

Somos Sto.





Estimados trabajadores:

Juntos representamos la marca Sto y podemos estar orgullosos de ello. Orgullosos de nuestros valores de marca, que han crecido con nosotros año tras año.

Hoy nuestro equipo se extiende por todo el mundo. Este folleto va dedicado exclusivamente a nosotros, a los trabajadores de Sto. Nuestro objetivo es mostrar de forma clara y amena cómo se viven diariamente en la empresa los cuatro valores de la marca Sto y por qué son precisamente estos valores los que caracterizan a Sto.

El conocer los cuatro valores de marca contribuirá a fortalecer aún más, la imagen de Sto, nos garantizará que todos hablemos el mismo idioma y actuemos de acuerdo con los valores de nuestra empresa.

Esperamos que disfruten leyendo este libro de marca y poniendo en práctica nuestros valores. Atentamente,



Rainer Hüttenberger
Portavoz de
la Junta Directiva



Gerd Stotmeister
Director de
Tecnología



Rolf Wöhrle
Director de
Finanzas



Michael Keller
Director de Distribución
Sto Deutschland,
Distribución y
Servicios Centrales



Jochen Stotmeister
Presidente del Consejo
de Administración



Valor de marca Sto: Cercano. Brindamos asesoría y servicio personalizado. Para nosotros, el trato correcto, respetuoso y amable con los demás es indiscutible. Escuchar con atención y comunicarse con confianza y honestidad es tan importante como la disponibilidad y el apoyo mutuo. Dos historias que ilustran muy bien el valor de marca “Cercano” de Sto:

Cercano





El asombroso regreso de Aldis Āboltniš

Riga, 12 de mayo de 2004: Aldis Āboltniš y su asesor de Sto suman esfuerzos para una nueva cooperación. Con la primera compra de pintura para fachada StoColor Lotusan, el propietario de la empresa aplicadora letona, sella su apuesta por la marca Sto. Cinco años más tarde, una grave crisis económica paraliza el Báltico. Āboltniš se ve obligado a despedir a 40 trabajadores y declararse insolvente.

Pero Aldis Āboltniš no se da por vencido y empieza de cero él solo. A menudo trabaja seis días a la semana. Sto no lo deja en la estacada en esta mala época y planifica con él una estrategia para determinar qué productos le pueden servir para volver a pisar fuerte. Recibe una formación completa en todos los ámbitos: fachada, interiores, aislamiento acústico y revestimiento para pavimentos. Resumiendo: Sto lo apoya, lo asesora y confía en él.

En 2012 el hijo de Āboltniš, Reinis, entra en el negocio. Este licenciado en finanzas resulta ser un todo terreno. Gestiona los pedidos, se encarga de los tintados y poco a poco asume el control de proyectos de restauración. A partir de 2014, Āboltniš también recibe ayuda de su segundo hijo, Martins. Ese mismo año gana el premio a la innovación en ingeniería civil, otorgado por el presidente de Letonia, Andris Bērziņš.

En 2015 se traslada con su empresa SIA "Color Line" a las nuevas instalaciones, construidas por él mismo, donde disponen de almacén y centro de ventas. Trabaja exclusivamente con productos Sto. Un ejemplo asombroso de lo **cercano** que es Sto.



“Kyoto in het Pajottenland” (Bélgica)

Gooik, 25 de febrero de 2014: Tim Herdecant aprovecha un ciclo de conferencias –llamado “Kyoto in het Pajottenland”– organizado por la asociación ecologista sin ánimo de lucro Paddenbroek para presentar su empresa aplicadora, White 4 You, y hablar de su especialidad: el aislamiento profesional de fachadas. El ciclo se desarrolla en diez sesiones nocturnas en la región flamenca de Pajottenland, ante un número de propietarios de casas que oscila entre 30 y 50. ¿Pan comido?



Evento “Kyoto in het Pajottenland”

Casi: Tim Herdecant es especialista en aislamiento de fachadas, pero no está acostumbrado a dar discursos ante tal número de personas. Por esta razón, Tim y su asesor de Sto deciden hacer juntos la presentación. Se preparan la presentación antes de cada sesión y se compenetran perfectamente a la hora de contestar a las preguntas que los propietarios formulan acerca del aislamiento de fachadas.

Resultado: White 4 You no solo recibe pedidos que se realizan con los sistemas de aislamiento térmico de Sto para satisfacción de todos, sino que la empresa también se hace más conocida en la región. Un buen ejemplo de lo **cercano** que es Sto.

Valor de marca Sto: Experto. Siempre encontramos la mejor solución. Destacamos por pensar y actuar para ofrecer soluciones. Para ello, el intercambio constante de experiencias y conocimientos estableciendo redes a nivel empresarial resulta esencial. Dos historias que ilustran muy bien el valor de marca “Experto” de Sto:



Experto

Crane N.5
32ton



La experiencia allana el camino

Stühlingen, 10 de julio de 2009: una consulta sencilla de revestimiento para pavimentos llega al departamento de gestión de proyectos internacionales. Remitente: Sumgait Technologies Park, Baku, Azerbaiyán. Lo que en un principio apenas si se tomó en serio, pues por aquel entonces el parque tecnológico solo existía en la imaginación de sus creadores, se convirtió en un megaproyecto de cuatro años con un revestimiento para pavimentos de 123 000 metros cuadrados.

A partir de 2009, el grupo estatal de energía y construcción Azenco construye un total de doce obras nuevas en la capital azerbaiyana, que van desde la fábrica de cables y aluminio hasta la fábrica de galvanizado. Se emplea casi una docena de distintos sistemas Sto para el revestimiento de pavimentos: soluciones inteligentes adaptadas a las condiciones específicas de cada una de las naves de producción. La clave de la realización satisfactoria del proyecto residió en la formación intensiva y el asesoramiento directo de los instaladores in situ.

El gran bagaje de Sto resultó especialmente esencial en la fábrica de aluminio y de tubos: incluso antes del revestimiento para pavimentos, Azenco instalaba el complicado parque de máquinas para la producción de cables de aluminio. Esto requirió una gran cantidad de minuciosas conexiones. El revestimiento para pavimentos se adaptó directamente in situ. Todo ello sin disolventes, con el fin de proteger a los trabajadores durante la instalación contra los gases nocivos. De este modo, Sto cumplió con todas las exigencias del terreno de forma impecable. Un ejemplo convincente de la **experiencia** que caracteriza a la marca Sto.



La experiencia hace al maestro

Un refugio de montaña en Grüneck, 1911 metros de altura, Tschagguns, 23 de julio de 1964: Sto realiza su primera obra de prueba en aislamiento de fachadas hace más de 51 años. Las condiciones climáticas son extremas, pero nuestros amplios conocimientos sobre el comportamiento a largo plazo y nuestra eficacia pueden con las situaciones más difíciles. El sistema de aislamiento térmico de aquel entonces mantiene a raya los gastos de energía incluso en una ubicación tan elevada. Todavía hoy, medio siglo más tarde, el refugio de montaña se encuentra en perfecto estado.



Refugio de montaña
en Gruneck

A un salto de Tschagguns, se construye en 1966 la primera obra con SATE propiamente dicha: una vivienda plurifamiliar en Lustenau, en la región de Vorarlberg. Aparte de una nueva capa de pintura, el edificio conserva bien su estado original, sin grietas ni desconchados.

Con más de medio siglo de experiencia en el mercado en todas las zonas climáticas y más de 552 millones de metros cuadrados de aislamiento de fachadas, no solo hemos acumulado el mayor bagaje posible, sino que somos líderes mundiales reconocidos en el mercado de sistemas de aislamiento térmico. Al mismo tiempo, StoTherm Classic es, por ejemplo, uno de los sistemas más analizados y probados de la historia.

Con este fin, el departamento de investigación de Sto desarrolla, prueba y optimiza continuamente la gama completa de sistemas de aislamiento térmico. Todo ello, contando siempre con la **experiencia** de más de 50 años de la marca Sto.

Sigue en pie desde hace más de 50 años:
la primera obra con SATE se encuentra en Lustenau, Vorarlberg, Austria



Valor de marca Sto: Fiable. Somos los mejores en eficiencia energética y diseño para fachadas. Trabajamos codo con codo en procesos perfectamente sincronizados. La base de nuestra fiabilidad reside en la continua investigación y mejora de los procesos. La capacidad de reconocer el potencial y aprovecharlo al máximo, nos ayuda a alcanzar nuestro objetivo de dar respuesta a las exigencias del mercado. Perseguimos soluciones óptimas para nuestros clientes y socios de forma activa y decidida. Dos historias que ilustran muy bien el valor de marca “Fiable” de Sto:



Fiable



Refuerzos contra Sandy

Nueva York, 28 de octubre de 2012, 20:15 hora local: el meteorólogo Sam Champion advierte en una dramática emisión especial de ABC News sobre la llegada de uno de los mayores huracanes atlánticos de todos los tiempos. A más de 300 kilómetros por hora, el huracán Sandy avanza a toda velocidad desde el Atlántico en dirección a Washington y Nueva York. 60 millones de estadounidenses se ven afectados.



Imagen satélite
del huracán Sandy

En la noche del 28 al 29 de octubre, Sandy destruye cientos de casas, arranca innumerables árboles y arbustos y deja tras de sí un panorama realmente desolador. A lo largo de 800 km, olas de casi diez metros de altura azotan la línea de la costa atlántica. Pero en las Lido Beach Towers de Long Island, Sandy no consigue hacer mella. Si bien es cierto que las torres quedan anegadas hasta el primer piso, la fachada restaurada en 2009 permanece intacta y sin ningún tipo de fuga en su estructura.

Los materiales son de Sto: sistema de aislamiento térmico con adhesivo mineral, impermeabilizado con Sto-Cinta de sellado, revocado con Stolit y pintado con StoColor Lotusan.

Los habitantes pueden esperar el siguiente huracán sin perder la calma. Y el equipo local de Sto puede estar orgulloso de la **fiable** marca Sto.



Apoyo global en la “Champions League”

Doha, 26 de marzo de 2008: el jeque Hamad bin Jalifa Al Thani, emir de Catar, funda la “Qatar National Vision 2030”. Catar debe convertirse para 2030 en una de las naciones más avanzadas del mundo. El objetivo central es la construcción de un barrio completamente nuevo en el corazón del centro histórico de Doha.

Los afamados arquitectos londinenses de Allies and Morrison proyectan los edificios nuevos con un estilo moderno y urbano combinándolos con la tradición arquitectónica árabe. Las fachadas deben realizarse con un sistema de aislamiento térmico de Sto. El asesoramiento del proyecto se encarga a la empresa de ingeniería Burns McDonnell de Kansas City, EE. UU., pero a estos nos les convence del todo el SATE previsto y solicitan nuevas soluciones. ¿Qué hacer?

En un tiempo récord se desarrolla una alternativa perfecta. Con el sistema de fachada ventilada StoVentec R en mano, el equipo Sto se adentra en el Medio Oeste de Estados Unidos y sale victorioso. Esta solución convence a los dos equipos de arquitectos, pues cumple las exigencias técnicas y –gracias a la superficie de revoco de color arena Stolit K 1,5– consigue un aspecto muy arabesco.

Los trabajadores de la empresa aplicadora con sede en Washington D. C., reciben una formación intensiva en Weizen durante una semana. Entre el centro de Sto de Weizen, el equipo de Sto de Londres, la empresa aplicadora de EE. UU., el contratista general de Corea y el socio comercial de Sto de Catar, la colaboración resulta tan satisfactoria que las siguientes fases de construcción se pueden implementar conjuntamente en el “Heart of Doha”.

Encontrar soluciones óptimas, esa es nuestra aspiración. La excelente colaboración entre los distintos departamentos y nuestra competencia en asesoramiento por todo el mundo desembocaron finalmente en la realización de este proyecto extraordinario: un ejemplo perfecto de la **fiable** marca Sto.

Eso es lo que debe reflejar el “Heart of Doha”



Valor de marca Sto: Avanzado. Marcamos los hitos del mercado. Perseguimos soluciones innovadoras con curiosidad y entusiasmo. Mejoramos continuamente nuestros productos y servicios. Actuamos respetando el medio ambiente y de forma sostenible. Dos historias que ilustran muy bien el valor de marca “Avanzado” de Sto:

Avanzado





Del anonimato a proyecto ejemplar

Friburgo, 21 de abril de 2011: el alcalde Dieter Salomon inaugura el primer bloque de pisos del mundo conforme al estándar “Passivhaus” en el número 50 de la Bugginger Straße. El edificio, erigido en los años sesenta, se ha rehabilitado y convertido en un proyecto ejemplar de arquitectura sostenible. Con él, Friburgo se reafirma como “pionera en el sector ecológico y energético [...]”, un ejemplo viable que se puede poner en práctica desde el punto de vista técnico”, en palabras de Salomon durante la inauguración.

Los inquilinos ahorran aproximadamente un 80 % en calefacción. En una vivienda de 70 metros cuadrados, se traduce en un ahorro de 427 euros anuales. Se producen cerca de 57 toneladas de CO₂ menos al año. Sin apenas modificar el precio de su alquiler con gastos de calefacción, los habitantes pueden disfrutar de una vivienda rehabilitada según los estándares para edificios nuevos. De este modo, las personas mayores también pueden permanecer en el hogar de toda su vida.

Al mismo tiempo, se crearon 139 viviendas. Una alegría para la ciudad de Friburgo, donde las viviendas son un bien escaso. La Bugginger Straße 50 se convierte, por tanto, en un modelo de proyecto sostenible desde el punto de vista económico, ecológico y social en todo el territorio federal.

Sto emplea para ello todos sus efectivos: técnicos de aplicación, asesores técnicos, asesores comerciales, gestores de proyectos y diseñadores profesionales de StoDesign. Materiales: en el exterior, StoTherm Mineral, Sto-Ladrillo medio largo (clinker), placas de piedra natural y StoColor Lotusan; en el interior, revestimientos de pared y pinturas interiores, StoLook Decor y revestimiento para pavimentos y balcones StoCretec. Y el concepto de color StoDesign crea la atmósfera adecuada. Un claro ejemplo de lo **avanzado** que es Sto.



A veces sí hay que agachar la cabeza ...

Sossusvlei, 3 de julio de 2012: al amanecer, un pequeño escarabajo negro baja la cabeza en el desierto más antiguo del mundo, el Namib. La niebla de la mañana se condensa en el frío dorso de este pequeño insecto, que cuenta al mismo tiempo con protuberancias microscópicas que acumulan la humedad y surcos que la conducen por la superficie. Esto le permite recoger las gotas de agua, llevárselas elegantemente a la boca y sobrevivir en el desierto. Así es la vida del escarabajo de Namibia.



Los investigadores y desarrolladores de Sto se han inspirado en el escarabajo de Namibia y han trabajado durante tres años para aplicar a la microestructura de la nueva pintura de fachada StoColor Dryonic este principio de protuberancias hidrófilas que absorben la humedad y surcos hidrófobos que la repelen. Resultado: se logra la mayor velocidad de secado en caso de lluvia, rocío y niebla, pues la nueva superficie biónica acumula y expulsa el agua en un tiempo récord.

Al mismo tiempo, StoColor Dryonic no contiene biocidas, es altamente resistente al desgaste de color y es la primera pintura de fachada de Alemania neutra en emisiones de CO₂. Sto ha solicitado la patente de esta tecnología inspirada en la naturaleza.

19 de enero de 2015: StoColor Dryonic celebra su estreno mundial en la feria Bau de Múnich. No solo levanta la cabeza admirado el escarabajo de Namibia, también lo hace el sector de la construcción al completo. Y es que los productos ecológicos y sostenibles como StoColor Dryonic forman, sin lugar a dudas, parte del futuro. Un ejemplo brillante de lo **avanzado** que es Sto.



Construir a conciencia.