



INNOVACIONES PARA VIVIR<sup>SM</sup>

# MUNDOOC

SOLUCIONES PARA EL AHORRO DE ENERGÍA

Mayo 2007  
Vol.1 - No.1

## HAGA CRECER SU NEGOCIO

La relación con sus clientes  
es la clave del éxito

Página 5

**Mensaje de Carlos Valdez**  
Página 2

**La Seguridad es Primero**  
Página 3

**Sea un Profesional en el  
Ahorro de Energía** Página 7

**Soluciones OC**  
Página 9

**Nuestra Industria**  
Página 10



# MENSAJE DE CARLOS VALDEZ



Clientes y amigos,

Es un gusto para mí introducirlos a la nueva publicación que Owens Corning Latinoamérica ha elaborado para ustedes. Mundo OC es una revista que nos ayudará a incrementar nuestros canales

de comunicación, con el propósito de enriquecer su conocimiento y experiencia sobre la industria de la construcción y el negocio de aislamientos en Latinoamérica.

Deseamos iniciar con esta revista un diálogo, para intercambiar ideas entre ustedes y el equipo que trabajamos en Owens Corning; los invito a contactarnos a través de nuestra área de mercadotecnia ([latam.oc@owenscorning.com](mailto:latam.oc@owenscorning.com)) pues mucho nos gustaría poder recibir su retroalimentación y sugerencias para que ambos crezcamos en nuestros respectivos negocios.

Siendo lo más importante para Owens Corning, el cuidar la seguridad de su equipo laboral y debido a que todos ustedes forman parte ya del mundo OC, incluiremos en cada edición consejos de seguridad que lo prepararán para prevenir accidentes y conducirse de manera apropiada en caso de estar frente a uno. Nuestro compromiso con la seguridad es incondicional y deseamos prepararle a detectar condiciones inseguras y a poder ayudar en caso de ocurrir algún accidente.

Owens Corning es una organización con un claro propósito, una razón principal de nuestras activi-

dades diarias: Generar soluciones, transformar mercados y mejorar vidas. Siempre nos preguntamos ¿cómo podemos hacer las cosas mejor? Todo negocio tiene áreas de oportunidad. En esta edición le presentamos consejos para incrementar el éxito de su negocio, los cuales le serán útiles y fáciles para practicar en las actividades diarias de su empresa.

Otra de nuestras ideas, plasmada en esta edición, es proporcionarle mayor información sobre el uso del aislamiento y su correcta aplicación. Queremos que usted sea un Profesional en el Ahorro de Energía para dar un valor agregado a sus clientes, así verá incrementarse las ventas de su negocio.

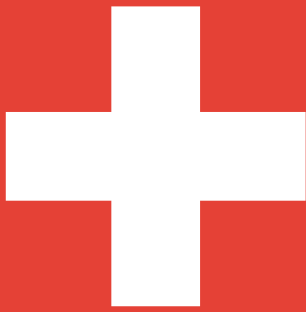
Además usted encontrará en nuestra revista información importante de cada uno de nuestros productos, así como acontecimientos relevantes en la industria a la que usted y Owens Corning pertenecen.

Espero poder tener el gusto de saber pronto de todos ustedes.

Un cordial saludo,

Carlos Valdez  
Vicepresidente y Director General de Owens Corning

# LA SEGURIDAD ES PRIMERO



## BOTIQUÍN DE PRIMEROS AUXILIOS

El botiquín de primeros auxilios es un recurso básico en donde se encuentran los elementos indispensables para dar atención a víctimas de un accidente o enfermedad repentina y en muchos casos pueden ser decisivos para salvar vidas.

Su contenido cambia de acuerdo a las necesidades y debe encontrarse uno en todo sitio donde haya concentración de personas. La caja debe ser de plástico o metal. Es importante que todas las personas que compartan el lugar (hogar, oficina, automóvil, etc.) conozcan la ubicación del botiquín.

### ELEMENTOS ESENCIALES DE UN BOTIQUÍN

Los elementos esenciales de un botiquín de primeros auxilios se pueden clasificar así:

#### ANTISÉPTICOS

Los antisépticos son sustancias cuyo objetivo es la prevención de la infección evitando el crecimiento de los gérmenes que comúnmente están presentes en toda lesión. Los antisépticos recomendados son: Yodopovidona, bactroderm, clorhexidina, suero fisiológico o solución salina normal y jabón.

#### MATERIAL DE CURACIÓN

El material de curación es indispensable en botiquín de primeros auxilios y se utiliza para:

1. Controlar hemorragias, limpiar, cubrir heridas o quemaduras.
2. Prevenir la contaminación e infección.

Los principales materiales de curación son productos de gasa, poliéster y rayón, vendas y cintas adhesivas, algodón, aplicadores y abatelenguas.

#### MEDICAMENTOS

El botiquín de primeros auxilios debe contener principalmente: Analgésicos, calmantes para aliviar el dolor causado por traumatismo, sin embargo no debe usarse indiscriminadamente porque por su acción puede ocultar la gravedad de su lesión.

Los principales analgésicos que se utilizan son de ácido acetilsalicílico, acetaminofen y paracetamol que en el mercado puede encontrarse con diferentes nombres comerciales, éstos también son antipiréticos (bajan la fiebre).



## ACETAMINOFEN

Analgésicos comercialmente. Las precauciones que se deben tener para su administración son las siguientes:

- Administrar siempre con agua; nunca con café, refresco o bebidas alcohólicas.
- No se debe administrar a personas con anemia, lesiones renales y hepáticas.

## SOBRES DE SUERO ORAL

Es indispensable tenerlos, ya que además de administrarse en casos de diarrea para evitar complicaciones de ésta, también resulta útil para administrar en casos de quemaduras hemorragias o en cualquier situación en que la víctima presenta deshidratación, evitando así que entre en shock.



## ÁCIDO ACETIL SALICÍLICO

Analgésico conocido comercialmente como: Aspirina (adultos-niños), mejoral (adultos-niños), asawin (adultos-niños), son sustancias con capa entérica que evitan molestias a nivel gástrico. Para administrar estos analgésicos o calmantes se deben tener las siguientes precauciones:

- Administrar siempre con agua; nunca con café, refresco o bebidas alcohólicas.
- No administrar a personas con problemas gástricos (úlceras); No administrar a personas que sangran con facilidad (hemofílicos).
- No administrar durante el embarazo, por cuanto a la madre como hijo corren riesgo porque se afecta el mecanismo de coagulación.
- No administrar a personas con problemas renales.
- No administrar a personas con historial de alergia a este medicamento.

## ANTIHIISTAMÍNICO

No debe ser un medicamento esencial en la dotación del botiquín. Los antihistamínicos están indicados para personas que presentan reacción alérgica grave a la picadura de insectos y que se encuentran distantes de un centro asistencial mientras se trasladan para la atención médica.

Estos medicamentos tienen como efectos adversos, sedación, somnolencia, disminución de los reflejos. No debe mezclarse con licor porque produce mareo, incoordinación, visión borrosa, visión doble, náuseas, vómito, dolor de cabeza.

Están contraindicados cuando haya hipersensibilidad a los antihistamínicos, durante el embarazo y lactancia.

Se consigue en tabletas (antigripales, clorotrimetrón, fenergan, benadryl) y en crema para la picadura de insectos.

# HAGA CRECER SU NEGOCIO



## LA RELACIÓN CON SUS CLIENTES ES LA CLAVE DEL ÉXITO

El desarrollo y mantenimiento de la relación que lleve usted con su cliente es vital para el éxito. El proceso puede dar lugar a confusiones, ya que usted deberá manejar problemas y oportunidades y, en algunos casos, descubrirá que son la misma cosa.

### SUS CLIENTES ACTUALES LE OFRECEN LA MAYOR OPORTUNIDAD DE CRECIMIENTO

El primer lugar en dónde buscar un nuevo negocio es en los negocios existentes. Usted puede potenciar la confianza, relación y trayectoria que ya posee con sus clientes actuales, desarrollando aún más su negocio. Sólo necesita comprender mejor sus necesidades y tomar el compromiso de comunicar la variedad de servicios, apoyo y conocimiento que usted puede brindarles.

### MANTENGA ABIERTAS LAS LÍNEAS DE COMUNICACIÓN

Siéntese a conversar con sus clientes actuales y pregúnteles qué necesitan. Indúzcalos a que le den una opinión sobre su desempeño y lo que usted puede hacer para facilitarles el trabajo y acrecentar sus ganancias. Este intercambio abre las puertas para que usted pueda brindar a sus clientes servicios y soporte adicional que lo posicionen como un recurso humano inestimable. Solidifique su colaboración y utilice esa base para lanzar más negocios en conjunto.

### DÉ A CONOCER SU CAPACIDAD

Permita que los clientes conozcan su rango completo de servicios y soporte. Puede estar perdien-

do oportunidades de negocio sólo porque sus clientes no saben todo lo que usted les puede ofrecer. Comparta con ellos sus éxitos y sus soluciones innovadoras aplicadas en trabajos para otros clientes.



### REÚNASE CON SU CLIENTE Y SU EQUIPO EN EL LUGAR DE TRABAJO

¿Su personal conoce realmente a su cliente? Plántese la importancia de ir a los negocios o lugares en donde se llevan a cabo los proyectos, para dar respuestas en tiempo real, evaluar oportunidades e identificar áreas en las que usted puede colaborar con su cliente en la resolución de problemas.

## ALIVIE LOS DOLORES DE CABEZA CAUSADOS POR LOS PROGRAMAS DE TRABAJO

Cuanto más sensible sea a las presiones del programa de trabajo, más valioso será su aporte. Trabaje en conjunto con su cliente para identificar las formas de hacer el proyecto con velocidad y sin problemas. Promueva la confiabilidad de cada miembro de su personal, su entrenamiento, su conocimiento sobre la información técnica de los productos y servicios que ofrece.

## CÓMO CONSEGUIR NUEVOS NEGOCIOS

No rebaje drásticamente sus precios – En cambio, agregue valor. Conseguir nuevos negocios no tiene que convertirse en una guerra de precios. Aprenda a posicionar su compañía como un recurso valioso más que como un servicio a la venta; su demanda y ganancia aumentarán.

## IDENTIFIQUE CLIENTES POTENCIALES

Revise su lista y redúzcala a los clientes potenciales más importantes. ¿Quiénes son las empresas que podrían ser receptores naturales de sus servicios? ¿Quién está disconforme con su proveedor habitual? ¿En dónde tiene relaciones sólidas? ¿Quiénes son sus contactos ocasionales? ¿Quiénes tienen una necesidad en el área en la que usted es un experto?

**Tras armar una lista de clientes potenciales, investigue lo siguiente:**

1. ¿Quién es el proveedor habitual de estas empresas?
2. ¿Están satisfechos?
3. ¿En qué áreas están disconformes?
4. ¿Cómo podría usted ser de mejor utilidad a esos clientes?

Una vez que haya respondido estas preguntas, le interesará pensar en el modo de acercarse a estas empresas. De no tener contactos allí, ¿conoce a alguien que sí los tenga? No lo olvide: Sus clientes habituales pueden ser una excelente fuente de referencias.

## EVALÚE SU EMPRESA Y SU COMPETENCIA

Preste atención a las cualidades y servicios que sus potenciales clientes valoran (o no pueden hallar en otro lugar). Determine qué puede hacer usted para competir con más eficiencia. Quizás ya pueda brindarles todo lo que su competencia ofrece y aún más. Tal vez sea una cuestión de cómo usted se vende a sí mismo.

**Formúlese estas preguntas:**

1. ¿Quiénes son sus principales competidores?
2. ¿Qué entrenamiento, conocimiento o experiencia específica lo distinguen de sus competidores?
3. ¿Cómo puede comunicarle a sus clientes potenciales eso que lo hace ser exclusivo?

Adaptando sus servicios a las necesidades del cliente, usted le agrega valor a su negocio y lo hace crecer.



## INFILTRACIÓN DEL AIRE

En la actualidad, se construyen algunas casas con buen rendimiento de energía para que el comprador ahorre dinero en gastos de electricidad. Sin embargo, podría atribuirse una pérdida considerable de energía al aire que entra y sale de la casa a través de las juntas de la construcción y las imperfecciones del montaje estructural.

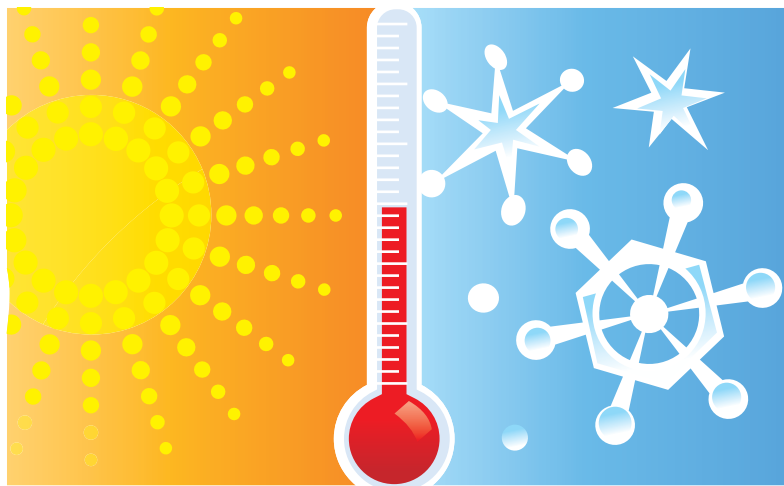
La mayoría de los constructores y contratistas de aislamiento tratan la infiltración de aire mediante el uso de masillas, selladores, barreras contra infiltración de aire, revestimientos aislantes o una combinación de estos métodos. La dificultad reside en saber cuál es el método más conveniente o dónde sucede la mayor parte de la infiltración de aire. El objeto de este artículo es brindarle al contratista la información necesaria para tomar las mejores decisiones a fin de controlar la infiltración de aire.

### EL PAPEL DEL CONTRATISTA DE AISLAMIENTO

Cabe destacar que el contratista de aislamiento sólo puede prevenir la infiltración de aire hasta cierto punto, ya que la mayor parte del trabajo de prevención de infiltración de aire queda en manos del constructor, quien deberá utilizar buenas prácticas de construcción. Por esa razón, Owens Corning alienta la aplicación correcta de materiales térmicos para mejorar el control en el consumo de energía conjunto entre contratistas y constructores. El contratista puede ofrecerse a examinar los planos de construcción por adelantado para ayudar a determinar la probabilidad de infiltración de aire. Asociándose con el constructor, el contratista puede ser de gran ayuda para evitar la pérdida de energía por infiltración.

### ¿Qué es la infiltración de aire?

La infiltración de aire es el intercambio no controlado de aire a través de aberturas no deseadas en la estructura. Durante el invierno, el aire frío que entra en la vivienda debe ser calentado. Por el contrario durante el verano, el aire cálido que ingresa debe ser enfriado y deshumidificado. Si no se controla la infiltración de aire, el consumo de energía adicional para refrigeración y calefacción puede ser considerable. En una casa común, la infiltración de aire puede ser responsable de casi un tercio del costo de calefacción y refrigeración total.



## ¿Qué es lo que hace que el aire se filtre hacia el interior y el exterior de una casa?

Al soplar contra una edificación, el viento fuerza el movimiento de aire a través de pequeñas grietas y aberturas. Incluso las aberturas ínfimas que no se divisan a simple vista pueden causar problemas. Cuando el aire externo entra en la casa del lado donde pega el viento, generalmente saldrá por el lado resguardado del viento. Además, el aire que se encuentra dentro de la estructura puede ser expulsado a través de aberturas y grietas en el cielorraso cuando el techo está ventilado.

Otra manera en la que el aire entra y sale de una estructura es a través del efecto "chimenea". El aire cálido es más liviano que el aire frío y tiende a subir como la corriente de una chimenea cuando el hogar está encendido. Incluso cuando no sopla viento en invierno, el aire cálido dentro de una edificación se fuga primero hacia el techo a través de grietas y aberturas, y luego al exterior a través de aberturas de ventilación. Este aire saliente es reemplazado por aire frío que llega al espacio calefaccionado desde el exterior.

### La infiltración de aire real depende de factores tales como:

- La velocidad del viento.
- La dirección del viento.
- La temperatura exterior.
- La protección externa.
- El equipo de calefacción/refrigeración/ventilación.
- La orientación de la casa.
- La proximidad a otras construcciones y la protección contra éstas.
- El comportamiento y las actividades de los ocupantes.





## DUCT BOARD

El Duct Board es una placa rígida de fibra de vidrio con resinas aglutinantes especialmente diseñadas para la fabricación de ductos de aire resistentes, retardantes en la propagación de fuego y reforzadas con recubrimiento de aluminio (FRK).

Cuando son transformadas a sistemas de ductos, combinan propiedades de aislamiento termoacústicas de manera excelente para el transporte de aire.

El Duct Board es un aislamiento térmico diseñado para la fabricación de componentes para sistemas comerciales y residenciales de aire acondicionado y ventilación con presiones estáticas de  $\pm 2$  pulgadas w.g. (500 Pa), temperaturas de aire interno que no excedan 121°C (250°F) y velocidad de aire de 1,829 metros/minuto (6,000 pies por minuto).

### VENTAJAS

- **Máxima eficiencia térmica:** Este producto puede reducir los costos de funcionamiento mediante la disminución de la pérdida o ganancia de calor de las paredes de los ductos y la conservación de energía.
- **Máxima eficiencia acústica:** Los sistemas fabricados con estas placas absorben el ruido de ductos de aire acondicionado y reducen los ruidos secos causados por la expansión, contracción y vibración. Ayudando así a crear un ambiente más silencioso y cómodo.

- **Resistencia ignífuga:** Su valor de propagación de llamas es de 25 y para desprendimiento de humo de 50, de acuerdo a lo estipulado en la norma UL 723.
- **No favorece la corrosión:** La naturaleza no ferrosa de la fibra de vidrio no favorece la corrosión en acero, cobre y aluminio. Resultado: Mayor vida útil en equipos e instalaciones.
- **Fácil de instalar y manejar:** Por su densidad, flexibilidad y facilidad de manejo es un material de fácil fabricación e instalación, tanto en secciones rectas, codos, tubos en "T", ramales y demás elementos del sistema completo de transmisión de aire.
- **Ligero:** Su ligereza permite acoplarse a los sistemas, equipos o productos finales, sin el peligro de dañar el equipo por sobrepeso.
- **Bajo mantenimiento y larga duración:** La fibra de vidrio se caracteriza por su larga duración, por lo que los gastos de mantenimiento son mínimos y la reposición del aislamiento en un sistema bien instalado, es a largo plazo.
- **Inorgánico:** Su revestimiento protector cuenta con un biocida que lo protege contra el crecimiento de hongos y bacterias.

Tipo	Espesor		Ancho		Largo	
	Pulg.	Cms.	Pulg.	Cms.	Pulg.	Cms.
475	1	2.5	48	123	120	305
800	1	2.5	48	123	120	305
	1½	3.8	48	123	120	305



INNOVACIONES PARA VIVIR<sup>MR</sup>

## OC ASESORA A CONSTRUCTORAS RESIDENCIALES PARA EL AHORRO DE ENERGÍA

Owens Corning es una compañía de origen norteamericano que se ha convertido en líder en la conservación de la energía a nivel mundial. La empresa inventó la fibra de vidrio y ha pertenecido a las listas de FORTUNE 500 por más de 50 años consecutivos.

Owens Corning (OC) está comprometida con el medio ambiente y la sustentabilidad, por lo cual ha creado productos que mejoran la eficiencia energética y disminuyen la utilización de nuestros recursos naturales.

**“Somos una empresa comprometida con la protección del medio ambiente. Una de nuestras iniciativas es promover la construcción sustentable y el ahorro de energía”,** indicó el Lic. Héctor López Rodríguez, Director de Mercadotecnia y Desarrollo de Negocios Latinoamérica de Owens Corning.

Existe una preocupación general por el incremento en el costo de los insumos energéticos; organizaciones e individuos buscan soluciones para disminuir su gasto en petróleo, electricidad y/o gas. OC entiende esta necesidad, por lo cual ha generado productos aislantes que ayudan a mejorar la vida de los usuarios finales.

**“Es de suma importancia que los constructores conozcan los beneficios que obtendrán los usuarios finales al incluir aislantes de alto valor R y durabilidad”,** expresó Héctor López. **“Es responsabilidad de líderes de la industria como nosotros, el poder asesorarlos al respecto, para así impulsar la construcción sustentable en México”.**

**“A pesar de que los productos de OC han sido utilizados durante muchos años y están disponibles en todo el mundo, en México no existe el mismo**

**conocimiento sobre la aplicación y los beneficios del aislamiento. Es por eso que nosotros haremos mancuerna con todos los constructores que estén dispuestos a ayudar al usuario final a vivir mejor”,** concluyó López Rodríguez.

Owens Corning está realizando una labor importante para promover la cultura de conservación de la energía, entre las constructoras residenciales. Un equipo con gran experiencia en la aplicación de aislantes de OC, está colaborando con arquitectos de varias empresas importantes para diseñar nuevos hogares sustentables, con mayor espacio y menor mantenimiento.



**“Cuando un constructor ofrece a sus clientes una vivienda aislada térmicamente, está dando ahorro y confort a sus clientes. Diferenciándose también en el mercado residencial”** concluyó Héctor López.

Las acciones en pro de la sustentabilidad es una responsabilidad social que Owens Corning asume con profesionalismo y calidad, generando soluciones en aislamiento térmico y acústico.

# CONTÁCTENOS

## SERVICIO A CLIENTES

52 (55) 5089 6767

## CONMUTADOR

52 (55) 5089 6700

## VENTAS FIBRA DE VIDRIO

52 (55) 5089 6701

## VENTAS FOAMULAR

52 (55) 5089 6601

## VENTAS FIBRA DE VIDRIO

### México

Andrés de Anasagasti  
jose.anasagasti@owenscorning.com

### Exportación

Rendell Segura  
rendell.segura@owenscorning.com

## VENTAS FOAMULAR

### Regiones Centro, Sur y Exportación

Fernando Sánchez  
fernando.o.sanchez@owenscorning.com

#### Editor Ejecutivo:

Héctor López, Director de Mercadotecnia y Desarrollo de Negocios  
Tel. 52 (81) 1338-0226  
hector.lopez@owenscorning.com

#### Coordinadora Editorial:

Cecilia Carrillo, Gerente de Mercadotecnia  
Tel. 52 (81) 8308-7200  
cecilia.carrillo@owenscorning.com

## SERVICIO A CLIENTES

Beatriz Roveratti  
beatriz.roveratti@owenscorning.com

Salvador Godínez  
salvador.godinez@owenscorning.com

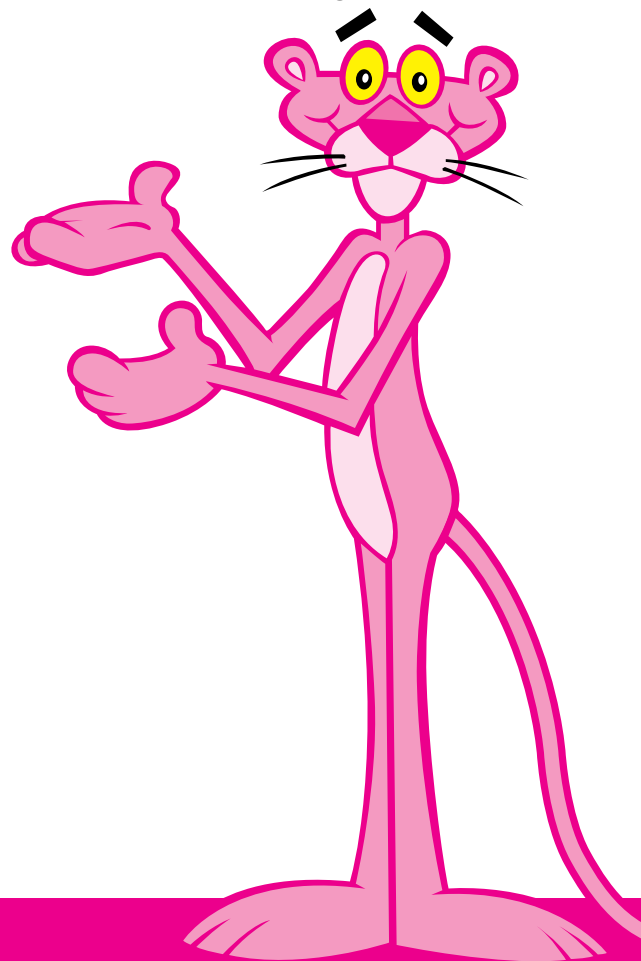
Alberto Domínguez  
alberto.dominguez@owenscorning.com

Gabriela Saucedo  
gabriela.saucedo@owenscorning.com

Marcos Salazar  
marcos.salazar@owenscorning.com

## MERCADOTECNIA

Cecilia Carrillo  
cecilia.carrillo@owenscorning.com



INNOVACIONES PARA VIVIR™

#### OWENS CORNING LATIN AMERICA

Privada La Puerta 1110-A  
Parque Industrial La Puerta  
Santa Catarina, N.L. Mexico

01 - 800 - 00 - OWENS

[www.owenscorning.com.mx](http://www.owenscorning.com.mx)