohasians") y cada vez hay más. ¿Cómo afectará esta tendencia a la industria? Quizás haya una relación entre esto y la subida de precios a la que aludí anteriormente.

¿Qué les parece?

Paul Spångberg  
Vicepresidente y Director  
de la División UV

La misión de Bona:  
*"Sacar lo mejor de los suelos de madera"*  
www.bona.com

*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 belleza del bambú

# Bona ofrece un acabado nuevo para los suelos Moso

Moso International y Bona han desarrollado conjuntamente un revestimiento contra el gran desgaste para los suelos de bambú de dos láminas Moso. Según el Director General Rene Zaal, el nuevo acabado se utiliza en las instalaciones de producción de Moso y los nuevos suelos resistentes de bambú preacabados demuestran ser muy populares en Alemania, Austria y Suiza.

Rene comenta: "Una ventaja importante en el acabado nuevo es su compatibilidad con los productos de mantenimiento y limpieza Lifetime de Bona. Los suelos se mantienen fácilmente e incluso puede aplicarse un acabado nuevo si es necesario."

Moso International, fundado en 1997 en Holanda, se especializa en productos de bambú de fabricación industrial como

muebles y suelos. Fue una de las primeras compañías europeas en reconocer el potencial de los productos de bambú para el mercado europeo. Durante los últimos diez años, ha desarrollado una amplia gama de suelos de bambú.

Rene explica: "El proceso supuso muchos pasos. Empezamos desarrollando las calidades del producto y luego la gama en sí, la cual incluye suelos de madera sólida (bambú) y parquet de dos y tres láminas adecuados para su uso en los diferentes subsuelos existentes en nuestros mercados objetivo."

En cuestión de cola y barniz, Rene buscó un proveedor que pudiera ayudar a Moso a conseguir el nivel de calidad deseado. Y así es como Bona Kemi y Moso International se conocieron por primera vez. Rene sigue diciendo: "Naturalmente, cuando llegó el momento de iniciar la producción de un suelo de bambú preacabado, nos dirigimos nuevamente a Bona. Ya estábamos familiarizados con el personal y sabíamos que podíamos confiar en la gama de productos de tratamiento de alta calidad de Bona para los suelos preacabados. También ayudó el hecho de que, además, Bona había abierto una oficina en Shanghai y estaba construyendo una fábrica en



Las cañas deben tener al menos 10 cm de diámetro

China. Esto acercó nuestras instalaciones de producción y nos permitió tener asistencia técnica rápida cuando fue necesario."

## Asociación en Europa

El año pasado, Moso International empezó una empresa conjunta con la compañía española Tuka, con sede en Barcelona. Esto ha facilitado el acceso de Moso al creciente mercado de suelos de bambú del sur de Europa sin sufrir unos gastos prohibitivos en transporte. También hay productos nuevos fascinantes en camino. Rene da a conocer sus planes para suelos de bambú flexible, con propiedades que le colocan entre un suelo de madera y una moqueta. ¿Creen ustedes que Bona ayudará a desarrollar productos de tratamiento para esta línea nueva? ¿Qué se apuestan? ■



Asistencia Bona Lifetime – una gama completa de productos y servicios para mantener los suelos como el primer día



## ¿Cómo hacer un suelo con bambú?

Aunque tiene las propiedades de la madera, el bambú se clasifica científicamente como un césped. Hay más de 1.500 especies diferentes, de las cuales, sólo las variedades más grandes (con un diámetro de 10 cm o más) son adecuadas para crear suelos.

Para ello, se cortan los primeros segmentos de los postes y se les da la forma y tamaño adecuados. Luego se aprietan en paneles pegándolos con cola para formar tablas.



Nueva fábrica en China

# ¡Bona fabrica ahora en tres continentes!

*"Es un gran día para Bona. Con esta fábrica nueva esperamos fortalecer las relaciones con los socios comerciales de China y Asia, y establecer también nuevas asociaciones."*

Kerstin Lindell, Presidenta y Directora General de Bona



Ceremonia del corte de cinta



Kerstin Lindell asistiendo a la fiesta de inauguración

El 13 de junio de 2007, Bona abrió una nueva planta para acabados UV en Dalian, al norte de la China, asegurando una producción y rápida entrega a los clientes de toda China y Asia del Sudeste. ¡Con la apertura de la planta de Dalian, Bona puede decir con orgullo que ahora tiene instalaciones en tres continentes!

Bona ha tenido una operación local en China desde 2004. La división Industrial Coatings (IC) también tiene oficinas en Beijing y Shanghai. Sin embargo, durante los últimos 10 años, el negocio ha estado coordinado por la filial de Bona en Singapur. Desde ahora, la planta de Dalian se responsabilizará de las operaciones de Industrial Coating en todo el sudeste de Asia.

"El negocio se ha ampliado durante los últimos años en Asia y China", dice Jon

Loi, Director General responsable de la nueva planta de fabricación y mercado en China. "Con la nueva planta y centro técnico tenemos una base sólida para la expansión una mejor logística y tiempo de respuesta".

#### Mejor posventa

Según Paul Spångberg, Vicepresidente y Director de la División Industrial Coating, la presencia de Bona en Asia, con una planta de fabricación, centro técnico, investigación y desarrollo, ventas y marketing, además de asistencia técnica, permite a la compañía dar un mejor servicio a los clientes. Más importante todavía, Bona puede avanzar con su producto Lifetime en el mercado chino, en el que existe una gran demanda de productos y servicios buenos para el cuidado de los suelos y su tratamiento posterior. Bona in Dalian ofrecerá estos servicios junto con la División Asia Pacífica de Bona. "La planta productora de China también será un centro eficaz para la comprobación y ajuste de productos de conformidad a los sistemas de los clientes", dice Paul.

La nueva planta, con 2.000 m<sup>2</sup>, incluye producción, un almacén y un centro técnico y tiene capacidad para 5.000 toneladas. Muchos clientes asistieron



Fachada del edificio de Dalian

a la inauguración de la planta. Durante su discurso, la Directora Adjunta de Dalian (DDA), la Sra. Wang Yan Hui, dijo: "Juntos con SKF e IKEA, Bona representa tecnología sueca de vanguardia haciendo uso de las buenas condiciones de inversión, ubicación logística ideal y creencia firme en el crecimiento de DDA". ■

Entrevista con Anders Karstensson

# Liderazgo del proyecto a larga distancia

Anders Karstensson se responsabilizó de dirigir el proyecto de construcción de la nueva fábrica de Bona en Dalian, China. Su cargo consistió en coordinar los diferentes aspectos del establecimiento de la fábrica, incluyendo las normas legislativas y medioambientales, alquiler del local, adquisición de equipo de producción, asistencia informática y garantía de calidad.

Esto fue un reto alto y difícil si tenemos en cuenta que él se encontraba en Malmö, a miles de kilómetros de la fábrica, y tuvo que encargarse del proyecto a distancia. ¿Cómo salió?

**¿Qué idea se tenía con la apertura de una unidad productora en China?**

“Queríamos una unidad de producción más cercana a los clientes asiáticos a fin de responder más rápidamente a sus necesidades. Y naturalmente, tiene sentido el que pongamos una planta de producción cerca del mercado, puesto

que supone menores gastos de transporte y reduce el impacto ecológico. Una vez dicho esto, de corto a medio plazo vamos a exportar materias primas de Suecia en un intento de garantizar la calidad del producto.”

**¿Por qué la garantía de calidad es tan importante?**

“Nos dimos cuenta de que esto sería el mayor reto. En una situación en la que todo es nuevo – el personal, la fábrica y el equipo de producción – tenía sentido trabajar con al menos uno de los parámetros fijos y es por ello que decidimos enviar materias primas desde Suecia para empezar.

“De igual forma y queriendo asegurar la calidad del producto, el personal de Dalian se trasladó a Suecia para su formación en métodos de comprobación Bona, incluyendo todos los procedimientos de validación. Queríamos asegurarnos de que en la planta china se siguieran todos los pasos y procedimientos a fin de mantener nuestros altos niveles de calidad.”

Otros retos fueron el encontrar personas en Dalian que supieran cómo utilizar de forma óptima el sistema de asistencia comercial y otras que nos ayudaran a gestionar los aspectos legales de la apertura de una compañía nueva en China, como la adquisición de todos

los permisos necesarios. Naturalmente, todo es diferente en Europa. ¡No necesariamente más complicado, pero sí, muy diferente!”

**¿Y qué nos dice de los temas de seguridad e higiene?**

“Decidimos aplicar las mismas normas de seguridad e higiene que tenemos en Suecia, puesto que nos colocan dentro de los límites de la legislación china. De manera que, cuando se trate de temas de captación de polvo, ventilación y equipamiento para el personal (como gafas, calzado y guantes) aplicaremos las normas Suecas. Bona sigue siendo una compañía sueca y queremos sentirnos orgullosos de nuestro trabajo y hacer todo lo posible para asegurar la seguridad del personal.”

**¿Ha tenido alguna dificultad?**

“¡Algunas debido a un error de comunicación! Combine mis pocos conocimientos de chino con el entusiasmo y sentido de urgencia de mis colegas chinos pero las cosas no siempre salen como están planeadas. Si tuviera que dar una instrucción poco clara a mis colegas suecos, estos no dudarían en pedir una explicación mejor, pero en China a veces se adelantan y hacen con toda eficacia lo que ellos creen que se les ha pedido ... lo que no siempre es bueno.”

**¿En su opinión, cuáles fueron los factores claves del éxito?**

No puedo recalcar lo suficiente las habilidades, determinación y verdadero trabajo duro del equipo de proyecto y el personal local. Los colegas de Dalian han realizado un trabajo excelente, especialmente el director general de China, Jon Loi, que ahora tiene su sede en Dalian. Él y su equipo han adoptado responsabilidades adicionales a fin de que el proyecto concluya con éxito. ■



Director Técnico Superior y Vicepresidente Adjunto Tecnología, Anders Karstensson



Sra. Wang Yan Hui visita la planta piloto



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 del Golden Gate, 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 especialmente 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

# ¿El fin de la sociedad de desecho?



Desecho - ¿un problema moderno o una oportunidad del futuro?

El dicho dice: "Ya no los hacen como antes." Y es verdad hasta cierto punto. Mientras que algunos bienes duraderos como coches, electrodomésticos, herramientas y equipo para el aire libre pueden comprarse ahora con niveles de calidad, acabado y durabilidad sin precedentes, no puede decirse lo mismo de otros productos. En muchas categorías, incluyendo hardware y consumibles para la construcción, el uso a corto plazo o inmediato y su disponibilidad se incluyen cada vez más en el diseño del producto.

Cuando se consumen, estos productos se convierten en los restos de la Sociedad de Desecho. ¿Pero, la tendencia de desecho es ecológicamente sostenible? Dadas las discusiones sobre el cambio de clima y falta de energía, probablemente no lo es.

## El icono de la comodidad enloquece

Quizás, el icono más grande de la sociedad de desecho es la bolsa de compra de uso único. Desde que Walter Deubner apareciera con la idea allá por 1912, se han convertido en una característica de la vida moderna. El diseño inteligente de la bolsa de papel del Sr. Deubner con asas de cordón (que posteriormente patentó) permitió a los clientes de su tienda de comestibles llevar más cosas de la tienda, y por lo tanto, comprar más en cada visita. ¡Muy conveniente! La gente ya no tenía que pensar en traer su propia cesta o saco, y naturalmente, las ventas del Sr. Deubner aumentaron.

Por entonces, la comodidad del cliente fue una idea revolucionaria. Hoy día se utilizan hasta un trillón de bolsas disponibles al año, unos 154 por cada ser humano. Casi todas las cocinas de los países industriales avanzados tienen un montón de bolsas dobladas escondidas bajo el fregadero. De hecho, sólo un porcentaje pequeño de consumidores es lo suficientemente organizado, como para abstenerse de las bolsas desechables.

## Evidencia de un giro

Aunque la cada vez mayor comodidad fue una señal de progreso para las personas de mitades del siglo XX, últimamente está tomando un giro. En marzo de 2007, la ciudad de San Francisco prohibió cierta categoría de bolsas de plástico. A partir de julio 2007, todos los supermercados grandes de California

han de aceptar la devolución y reciclar bolsas de compra de plástico. Se está hablando de la prohibición de bolsas en ciudades de todo el mundo, desde Boston hasta Beijing. El minorista sueco de mobiliario, cortinas y alfombras IKEA en los EE.UU. está realizando una campaña para "Meter las bolsas en una bolsa". En resumen, parece que el siglo de la bolsa desechable está llegando a un cierre legislado repentino.

## De desechable a reciclable y reutilizable

¿Qué ocurrirá después? La sociedad de desecho incluye una gran gama de artículos de desecho: pañales, toallitas de papel, cámaras, pilas, dispositivos médicos de uso único, guías telefónicas, periódicos. Otros productos desechables ya han desaparecido. Por ejemplo, en la década de los noventa la industria del copiado e impresión crearon cartuchos de tinta y toner reciclables, junto con sus cajas y bandejas. Y en muchas partes del mundo, ahora se reciclan contenedores de vidrio, plástico y metal. Algunos de estos cambios han sido impulsados por el valor de la materia prima, como el aluminio refinado en latas. En otros casos, la legislación asegura que los desechos peligrosos no lleguen a los vertederos, incineradores, campos, bosques, ríos o mares. De cualquier forma, hay una tendencia clara: de productos disponibles a ser reutilizable y reciclables.

## ¿Adiós a lo "barato y jovial"?

Dejando aparte los productos desechables, ¿qué ocurre con otros productos



El gran debate de la bolsa



El reciclaje aumenta en el mundo

económicos que en otros tiempos habrían durado décadas pero ahora sólo duran meses, días o incluso horas? Por ejemplo, los juguetes regalados en el menú para niños en restaurantes de comidas rápidas los cuales se transportan alrededor del mundo sólo para romperse en días y tirarse. O las prendas de moda que sólo superan cinco lavados antes de convertirse en harapos, basura o prendas para beneficencia. O la tostadora que ha durado un invierno, o la lámina de yeso que empieza a desmoronarse un año después de haberse instalado. Con suerte, la nueva definición de progreso que envía las bolsas de plástico a su extinción también afectará a otros productos desechables.

**Consumidores LOHAS  
– los campeones de la calidad**

Últimamente se ha introducido un término nuevo en la investigación de mer-

cados y gestión de marcas: LOHAS. Acuñada por Coloradobased Gaiam, Inc en 1999, se trata de la abreviatura de "Lifestyles of Health and Sustainability (Estilo de vida de la salud y lo sostenible)." Los consumidores LOHAS son las personas que compran coches híbridos y eléctricos, alimentos orgánicos y naturales, productos de comercio equitativo, edificios de ahorro energético y hacen inversiones responsables socialmente. Según los expertos en marketing, los mercados LOHAS de gran crecimiento se encuentran en Japón y Taiwán.

Si los "lohasians" no quieren bolsas desechables y están intentando prohibirlas, ¿qué ocurrirá después? Si tienen una mente lógica y son sistemáticos, sin duda alguna todo lo que sea desechable será rechazado a favor de lo perdurable y ecológico. Razonarán que un artículo duradero es más ecológico y

responsable socialmente que una serie de sustitutos baratos. Curiosamente, el best seller sueco de este verano "100 maneras de salvar al mundo" (título original: "100 sätt att rädda världen") aconseja a los consumidores comprar artículos de buena calidad por las mismas razones. Sus autores alegan que gastar un poco más en un artículo duradero de calidad, en vez de comprar un producto barato que muy pronto acabará en la montaña de desecho, es más responsable ecológicamente.

Una cosa sí es clara. Todo fabricante que dependa de la disponibilidad o corta duración de un producto deberá leer este artículo y empezar a estudiar las estrategias duraderas. No se puede detener al Progreso. ■



100 maneras de salvar el mundo

# UV-X: la próxima generación de sistemas de curado UV

Como resultado de unas investigaciones y comprobaciones continuas, Delle Vedove ofrece ahora una tecnología innovadora UV sin mercurio: UV-X.

Esta máquina combina la aplicación de pulimento, rollo o vacío y curado UV "todo junto" en un sistema de fácil uso.

Aplica revestimientos UV 100% sólido a perfiles de madera o cualquier sustrato sensible al calor formado linealmente.

La ventaja clave de UV-X frío es que

consume del 60% al 80% menos de energía que los recubrimientos UV de vapor de mercurio a alta presión que se usan normalmente en la industria. Por el contrario, los sistemas UV fríos aportan energía punta en descargas cortas mientras permanecen apagados durante la mayor parte del tiempo en cada ciclo. Estas descargas de energía punta provocan una reacción fotoquímica más rápida, profunda y agresiva para arrancar el proceso de polimerización.

Aún más, La solución de curado al descargas UV-X utiliza lámparas que no usan mercurio, un material tóxico conocido. Esto le hace muy ecológico. A diferencia de los sistemas de lámpara de mercurio de onda continua, la lámpara UV ni crea ni usa microondas para



Lámpara UV de DV Systems

generar UV CON/DESCON instantáneo, lo que aporta un lugar de trabajo seguro y un riesgo muy bajo de incendio. En la fábrica Bona de Suecia hay un sistema de curado UV UV-X de Delle Vedove, y allí, los expertos de Bona desarrollan y comprueban nuevos productos de tratamiento para los suelos de madera usando esta tecnología. Es ideal para series pequeñas, madera tropical y pino. ■

## Empresa Indonesia convierte barriles de whisky en suelos de parquet

# ¡Salud!

En estos días de debate interminable sobre el medio ambiente y cómo desechar eficazmente la basura o reciclar productos usados, es reconfortante oír una historia de éxito en nuestra industria.

Jade Wood en Indonesia, ha descubierto una manera de convertir viejos barriles de whisky en suelos de parquet y de esta manera ha conseguido crear un trabajo secundario, para su próspero negocio de fabricación de suelos de madera.

Se trata pues, de una historia de éxito. Normalmente, los barriles de whisky duran poco. Si se usan por primera vez para whisky de malta, entonces puede usarse de nuevo, aunque no siempre es así. La producción varía en cantidad y cuando los barriles contienen una mezcla de whisky joven y viejo, existe el riesgo de "contaminación", es decir, reducción del grado del siguiente lote. Por lo tanto, los productores de whisky necesitan una forma limpia y rentable de desechar los barriles viejos. La incineración no es la mejor opción puesto que las normas antiecológicas de Japón lo

prohíben. Reciclar los barriles para convertirlos en un producto para suelos es una gran opción para todos: mientras que los productores de whisky pueden desechar su "basura" de forma limpia y recibir dinero por ello, los productores de suelos consiguen una materia prima muy especial y los consumidores tienen un hermoso suelo de roble color whisky.

Budi Hartanto de Jade Wood nos explica cómo su compañía desarrolló un proceso satisfactorio para transformar barriles viejos en parquet. Supone secar las tiras de madera, procesarlas, realizar los perfiles y revestirlos con un barniz adecuado.

Una vez usados como barriles de whisky, el roble adquiere el color dorado natural de la bebida. ¿Pero, huele a whisky? Según Budi Hartanto, si tiene un gran sentido del olfato, es posible que huelga un poco a whisky de malta en las tablas de parquet, pero una vez colocadas en el suelo, ya no huele nada.

### Una elección ecológica

Los principales mercados para el parquet de whisky son Japón, Corea y Norteamérica y Jade Wood espera añadir muy pronto un socio europeo a su lista de distribuidores. "Especialmente en Japón, los suelos se comercializan con un rotundo mensaje ecológico, a menudo como parte de un proyecto de

viviendas "ecológicas", dice Budi Hartanto. Él asegura que los consumidores europeos estarán interesados por las mismas razones. Y añade: "Tienen una conciencia ecológica y valoran la apariencia de su suelo de roble de alta calidad, ¡con su historia fascinante!" ■

Más información de:  
[marketing@jadewoodflooring.com](mailto:marketing@jadewoodflooring.com)



¡La basura de unos, es el tesoro de otros!

La madera adquiere una tonalidad dorada



Fundando una fábrica rusa nueva

# Ilkka Tolonen describe los retos

En 1998, después de dos años como soldado de la ONU y varios años de experiencia en otras compañías de suelos de madera, Ilkka Tolonen se incorporó a Karelia-Upofloor Ltd. Posteriormente, su cargo como director de producción le ha llevado a la región Kaluga de Maloyaroslavets en Rusia, donde está ayudando en la puesta en marcha de la última fábrica de parquet de Karelia-Upofloor.



Las obras progresan en la nueva fábrica de parquet en Kaluga



Ilkka Tolonen de Karelia-Upofloor Ltd.

## ¿Cómo es un día típico para usted?

“He de decir que el trabajo que hago aquí en Rusia es tan imprevisible que no existe un día típico. Incluso cuando creo que tengo un plan, algo inesperado ocurre. Hoy por ejemplo, estaba esperando la entrega de materiales cuando me han comunicado que el camión llegará la próxima semana. De manera que rápidamente he tenido que hacer otros planes. Esto ocurre siempre, de manera que es cuestión de adaptarse a las circunstancias.”

## ¿Qué le gusta u odia de su trabajo?

“Más que nada, me encantan los retos constantes. Es posible que me frustre cuando los planes se van al traste, pero jamás estoy aburrido. Por otro lado, trabajar en un proyecto así requiere una

total dedicación. Tengo poco tiempo libre, lo que es una pena. En Finlandia solía ir en mi moto durante el verano y con un escúter de nieve en el invierno, pero aquí no tengo tiempo. Si tengo algún rato libre lo empleo para leer un libro, relajarme o sólo pasear.”

## ¿Está aprendiendo ruso?

“Bueno, espero hacerlo, cuando el tiempo lo permita. ¡Pero hasta ahora no he progresado mucho! Es desalentador comunicarse siempre a través de un intérprete. Por otro lado, es una tarea enorme aprender ruso dado que incluso el alfabeto es diferente.”

## ¿Cuáles son las diferencias culturales principales que ha notado?

“Las relaciones sociales en los negocios son más importantes aquí que en Finlandia. A los colegas rusos les gusta saber con quién tratan y suelen confiar más en

ti una vez que te han visto varias veces.

## ¿De qué manera le ayudan sus experiencias anteriores en este trabajo?

“Fuí soldado de la ONU en el Líbano en 1989-90 y en Bosnia en 1996-97. Esa experiencia me preparó para enfrentarme a todo tipo de situaciones. Hay pocas cosas que puedan sorprenderme. Y naturalmente, mi experiencia anterior en diferentes fábricas de parquet, me ha enseñado un montón de cosas sobre el negocio de la fabricación de suelos de madera.”

## ¿Consideraría ser soldado de la ONU otra vez?

“No, me estoy haciendo demasiado viejo para eso. Me parece que seguiré con el negocio de los suelos de madera. ¡Es lo suficientemente retador y emocionante!” ■

## Bona termina la House of Sweden

La Embajada Sueca en Washington DC fue recientemente acabada después de varias décadas de discusiones y planificación.

Este importante edificio moderno, diseñado por los arquitectos suecos Gert Wingårdh y Tomas Hansen, incluye más de 4.000 m2 de tablas de

suelo de arce americano. El suelo está formado por parquet de 22 milímetros de grosor colocados en un diseño de mosaico y acabado con el sistema de tratamiento Bona. Bona fue escogido como proveedor de la House of Sweden no sólo debido a la apariencia escandinava que podía conseguirse con sus productos, sino también debido al perfil ecológico. ■



Bona actuando Naturale

# Nuevo sistema de tratamiento UV



Bona Naturale puede usarse en gamas de productos existentes.

A todo el mundo le encanta la apariencia de un suelo de madera que parezca haber salido de la naturaleza, sin intervención humana, excepto la artesanía aplicada a la madera para perfeccionarla y crear superficies suaves. Pero todos sabemos que no es una opción práctica puesto que un suelo de madera necesita protección contra la suciedad y desgaste diario si se desea que siga teniendo una buena apariencia.

Después de varios años de intensa investigación y comprobación, hemos conseguido Bona Naturale, un sistema nuevo de tratamiento UV para suelos de madera que es casi invisible. Hace lo que la naturaleza sola no puede hacer: ofrece resistencia al desgaste, resistencia a los arañazos y resistencia a los productos químicos. Pero lo que hace

especial a este sistema nuevo es que deja el suelo con una apariencia de madera no tratada.

Felizmente, no tiene que empezarse de cero para conseguir la apariencia natural de Bona Naturale – el sistema puede usarse en gamas de productos existentes. También puede combinarse con diferentes tipos de tintes o colores de suelo. Comparado con los tratamientos como el aceite o cera, un suelo Bona

Naturale requiere poco mantenimiento, solo el cuidado normal del suelo y cuenta con la garantía Bona Lifetime support, una gama completa de productos y servicios para mantener los suelos sanos y con buena apariencia a lo largo de su existencia. Si necesita un revestimiento, nuestro programa completo de suelos naturales para profesionales le permite recuperar la superficie a su imagen original y natural. ¡Y si ocurriera un accidente, siempre puede usar nuestro sistema de reparación de manchas que es tan efectivo que incluso olvidará que ocurrió! ■

Más información accediendo a [www.bona.com](http://www.bona.com) o hablando con nuestro representante local Bona.



¡Busque este sello!



¡Tan natural que apenas podrá apreciarlo!

## 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 USA, Inc NKA  
14805 E. Moncrieff Place  
Aurora, CO 80011-1207  
Tel +303 371 1411  
Llamadas gratuitas  
800 872 5515  
Fax: +303 470 1288  
Matt Timmon +1 303 84 76 427

### Europa central

BonaKemi GesmbH  
Mayrweissstrasse 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  
Paloma, 1, Pol. Ind. Los Gallegos  
E-28946 Fuenlabrada  
España  
Tel +34 91 642 01 88  
Fax: +34 91 642 06 90  
Marcus Björck +34 670 91 79 40

### Norte de Europa

BonaKemi AB  
Murmansgatan 130  
SE-200 21 Malmö  
Suecia  
Tel +46 40 38 55 00  
Fax: +46 40 18 25 05

### América Latina

Bona Brazil  
Rua Sete de Setembro  
– numero 4214 – Conj 704  
Bairro: Centro CEP 80060-070  
Edificio: Cond Business Offices  
Tel +55 47 9931 9525  
Tony Borek: +55 479 141 5255

### China

BonaKemi Asia Pacific Pte Ltd.,  
oficina de representación  
Room 10A66, Shanghai Mart  
2299, Yanan Road (West)  
Shanghai, 200336 P.R. China  
Tel +86 21 62361350  
Fax: +86 21 62360388  
Jon Loi +86 41 18 75 85 500

### 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.

Visitenos en [www.bona.com](http://www.bona.com) en la sección Parquett Producers.

*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.*