



VBH Magazin 2/2011

La marca de expertos en herrajes para ventanas y puertas

- Desarrollo estratégico de la empresa en VBH
- aktiv.vital. ¡VBH se pone en forma!
- ¡Un millón de dobles cilindros de greenteQ!



Todo sencillo.
Sencillamente todo.



Queridas lectoras, queridos lectores,

se desvanece la euforia, ¡incluso en el mercado alemán!

Quien en estos momentos se encuentra en niveles inferiores a los del año pasado, así seguirá a finales de año.

Los pedidos son todavía abundantes, la ocupación es muy buena, pero la presión es decreciente, es decir, los pedidos ya no vienen por sí mismos, ¡hay que volver a vender! Esto no es necesariamente malo, ya que una agitación, como la vivida por la industria en el segundo semestre de 2010, tampoco es saludable; se pierde en eficiencia, se cometen muchos errores y al final no queda mucho de provecho.

El mercado alemán sigue siendo bueno, las condiciones externas siguen sirviendo de apoyo, pero eso no significa que automáticamente haya suficiente para todos, sino que de nuevo es necesario tener los mejores conceptos a fin de prevalecer.

En todos modos hasta ahora tampoco había fuera de Alemania, o fuera de los países germanófonos, razón para la euforia. En Europa del Este aumenta el grado de madurez de los mercados e, independientemente de los efectos de la crisis, tenemos que acostumbrarnos a tasas de crecimiento y a réditos "normales"; estos siguen siendo notables pero no extraordinarios.

En los países problemáticos de Europa occidental y meridional, sin embargo, no se observa ningún cambio de tendencia, como era de esperar. De acuerdo con un comunicado de prensa de la Asociación Española de Arquitectos de Cataluña, no se

ha concedido ni una sola licencia de obras para un edificio público en estos primeros 6 meses, y la proporción de la construcción en el producto nacional bruto ha caído del 10% al 13% en los tiempos del *boom*, hasta el 1%-2% en la actualidad. Vender en estos países no es difícil, sin embargo, que estas ventas se paguen roza lo imposible. La prioridad es aquí evidente: no derrochar.

Y sin embargo, a pesar de algunas tormentas geopolíticas y temporales locales, la situación general continua siendo afortunadamente estable.

Lo cual para nosotros significa seguir trabajando consecuentemente con nuestra estrategia basada en la afirmación "Sencillamente todo. Todo sencillo."

Esto incluye:

- La expansión selectiva de nuestra presencia internacional: por ello en este número, por ejemplo, informamos sobre la función de nuestro nuevo almacén central en Panamá y nuestras actividades en América del Sur.

- El análisis en profundidad de nuestra posición en los mercados globales, lo que puede dar lugar a un cese de los mercados donde el modelo de negocio no encaja con el de VBH.

- La expansión consecuente de nuestra marca propia greenteQ: el reparto de un millón de dobles cilindros de perfil es más que una prueba de éxito.

- La ampliación y el perfeccionamiento de nuestro surtido de servicios.

Para poder rendir en todas estas actividades de una forma estructurada y profesional y, en particular, para efectuar el despliegue de greenteQ y de nuestras herramientas de servicio en los mercados extranjeros de manera segura, fue creado el nuevo departamento "Corporate Development / M&A". Su director, Patrick Heinemann, les presenta a su equipo, así como sus primeros pensamientos al respecto de su nuevo cargo.

Hemos escrito a menudo sobre la importancia de nuestros empleados y demostrado que hacemos todo lo posible para ser un empleador atractivo. A este respecto nos ocupamos en el año presente con el tema de la gestión de la salud, lo cual también nos beneficia a nosotros mismos.

Con la salud ocurre a menudo como con una pareja: uno sólo se da cuenta de lo importante que es cuando falta. Mientras está allí, lo damos por hecho y no le prestamos demasiada atención; pero cuando se ha ido, de repente se tiene todo el tiempo del mundo y se invierte mucho dinero con el fin de recuperarlo. Para evitar todo esto, ofrecemos a nuestros empleados un programa de actividades relacionadas con el ejercicio, la alimentación y la relajación. No es del todo altruista, ya que los empleados que gozan de salud son mejores y rinden mucho más.

Les saluda atentamente

Rainer Hribar



Índice



CONSORCIO

Señales positivas en la asamblea general de VBH
Corporate Development / M&A

04 - 07



TEMA CENTRAL

aktiv.vital.
VBH se pone en forma

08 - 11



TODO SENCILLO

Refinación de superficies con VBH

12



SENCILLAMENTE TODO

Un millón de dobles cilindros de greenteQ

13



GLOBAL

VBH inaugura un centro de logística en Panamá
VBH en la Batimat Expovivienda

14 - 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



Asamblea general de VBH Holding AG

Los accionistas de VBH se ven beneficiados del desarrollo positivo del negocio

En la asamblea general de VBH Holding AG los accionistas aprobaron un dividendo de 0,06 Euros para cada acción ordinaria. La suma de la distribución se encuentra alrededor de 2,8 millones de Euros, lo que corresponde a una cuota del 40 por ciento aproximadamente.

Este año los accionistas mostraron un gran interés en la asamblea general del día 15 de junio, celebrada en la Casa de la Economía en Stuttgart. Más del 90 por ciento del capital social con derecho a voto accedió a la invitación de VBH para seguir la exposición de su junta directiva que explicaba los resultados del ejercicio pasado.

“A nuestras tareas como empresa comercial pertenece no solo la confección de la propia actividad empresarial, sino también el análisis exacto de los cambios del mercado. Así estamos preparados cuando aparezcan nuevos competidores”, dijo Rainer Hribar, presidente de la junta directiva de VBH Holding AG, en su informe sobre el ejercicio 2010. Su resultado: “VBH Holding AG se ha establecido en una posición inconfundible gracias a su orientación internacional, a su fuerte surtido de productos y a la marca propia greenteQ, así como a sus servicios innovadores.”

VBH Holding AG, cotizada en el *Prime Standard*, cerró el ejercicio 2010 con

un significativo aumento de la venta así como del resultado operacional. La venta subió aproximadamente en un 6 por ciento hasta 800 millones de Euros (año anterior: 755,1 millones de Euros).

Rainer Hribar enfatizó que la junta directiva del consorcio quiere continuar este camino en el futuro. El resultado operativo antes de los impuestos (EBT) ascendió en más de un 33 por ciento hasta 13,2 millones de Euros, a pesar de las pérdidas de las compañías en Bélgica, Italia y China que están de momento en un proceso de reestructuración. Según Rainer Hribar es el objetivo llevar estas compañías de nuevo al camino de crecimiento.

El 15 de junio de 2011 en la Casa de la Economía en Stuttgart: Rainer Hribar habla a los accionistas.





Frieder Bangerter y Rainer Hribar en la asamblea general 2011

Perspectivas para el año empresarial 2011

La junta directiva de VBH Holding AG estima como generalmente positivas las perspectivas para el ejercicio 2011. De las ventas en el grupo se espera un crecimiento porcentual de un dígito y medio, y se aspira a un aumento sobreproporcionado del resultado operativo (EBIT). También fue presentado por vez primera el nuevo jefe financiero de VBH Holding AG, Frieder Bangerter, a los accionistas. Él mira el futuro igualmente con optimismo. Para 2011 espera la continuación del desarrollo positivo en Alemania, un fuerte crecimiento en Europa del Este y en los demás mercados así como una pérdida menor en los sectores de Europa del Oeste y del Sur.

Los diversos programas de inversión que iniciaron los gobiernos en muchos países del mundo, deberían tener efectos positivos para la venta. En Alemania, entre otras cosas, el constante debate sobre el futuro de la energía fortalece el mercado de ventanas. Hasta ahora el curso del año empresarial 2011 ratifica las esperanzas de un crecimiento de venta de un dígito. Con 294 Millones de Euros se pudieron aumentar las ventas del consorcio en un 8,7 por ciento en los primeros 5 meses.

Elogio y afirmación para la junta directiva

El trabajo de la junta directiva y del consejo de supervisión halló plena afirmación entre los accionistas. Los accionistas presentes aprobaron las sugerencias para el uso de los beneficios en el balance, y con gran mayoría fueron aprobados los miembros de la junta directiva y del consejo de supervisión. Un elogio adicional dieron también a la asociación alemana para la protección de la propiedad de títulos valor (DSW) y de la asociación para la protección de inversores (SdK). En la asamblea general sus preguntas se centraron sobre todo en la cuota de la distribución, la situación en Grecia, y las medidas de saneamiento en Bélgica.



El pódium con atención expectante durante la asamblea general (arriba). Tras el fin de la misma, Rainer Kirhdörfer muestra su satisfacción (abajo).



Patrick Heinemann

El desarrollo estratégico de la empresa fortalece los mercados internacionales de VBH

A partir de ahora el departamento “Corporate Development / M&A” apoya a las compañías regionales de VBH con la construcción y la ampliación de los mercados internacionales. El equipo consta de cuatro personas que disponen de una larga experiencia, que va más allá de su propio departamento. Su profundo *know-how* lo ponen a disposición de las compañías extranjeras.

El nuevo departamento se centra en el desarrollo estratégico y operativo de regiones singulares y compañías regionales. En su trabajo apoya en primer lugar los tres pilares estratégicos del consorcio: un posicionamiento internacional, una ampliación de la marca propia greenteQ, así como la ampliación y la internacionalización de los *tools* de servicio de VBH. El equipo alrededor de su líder, Patrick Heinemann, se compone de Andrea Akuzun, Vera Noy y Margaretha Würfel. Junto con las compañías regionales, analizan y discuten en el lugar los temas de los diversos ámbitos.

Tras la fase de análisis elaboran planes de medidas y los acompañan hasta su realización.

Patrick Heinemann asesora a VBH desde hace unos años como director de proyecto de Roland Berger *Strategy Consultants*. Desde esta función participó en temas estratégicos como la introducción y la internacionalización de la marca propia greenteQ. Del cambio a VBH le estimulaba sobre todo el cambio de la perspectiva, como cuenta en la entrevista que mostramos a continuación.



Los mercados de VBH se encuentran esparcidos globalmente; por ello son un tema potencial para el desarrollo estratégico de la empresa.

„Actuar en los mercados internacionales con una cultura empresarial marcada por la clase media“

¿Señor Heinemann, por qué ha decidido Usted cambiar al negocio operativo?

En el asesoramiento de empresas, dentro de los ámbitos reestructuración y *Corporate Finance*, tenía la oportunidad de participar en una multitud de conceptos interesantes y temas, lo que me permitió acumular una amplia experiencia. Sin embargo, raras veces los clientes nos ocuparon con la realización de estos conceptos. En esta situación nos quedamos a menudo con la duda de si el concepto, del cual suponíamos que era analíticamente y conceptualmente correcto, funcionaría también en la práctica. Unir ambos aspectos es particularmente estimulante para mí.

¿Como ha experimentado Usted su entrada en VBH?

Muy cordial y profesional. Siempre me ha gustado de VBH la sana mezcla de una cultura empresarial marcada por la

clase media con colaboradores simpáticos y profesionales, así como el posicionamiento internacional. Estas impresiones puedo confirmar también tras mi entrada.

¿En qué consiste la tarea de su nuevo departamento?

El nuevo departamento central cubre los dos ámbitos desarrollo estratégico de la empresa y de *Mergers & Acquisitions*. En concreto, apoyamos regiones y países de VBH a través de los análisis de mercado y de la competición; según nuestros resultados ofrecemos soluciones para el (re)posicionamiento estratégico, por ejemplo en lo que se refiere a greenteQ y a la internacionalización de los *tools* de servicio de VBH para nuestros clientes.

El segundo pilar de nuestro departamento, *Mergers & Acquisitions*, denota el negocio alrededor de absorciones y fusio-

nes. Sin embargo, para nosotros la tarea tiene un alcance mas amplio, lo que quiere decir que todas las actividades de VBH para adquisiciones o *joint ventures* son controladas centralmente por nuestro departamento; también las iniciamos sobre la base de propias sugerencias.

Los temas suenan interesantes, pero ¿puede Usted atender todas las compañías regionales a la vez?

De momento nuestro equipo consta de tres colaboradores muy motivados que llevan consigo una experiencia de muchos años y amplios conocimientos de profesión de diversos ámbitos. Con ellos podemos cubrir funcionalmente los temas actuales. Además, ponemos nuestra atención en mercados y compañías elegidos en coordinación con la junta directiva.

Le deseamos mucho éxito con su equipo en VBH.

Patrick Heinemann y su equipo: Andrea Akuzun (izquierda), Margaretha Würfel (centro), Vera Noy (derecha)





Karsten Kreibich

VBH se pone en forma para las exigencias del futuro

Con deporte y alimentación sana VBH se enfrenta a las exigencias diarias. Hace poco tiempo que VBH inició el programa de salud empresarial “activo.vital.” de lo cual sacan provecho los empleados y, después de todo, también los clientes.

En el comercio mundial con herrajes todo tiene que suceder rapidísimamente. No importa si se trata de adquisición, logística internacional, almacenamiento o distribución: los empleados de VBH siempre se ocupan del mejor

abastecimiento para los clientes. Ellos pueden confiar en que sus pedidos sean trabajados atentamente y entregados puntualmente. Por lo tanto, como en muchas otras empresas el trabajo diario está caracterizado por la presión del rendimiento y por una falta de tiempo permanente. Para evitar a largo plazo una caída del rendimiento o posibles enfermedades VBH apoya a sus empleados con un *management* de la salud empresarial. Así los mantiene en forma para las exigencias diarias de su profesión. Este año empezó el pro-

grama activo.vital. Ofertas gratuitas y eventos para iniciar actividades animan a los empleados a poner más atención en su salud personal, explica Karsten Kreibich, director *Human Resources* de VBH: “Nuestro recurso más importante son los empleados, las personas que con su entrega laboral y *know-how* superan el trabajo diario y que actúan en ello con calma, consideración y exactitud. Con la promoción de salud empresarial queremos apoyarlos en mantenerse en forma o mejorar sosteniblemente su salud.”

Fiesta de verano en Illsfeld: una perspectiva muy distinta del almacén central.





Empleados con energía

Para Karsten Kreibich es especialmente importante que sus colegas, a pesar de la presión laboral, no pierdan un elemento básico de la vida: su propia salud. En un equipo con diez representantes de todos los departamentos, Karsten Kreibich ha organizado un programa de acción que abarca los tres sectores alimentación, deporte y relajación. Conferencias de expertos explican los aspectos más fundamentales de la promoción de la salud a los empleados. A ellos pertenecen tanto los conocimientos básicos de una sana alimentación como consejos y trucos para la prevención de enfermedades del sistema cardiovascular, pero también posibilidades para superar el estrés personal o informaciones sobre el consumo adecuado de bebidas o la necesidad de agua del ser humano.

Como gran evento común VBH organiza cinco fiestas de verano en varios lugares en Alemania para todos los empleados y sus familias. Aparte de las extensas informaciones que se dan,

unos entrenadores de gimnasio demuestran atractivas disciplinas deportivas y nuevas técnicas de relajación, y responden a preguntas y dudas. Entre las ofertas más populares son *Nordic Walking*, *Qigong*, *Yoga* y *Spinning*.

“En las fiestas de verano queremos presentar una gran gama de actividades, de manera que cada empleado encuentre algo que le convenga”, dice Karsten Kreibich, “porque no es lo más importante qué deporte uno hace, sino lo haga regularmente.” Y también las otras ofertas pretenden comprobar que la promoción de la salud ante todo divierte. Alimentación sana, por ejemplo, no sólo significa ensalada como muestra el espectáculo de cocina en las fiestas de verano de VBH.



Fiestas de verano con clientes y empleados de VBH (abajo), y también directores, asesores de supervisión y gerentes como Rainer Hribar, Klaus Meichner y Christian Leibing



Los empleados adoptan el programa activo.vital. con entusiasmo, pero para que éste permanezca, VBH promociona las actividades deportivas en gimnasios certificados para el *management* de la salud empresarial a largo plazo. Además, cada mes se organiza un día de acción sobre el tema de alimentación, ejercicio o relajación en el cual se sorprende a los empleados con una bandejita de fresas e informaciones sobre frutas y verduras de temporada.

Un empleador atractivo

A pesar del gran esfuerzo, no sólo los empleados sacan provecho de la implementación de un *management* de la salud en VBH, sino también la empresa misma y, después de todo, los clientes. Con la introducción del programa VBH se pone en forma para las exigencias del futuro, como el cambio permanen-

te de la sociedad y los cambios de las condiciones para vivir y trabajar que acompañan el proceso de envejecimiento de la sociedad. Además, VBH quiere enfrentarse lo antes posible a la inminente falta de trabajadores cualificados. “Por un lado los empleados que gozan de salud se muestran más motivados y eficaces, por el otro lado, siempre intentamos ser un empleador atractivo que atraiga a trabajadores altamente cualificados. Esta estrategia favorece la calidad del trabajo y, al fin y al cabo, la satisfacción de los clientes”, enfatiza Karsten Kreibich.



Deporte, alimentación, relajación: se presentan una multitud de temas en conferencias y ejercicios en las fiestas de verano de VBH.





Debora Ziegler

Juntos: activos y con vitalidad

Debora Ziegler estudia *management* de la salud en la Universidad de Aalen, pero desde abril estará contribuyendo en VBH a la aplicación de la nueva promoción empresarial de la salud. La experiencia que adquiera en esta práctica profesional la incorpora a su trabajo de grado.

Sra. Ziegler, Usted asiste desde el principio a la ejecución del programa de salud activo.vital. ¿Cómo ha sido recibida esta oferta por el personal de VBH?

La respuesta ha sido verdaderamente genial. Ya tenemos muchas peticiones de empleados que quieren saber qué es lo que viene a continuación y cómo seguir participando de la misma. El interés es alto y muchas personas quieren aprovechar la oportunidad de hacer por primera vez deporte o poder ejercerlo con regularidad. Por lo tanto, una acción comunitaria de este tipo a menudo hace que esto sea más fácil y también promueve un sentimiento de comunidad en VBH.

¿Qué acciones ha acompañado hasta el momento?

Los eventos más importantes fueron, por supuesto, las fiestas de verano en cinco lugares diferentes, por ejemplo, en Ilsfeld, Regensburg y Nempitz. Éstas se distribuyen por toda Alemania, de modo que todos los empleados de las 22 sucursales en Alemania tienen la oportunidad de participar. Varios cientos de personas aprovecharon la ocasión, junto con sus familias, para aprender y probar nuevas actividades. Estábamos apoyados siempre por entrenadores profesionales que estaban allí para ofrecer su ayuda experta. Además, hubo conferencias sobre temas de salud y con un espectáculo de cocina en vivo todos pudieron aprender datos interesantes acerca de una comida y alimentación saludable.

¿Qué sucederá a continuación de los acontecimientos de verano?

Un equipo formado por empleados de VBH planea regularmente actividades para motivar una y otra vez a los empleados, y para dar pequeñas sugerencias sobre la nutrición, la relajación o el ejercicio. Además, todos los empleados pueden dejarse aconsejar personalmente sobre temas de nutrición de forma

gratuita y adoptar un programa de salud individual. Estas conversaciones, contenido y consejos son por supuesto de carácter confidencial. Y habrá un curso ofrecido en colaboración con los gimnasios, donde los empleados de VBH pueden elegir libremente un curso de acuerdo a sus deseos.

¿Y qué tipo de campañas están ya planeadas?

Claro que eso no voy revelarlo por el momento. Pero lo que puedo decir es que es siempre un tema de las tres áreas de deporte, nutrición, relajación. En el primer día de acción se eligió el tema de las fresas, y tal vez la próxima vez haya algo relacionado con el tema de la relajación, o del balance hídrico del cuerpo humano o para el manejo del estrés.

Muchas gracias. ¡Estamos muy curiosos y le deseamos mucho éxito en sus estudios!



Refinación de superficies con VBH

La refinación de superficies de los diseños de ventanas y puertas en el área de madera y aluminio a través de anodización o de revestimiento en polvo, no sólo ofrece ventajas en la durabilidad de los productos. Al mismo tiempo, también es práctico, económico y ecológico. VBH ofrece a sus clientes apoyo activo en la planificación y ejecución de los pedidos de revestimiento.

Desde el comienzo del nuevo milenio los clientes de VBH tienen acceso a un servicio especial: la sección "servicio de revestimiento", situada en Ilsfeld, emite en nombre de los clientes órdenes de revestimiento, coordina la integración de todos los componentes necesarios y maneja todos los horarios y el control de calidad desde el pedido hasta la entrega. "Somos un departamento dedicado al servicio y orientado al rendimiento con un enfoque en el revestimiento de superficies, donde nuestra tarea principal es la realización de decoraciones en madera y la anodización, así como en el manejo de colores especiales", aclara Barbara Fritsch, directora del departamento. "Representamos el punto de enlace entre las ventas, el almacén, los proveedores y las máquinas de pintar, y coordinamos todas las medidas necesarias hasta el producto terminado."

Especialmente la combinación de diferentes elementos, tales como los perfiles de los distintos proveedores, alféizares, cierres, piezas de canto y hojas de metal, puede significar una considerable cantidad de tiempo - sobre todo cuando estos no se mantienen en la mercancía en existencia. "Nuestros clientes se benefician de nuestro *know-how* como distribuidores y a través de la optimización de los procesos", afirma Barbara Fritsch. VBH trabaja en la refinación de las obras con varias empresas de anodización y de pintar en polvo. En el ámbito del anodizado las empresas tienen todas las licencias

para las marcas de calidad EURAS-/EWAA, y también trabajan con las normas internacionalmente reconocidas QUALANOD y la certificación ISO 9001. "Al cumplir con estos estándares, podemos garantizar los mejores resultados de anodización. La superficie es, pues, muy fuerte", dijo Barbara Fritsch.

Pintura en polvo en 3.500 colores

También en la pintura en polvo VBH garantiza el cumplimiento de los estándares internacionales de calidad. Un sistema de gestión de calidad firmemente establecido asegura la documentación completa. El tratamiento previo y el revestimiento de piezas es hecho por modernas instalaciones horizontales y verticales controladas por ordenador. "La pintura en polvo ha cobrado

una importancia enorme en los últimos años, ya que se trata de un proceso muy económico y ecológico", explica Barbara Fritsch. "En consecuencia, la demanda de nuestro departamento se ha incrementado fuertemente." La pintura en polvo proporciona una protección excelente contra la corrosión y los productos químicos, y en el procesamiento sin disolventes no se generan vapores nocivos. Con cerca de 3.500 diferentes colores según RAL, RAL-Design y NCS, todos los deseos serán satisfechos. A pesar de la demanda cada vez mayor, para Barbara Fritsch es vital que el trabajo en común con clientes y proveedores sea justo y cooperativo: "Con nuestro servicio queremos hacer a nuestros clientes la vida más fácil. Flexibilidad y calidad, son por lo tanto siempre nuestra prioridad."



„Servicio de revestimiento“ - de izquierda a derecha: Eckhard Futterlieb, Sabrina Gräfe, Barbara Fritsch, Laura Willwerth y Andre Baumgärtner

Un millón de dobles cilindros greenteQ

El doble cilindro de perfil greenteQ modelo SX es un buen ejemplo para la exitosa introducción al mercado de la marca propia greenteQ de VBH: ya se entregaron más de un millón a los productores de ventanas y puertas; una prueba de la alta aceptación de la marca entre los clientes. Globalmente está creciendo la confianza de los clientes en el estricto *management* de calidad que ejerce VBH en la selección de los productos.



Doble cilindro con función contra peligro y resistencia contra intrusión

El doble cilindro de perfil greenteQ modelo SX de latón, en mate y niquelado, posee un perfil normal de 6 pitones con función contra peligro según la certificación EN 1303:2005/AC:2008 y FZG 2010_01. Este sistema permite abrir y cerrar el cilindro de ambos lados independientemente. Además, un sistema de protección impide la posibilidad de taladrar o quitar el cilindro. Así

proporciona una seguridad adicional hacia fuera mientras los pitones con forma de seta garantizan una resistencia contra intrusión.

Los cilindros están disponibles en tamaños variables entre 30/30 mm y 50/60 mm. Todos los cilindros se entregan con tres llaves. Los clientes tienen la posibilidad de elegir entre las

versiones "cierre similar" o "cierre diferente". "Cierre diferente" significa que se entrega cada cilindro con otra cerradura, de manera que las tres llaves proporcionadas con él no entrarán en ningún otro cilindro. Con la versión "cierre similar" se pueden abrir y cerrar todos los doble cilindros con una sola llave. Para ambas variantes están disponibles llaves o llaves en bruto adicionales.



José Manuel Madrazo

VBH inaugura un centro de logística en Panamá

En la costa del Mar Caribe, en el punto más angosto del continente americano, muy cerca de la entrada del Canal de Panamá, se encuentra el nuevo centro de logística de VBH. Más concretamente en la ciudad de Colón, cuyo nombre deriva del así llamado descubridor. Casi suena como el prólogo de un folleto de viaje, y es cierto que se trata de la segunda mayor zona de libre cambio en el mundo: como es natural, este motivo estratégico resultó ser el factor decisivo para la elección de la ubicación del nuevo centro logístico en Panamá. “Buscamos una ubicación céntrica que nos permitiera suministrar a nuestros clientes en los países de América del Sur, donde no tenemos una filial local, de forma rápida, eficiente y económica”, dijo José Manuel Madrazo, vicepresidente de VBH en España y América.

“La zona de libre cambio de Colón es ideal para este fin.” El suministro proveniente de los países de Europa no entra en consideración, debido a períodos prolongados de transporte de hasta 4 semanas. A pesar de que VBH dispone de filiales en México y en Argentina desde 2006 y 2009, los altos aranceles de importación en América del Sur y Latina incrementarían el precio de los productos transportados dentro de América innecesariamente.

Ventajas estratégicas para el cliente

Es por este motivo que VBH decidió colocarse estratégicamente en la zona franca de Colón, que aparte de una privilegiada ubicación geográfica, tiene también una buena infraestructura,

y dispone además de rutas marítimas y aéreas bien desarrolladas. Panamá limita al oeste con Costa Rica y, al este, con Colombia. “Los beneficios para nuestros clientes son los plazos de entrega cortos y la reducción de los costes de transporte, además de que los aranceles se pagan una sola vez”, dijo José Madrazo. Ya que el campo de VBH se encuentra en una zona de libre comercio, es como si los clientes se suministraran directamente desde Europa. Aunque el mercado en América Latina no es muy grande, para los próximos años están previstas altas tasas de crecimiento. “Y para ello queremos estar preparados a tiempo, así que ya nos hemos comprometido localmente”, dijo José Madrazo. “Ahora mismo estamos sembrando el fruto de lo que queremos cosechar en unos pocos años.”

Quien piensa en Panamá, piensa sobre todo en el canal de Panamá, que para la economía es una de las vías más importantes del mundo.





Buenos Aires: Batimat Expovivienda

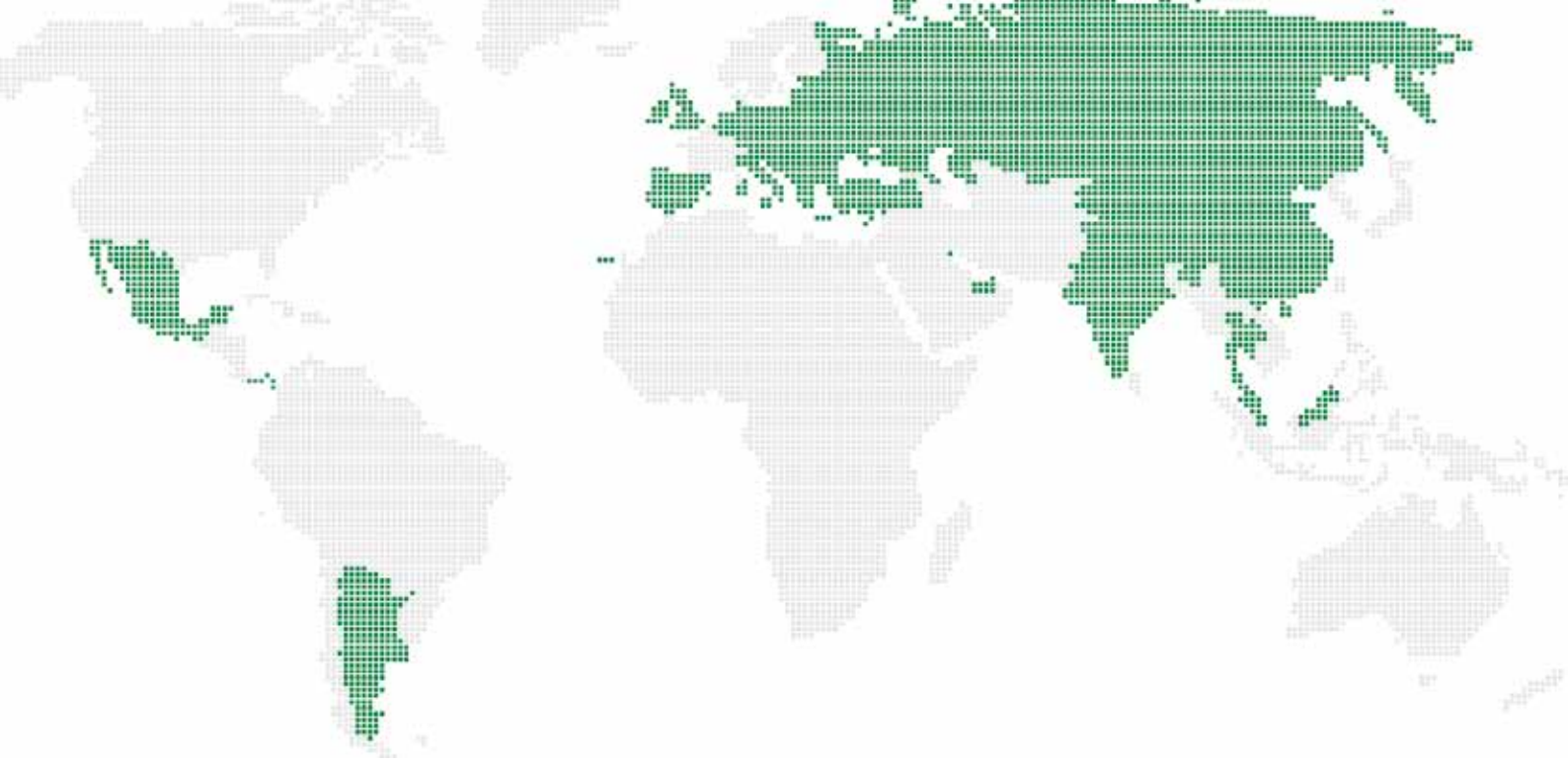
El puesto de VBH en la feria Batimat en Buenos Aires este año reflejaba el exitoso curso del desarrollo de los negocios de VBH Argentina: en el tercer año de su participación en la feria, la compañía argentina se presentó dos veces más grande que anteriormente. De este modo, el puesto daba suficientemente espacio para presentar el surtido completo de herrajes para ventanas y puertas y otros suplementos. El surtido de productos greenteQ, que crece continuamente, recibió también un espacio propio de presentación y por supuesto se exponían y mostraban los productos más nuevos de greenteQ en la feria. Los visitantes mostraron gran interés. Otro tema de conversación importante era la apertura del nuevo centro logístico de VBH en Panamá, desde el cual será suministrado todo el mercado latinoamericano. El equipo de VBH en Argentina expresó su satisfacción con los resultados de la feria.



izquierda: Elena di Blasio y José Manuel Madrazo (Junior)

abajo, fila de arriba, de izquierda a derecha: Elena di Blasio (*marketing*), José Manuel Madrazo (gerente de ventas en Latinoamérica), Gaston Gaccetta (director general), Guglielmo Vlach (controlador de las finanzas regional), Julio Prado (gerente del almacén), Julian Castello (servicio de venta interior); fila de abajo: Nestor Oliva (trabajador del almacén) y Paolo di Blasio (finanzas y administración)





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



Einfach alles.

Alles einfach.