



FERRETERÍA BRICOLAJE Y SUMINISTRO INDUSTRIAL

>> www.interempresas.net • LA PLATAFORMA MULTIMEDIA DE LA INDUSTRIA

Entrevista a Ana Castro, directora de marketing de Bricogroup

Multifuncionalidad, eficiencia y alta calidad: tendencias del sector ferretero en 2010

Especialización y experiencia de compra, recetas del Congreso AECOC 2010

El I Encuentro de Compras Ancofe se presenta en sociedad

AFMarcas se presenta para competir contra las prácticas desleales





LA ÚNICA QUE FABRICA ESTAS



AUTO / MECÁNICA



PARA TUBO



ELECTRODISIPATIVA ESD



NO MAGNÉTICA DE TITTANIO





ART IN INNOVATION

SIETE GAMAS DE HERRAMIENTAS:



SEGURIDAD 1000V



ANTICHISPA



EQUIPOS INTRÍSECAMENTE SEGUROS "Anti-explosión"









Interempresas es un servicio de información multimedia dirigida a la industria española en su conjunto, con ediciones especializadas para los distintos sectores industriales

nterempresas...



INDUSTRIA METAL-MECÁNICA

FERRETERÍA, BRICOLAJE Y

SUMINISTRO INDUSTRIAL



COMPONENTES Y AUTOMATIZACIÓN



NAVES INDUSTRIALES Y LOGÍSTICAS



OFICINAS Y CENTROS DE NEGOCIOS



EQUIPAMIENTO PARA MUNICIPIOS



INDUSTRIA ALIMENTARIA



INDUSTRIA QUÍMICA Y **LABORATORIOS**



INDUSTRIA GRÁFICA



PLÁSTICOS



INDUSTRIA DE LA MADERA



CONSTRUCCIÓN



CERRAMIENTOS Y VENTANAS



OBRAS PÚBLICAS



JARDINERÍA Y ÁREAS **VERDES**



AGRICULTURA Y EQUIPAMIENTO FORESTAL

NOVEDADES 2010



MANTENIMIENTO, INSTALACIONES Y SEGURIDAD INDUSTRIAL



TÉCNICA Y GESTIÓN



.OGÍSTICA INTERNA



ENERGÍAS RENOVABLES



ENVASE Y EMBALAJE



GANADERÍA Y VETERINARIA



RECICLAJE Y GESTIÓN DE



INDUSTRIA VITIVINÍCOLA

Director Ibon Linacisoro

Product Manager Teresa del Hoyo

Redactora Jefa Nerea Gorriti

Equipo de Redacción

Laia Banús, Javier García, Esther Güell, David Pozo Anna León, Anna Pueyo

redaccion_ferreteria@interempresas.net

Equipo Comercial Teresa del Hoyo, Enric Arqués

comercial@interempresas.net

EDITA nova agora, s.l.

C/ Amadeu Vives, 20-22 08750 MOLINS DE REI (Barcelona) ESPAÑA Tel. 93 680 20 27 • Fax 93 680 20 31

> **Director General** Albert Esteves Castro

Director Adjunto Angel Burniol Torner

Director Comercial Aleix Torné Navarro

Director Técnico y de Producción Joan Sánchez Sabé

Staff Comercial

Antonio Gallardo, Angel Hernández, María José Hernández, Marta Montoro, Ricard Vilà, Gustavo Zariquiey

Publicidad comercial@interempresas.net

Administración administracion@interempresas.net

Suscripciones suscripciones@interempresas.net

http://www.interempresas.net

Difusión controlada por



www.interempresas.net controlada por



Nova Àgora es miembro de



Queda terminantemente prohibida la reproducción total o parcial de cualquier apartado de la revista. D.L. B-25.481/99 / ISSN 1578-8881

SUMARIO

FERRETERÍA. **BRICOLAJE Y SUMINISTRO INDUSTRIAL 20**

EPOCA 2ª Nº 633/2010 FEBRERO

5 ÁNGULO CONTRARIO

El abuelo, que dice que quiere trabajar

5 EDITORIAL

Un año movido

7 EL PUNTO DE LA i

Díaz Ferrán como síntoma

8 PANORAMA

8 Cifec y Cofac reciben el premio 'Cooperativa del año'



14 ENCUESTAS

Las encuestas de Interempresas.net

GUÍA DE LA DISTRIBUCIÓN

EL CANAL DE DISTRIBUCIÓN

18 Entrevista a Ana Castro. directora de marketing de **Bricogroup**



"Sin llegar a niveles de Europa, la cultura de hacerlo uno mismo se va extendiendo"

EL PUNTO DE VISTA DEL FABRICANTE

20 Entrevista a Ifam, Feliciano Aranzabal, S.A.

"En Feliciano Aranzabal entendemos la innovación como un elemento diferenciador"

24 INFORAMA



- 24 Multifuncionalidad, eficiencia v alta calidad: tendencias del sector ferretero en 2010
- 28 Un enfoque integral del sector de la seguridad
- **32** Arranca ExpoCadena 2010
- **34** Eurobrico prepara su edición de 2010 con Luis Franco como nuevo presidente



37 Especialización y experiencia de compra, recetas del Congreso AECOC 2010 **42** El I Encuentro de Compras de Ancofe se presenta en sociedad



- 45 AFMarcas se presenta para competir contra las prácticas desleales
- 48 De oficio, albañil
- **50** Relanzamiento de Bricogroup al cumplir su X aniversario
- **52** El deterioro económico llega también a las cadenas de bricolaje
- **55** El mueble en kit natural y fácil de montar

61 LO + AVANZADO EN

Hogar y decoración

66 EMPRESAS



70 Ega Master, única empresa industrial en obtener la 'Q de Oro'

71 TECNIRAMA



Buscando la máxima comodidad

ADAPTABLE AL CARRO DE SUPERMERCADO





ÁNGULOCONTRARIO

El abuelo, que dice que quiere trabajar



Ibon Linacisoro ilinacisoro@interempresas.net

Esto es más que inquietante. Una mujer de 68 años surcoreana logró obtener el carnet de conducir tras 949 intentos. La pobre señora, con su manifiesta torpeza, da lugar a todo tipo de comentarios pero, aunque existieron algunos en torno a su condición de mujer en el origen de semejante récord, prevalece la idea de que a los 68 años a uno se le da mejor cuidar a los nietos y ver obras que aprender a manejar una máquina diabólica como un coche. La noticia es de Corea y por lo tanto se ha quedado mucha información importante en el camino, pero sería bueno saber por qué esta chica de 68 años ha decidido atacar al carnet de conducir a esa edad. Una de las posibilidades es que allí ya hayan superado el debate de la edad de jubilación y que Cha Sa-soon esté haciéndose un hueco en el mercado laboral, a sabiendas de que en los 20 años que todavía le queden para su retiro, el carnet de conducir le será útil.

Así que no nos riamos tanto de Cha, que la pobre nos está abriendo los ojos a lo que será nuestro futuro, o al menos el futuro de los que están en la cándida inocencia de la edad del que suscribe. Nos las prometíamos muy felices con la longevidad, pero los que trabajan cuatro años y cobran para el resto de su vida ya están preparando un recorrido hacia la ancianidad más activo que el actual. Se entiende que este camino es para casi todos. Fundamentalmente, esta prolongación de la vida útil de un trabajador es válida para los de las pymes, los que no tienen otro remedio que trabajar 15 ó 20 años más que sus compatriotas de grandes compañías afectadas por la reconversión, trabajadores de navales, bancos, empresas púbicas o semipúblicas aéreas o de telefonía, que a los cincuenta y pocos ya están en la obra. Pero fuera de ella, observando, se entiende.

Jubilados, prejubilados y abuelos de hoy, disfrutad de lo que tenéis, porque los abuelos del mañana ya no cuidaremos nietos, sino que descargaremos camiones y cargaremos sacos porque sabremos mucho menos que los jóvenes y sólo quedará para nosotros el orgullo de decir: yo coticé 60 años.

Ver más artículos en: www.interempresas.net/angulocontrario

E D I T O R I A L

Un año movido

2010 se perfila como un año de lo más movidito. Desde el punto de vista económico pero también empresarial. Si para el primer semestre no se prevén grandes mejoras, los más optimistas vaticinan un segundo semestre de recuperación -o de ralentización de las pérdidas, es decir, que se pierde pero menos o más lento, y todos contentos.

Sin embargo, el sector de la ferretería y el suministro industrial no se ha quedado de brazos cruzados a la espera de los acontecimientos. Las próximas celebraciones de Practical World, Sicur y Expocadena, y Eurobrico en otoño, son buena muestra de ello, planteadas quizá con una filosofía más acorde con los tiempos que corren pero con las mismas ganas y más imaginación. Los tres primeros eventos serán, seguro, la mejor manera de tomarle el pulso al sector y marcarán la tendencia hacia dónde se dirige este mercado que lleva ya un tiempo reflexionando y poniendo sobre la mesa los retos y oportunidades que se les presentan.

En esta línea se plantearon las conclusiones del último Congreso AECOC de Ferretería y Bricolaje, que planteaban la internacionalización y la especialización como las claves, entre otras, para salir adelante.

Y, al iqual que el sector, Interempresas Ferretería también se mueve con él, ofreciendo nuevas propuestas y espacios que permitan abarcar las distintas sensibilidades y puntos de vista del mercado. Así, podrán encontrar a partir de esta edición los apartados 'El canal de distribución' y 'El punto de vista del fabricante' donde recogeremos a lo largo del año la visión de centrales de compra, asociaciones y cooperativas por un lado, y empresas fabricantes por otro. Junto a ellos, los productos tendrán también su espacio en 'Lo más avanzado en...', un espacio donde queremos recoger las últimas tendencias en temas tan dispares como 'hogar y decoración', 'jardín', 'herramientas' o ' electrici-

Que disfruten de las novedades y nos vemos en feria.





Bilbao 14/17 abril 2010

una feria con mucho gancho

- El mayor exponente del Arco Atlántico en el mundo de la construcción.
- Punto de encuentro de las empresas y firmas más importantes.
- Más de 15.000 visitantes profesionales de la Zona Norte.

Del 14 al 17 de abril de 2010 en BEC

Ronda de Azkue, 1 48902 Ansio-Barakaldo Tel.: (34) 94 404 00 00 Fax: (34) 94 404 00 01

Fax: (34) 94 404 00 0 construlan@bec.eu www.construlan.com



ELPUNT GE LA



aesteves@interempresas.net

Díaz Ferrán como síntoma

No sé si cuando lean este artículo Gerardo Díaz Ferrán habrá dimitido como presidente de la CEOE. Si no lo ha hecho, debería hacerlo. Debería haberlo hecho en el primer momento, cuando saltó a la luz el grave problema de una de sus empresas, Air Comet. La imágenes aparecidas en todos los medios de comunicación de esos infortunados clientes que perdieron sus vuelos, retenidos en los aeropuertos sin saber cómo volver a sus casas, y sus desafortunadas declaraciones culpándoles por haber confiado en una compañía insolvente, la suya, abocada al cierre, le invalidan como máximo responsable de la principal organización empresarial española.

La CEOE es, o debiera ser, una organización representativa. Y su presidente debiera ser, y parecer, un empresario intachable, un emprendedor modélico con el que pudieran sentirse identificados los empresarios españoles, en su mayoría, por cierto, pequeños y medianos empresarios entre los cuales tengo el orgullo de contarme. Yo, personalmente, no me siento representado por Gerardo Díaz Ferrán y creo que debería dimitir. Y al parecer no es la mía una opinión singular. La comparten el 85% de los empresarios y ejecutivos de los más de 1.000 que han respondido a la encuesta planteada por Interempresas.net en su página web. Un resultado que admite pocas interpretaciones.

Pero, más allá de la decisión personal de don Gerardo, lo que verdaderamente ruboriza es la defensa acrítica y el respaldo incondi-

cional de los 21 vicepresidentes de la CEOE para que siga en el cargo. La peor imagen del corporativismo, del apego al poder y del coleguismo patronal más trasnochado. Me parece bochornoso que el máximo representante de los empresarios sea alguien cuya empresa no puede devolver un crédito de 26,5 millones de euros a Caja Madrid, siendo él mismo vocal de su consejo de administración. Es lógico y loable que un empresario infortunado reciba en lo personal el apoyo y la solidaridad de sus colegas. En lo personal. Pero en el ámbito institucional debería habérsele sugerido su dimisión o, en su defecto, haberle cesado en el cargo. Una organización que debe negociar con los sindicatos y con el gobierno, en un contexto tan sumamente crítico como el actual, no puede tener un presidente débil, con un currículum profesional empañado y una pésima imagen pública. Y mucho menos un presidente que ha perdido credibilidad y representatividad entre la mayor parte de empresarios espa-

Con una perspectiva más amplia, tendremos que reflexionar sobre el papel de las organizaciones empresariales y también de los sindicatos. Su poca transparencia, su escaso arraigo, su limitadísima representatividad, su funcionamiento endogámico, su anquilosamiento, su apego al sillón (el anterior presidente de la CEOE estuvo 23 años en el cargo). De todo ello el caso Díaz Ferrán es sólo un síntoma. El síntoma de una enfermedad más seria.

Alta y baja en Bricogroup

Bricogroup ha abierto una nueva tienda en Badajoz. El nuevo centro de bricolaje, de 2.000 metros cuadrados, forma parte del proceso de renovación de marca por parte de los socios de Bricogroup y es consecuencia de la reforma emprendida por Tech Dairy, socio del grupo desde 2001, y que antes de la reforma operaba bajo el nombre comercial de 'Mi bricolaje'. Esta renovación afecta tanto a aspectos de imagen exterior como a otros aspectos tales como uniformidad, cartelería, surtidos, etc.

Con esta última reforma son ya seis las tiendas que operan bajo la enseña Bricogroup. Por otra parte, desde la central de compras informan que la empresa Maderas Polanco S.A. (Chiclana) y Polanco Granada, S.A. han causado baja en Bricogroup con fecha uno de enero de este mismo año. Según informa la empresa, "el motivo de la salida de este socio de Bricogroup, es un planteamiento comercial distinto e incompatible con el planteamiento del resto de socios del grupo.

De este modo Bricogroup, tras la reciente incorporación de Bricohouse, pasa a contar con 17 socios y 40 tiendas en toda España, a la que pronto se unirá una nueva tienda en Illescas, Toledo, bajo la dirección de CMB.

Anceco celebra su Asamblea General 2010 junto a una jornada técnica

Un año más, Anceco, la Asociación Nacional de Centrales de compras y Servicios, ha convocado su Asamblea General de 2010. Como novedad, este año se ha complementado con una jornada técnica previa a la celebración de la asamblea que constará de dos partes. En primer lugar se contará con la presencia de Teresa Sánchez Armas, subdirectora general de Comercio Interior del Ministerio de Industria, Turismo y Comercio; y en segundo lugar, se tendrá la oportunidad de debatir las claves de la situación económica y social de España con el periodista Iñagui Garay, director de redacción del periódico Expansión.

Cifec y Cofac reciben el premio 'Cooperativa del año'

El Consejo Rector de la 'Federació de Cooperatives de Serveis i Cooperatives de Transportistes de Catalunya' otorgó el galardón a la 'Cooperativa del año' conjuntamente a las cooperativas de ferreteros Cifec, S.C.C.L. y Cofac, S.C.C.L. El premio fue entregado a dichas cooperativas por ser un referente como modelos cooperativos de servicios, por su intercooperación y por la labor de colaboración entre las dos cooperativas.

Por parte de Cofac el galardón fue recibido por Jaume Valls, vicepresidente de la cooperativa y por Fernando Bautista, gerente de la misma.



El galardón a la 'Cooperativa del año' fue otorgado conjuntamente a las cooperativas de ferreteros Cifec, S.C.C.L. y Cofac, S.C.C.L.

BigMat convoca la IV edición de sus premios solidarios

El Grupo BigMat ha convocado la cuarta edición de los Premios BigMat que por segunda vez se otorgará a entidades, proyectos o actividades solidarias. Los Premios BigMat a la Solidaridad 2010 están dirigidos a financiar aquellos proyectos que hayan contribuido a crear una sociedad más justa y comprometida con la realidad que vive. Se valora muy especialmente la justificación de la acción, el número de beneficiarios directos e indirectos, la estrategia para abordar el proyecto y para prolongar su continuidad, el impacto en la zona de este proyecto, su viabilidad y la relación con el sector de la construcción

La dotación de los Premios Big-Mat 2010 asciende a un total de 24.000 euros de los cuales 18.000 euros serán para el ganador, 3.000 para el primer accésit y otros 3.000 para el segundo. El jurado podrá decidir un reparto alternativo de cada una de las tres dotaciones, para un máximo de dos proyectos por dotación, en partes iguales.



Originalidad, calidad y funcionalidad, protagonistas de Expohogar Primavera 2010

El salón Expohogar Primavera, que cerró sus puertas el pasado 25 de enero, mostró durante sus cuatro días de celebración los productos y novedades en decoración, regalo, bisutería y complementos de moda de la temporada primavera/verano 2010. En líneas generales, los artículos expuestos destacaron principalmente por su originalidad, calidad y funcionalidad.

Camisetas y bolsas reversibles, abanicos para hombres, monederos con imán para no perder ni un céntimo, figuras decorativas de terraza o jardín que también permiten regar de manera programada o muñecos para colgar en el baño que escoden un cepillo de dientes, son algunos de los productos que se han podido ver estos días en Expohogar Primavera.

En decoración de interiores irrumpe con fuerza un nuevo concepto: la tradición-innovación. Un ejemplo es 'el huerto en casa'. Aunque no tengamos jardín, ahora podemos montar nuestro propio huerto en la terraza, la cocina o cualquier otro espacio de nuestro hogar. El salón, que ha recibido la visita de unos 8.000 profesionales, es el evento de referencia para el pequeño y mediano comercio, distribuidores, mayoristas y tiendas multiproducto de Cataluña y su ámbito de influencia.



'El huerto en casa' de Foimpex.



ADIÓS A LA CRISIS, VEA LOS BROTES VERDES EN

www.interempresas.net



Fercodis nombra Gerardo Callejo nuevo director gerente

Desde enero de 2010, Gerardo Callejo se ha incorporado a la central de compras y servicios Fercodis en calidad de director gerente. Callejo sustituirá en el cargo a Enrique Hernández, que ocupará su nueva posición como consejero delegado de la sociedad.

Con la incorporación de Gerardo Callejo, profesional que cuenta con una dilatada trayectoria en el sector, Fercodis, —ante las dificultades que todos los operadores del mercado vienen atravesando— aborda con decisión su apuesta por la renovación y crecimiento, suponiendo una nueva etapa para el desarrollo de proyectos que han de redundar en beneficio de sus asociados y de los proveedores incorporados a la organización.

Gerardo Callejo (izq.) sustituirá como director gerente a Enrique Hernández, que pasará a ocupar el cargo de consejero delegado de Fercodis.



Aecoc lanza un programa de formación para ganar eficiencia

Aecoc presentó recientemente su Plan de Formación 2010, una ambiciosa propuesta para la mejora de la eficiencia y la visión estratégica en diversos ámbitos profesionales. A través de este plan, la asociación quiere ofrecer, ahora más que nunca, información útil y práctica para que las empresas puedan revisar sus procesos, eliminar posibles ineficiencias (una importante fuente de costes innecesarios) y mejorar su gestión en diferentes ámbitos.

El Plan de Formación de Aecoc para 2010 incluye más de 160 cursos, jornadas formativas y seminarios internacionales en los que participarán más de 2.200 profesionales de los sectores de gran consumo, canal Horeca, salud, ferretería y bricolaje y electro. Los diferentes cursos ofrecidos por la asociación se agrupan en tres grandes bloques: Estándares y mejora en la eficiencia en procesos y operaciones, Comercialización y Cursos sectoriales.



Cada hogar gasta 350 € al año en pequeñas reparaciones

Según el último informe estadístico de Reparalia, empresa especializada en la comercialización de contratos de asistencia en el hogar y en la gestión integral de siniestros y reparaciones, cada hogar español invierte una media de 350 euros al año en pequeñas reparaciones. Son operaciones sencillas pero para las que se suele recurrir a un tercero, ya sea por falta de experiencia o de tiempo para poder resolverlas. La empresa de asistencia destaca que existen algunas averías en el hogar que ocurren con frecuencia y que sin embargo no suelen estar cubiertas por un seguro multirriesgo tradicional, como es el caso de: atasco de tuberías, roturas de enchufes o interruptores, sustitución del cuadro eléctrico, pérdida de agua con un incremento notable en el recibo de agua, o corrosión de tuberías.



Algunas averías en el hogar ocurren con frecuencia y sin embargo no suelen estar cubiertas por un seguro multirriesgo tradicional.

XI Congreso de Adhesión y Adhesivos

Asefca, Asociación Española de Fabricantes de Colas v Adhesivos, convoca el Congreso de Adhesión y Adhesivos, cuyo objetivo es el de proporcionar un foro científico-técnico para intercambio de conocimientos y tecnología entre las personas interesadas en la adhesión y los adhesivos, así como en los fenómenos relacionados y en sus aplicaciones. En esta ocasión Comillas ICAI es la encargada de organizar el XI Congreso entre el 15 y el 17 de septiembre, en colaboración con el Grupo Científico-Técnico Español de Adhesión y Adhesivos.

Veintisiete candidatos optan al Premio Txema Elorza 2010

Cerrado el plazo de presentación de candidaturas, veintisiete profesionales destacados del mundo de la ferretería y el bricolaje han sido propuestos y proclamados candidatos oficiales al IV Premio Txema Elorza a los valores humanos y profesionales en el sector de ferretería y bricolaje. El Comité Organizador evaluará los méritos de los candidatos y elegirá la terna de finalistas que optarán al IV Premio Txema Elorza, que será entregado el próximo día 9 de julio en Santiago de Compostela.

Los candidatos son: Agustín Gallardo (Alguiaga); Alberto Saint Genis (Saint Genis); Alberto Soler (Ferretería Alberto Soler): Andreu Maldonado (Maldonado): Ángel Cavadieco (Delta); Angel Sierra (Scoa); Bernardo Pons (Sintes y Petrus); Bruna Bolivar (Ferretería Bolivar); Carlos Pérez Padrón (Eurolatón); Demetrio Romero (Rofer); Esmeralda Pérez (Husqvarna); Felipe Blanco (Blape); Fernando Leonardo (Celesa); Francisco Leal (Grupo Presión); Iñaki Garmendia (Ega Master); Jesús Ejarque (Ehlis); Joan Agustí (Can Manxa); Juan José Acha Orbea (Irega); Juan Mora (Ferretería Mora); Juan Pedro Vega (Representaciones Vega); Juan Turiel (Aluminios San Antonio); Julián Navarro (Cofedal); Luis Franco (Reunión Industrial): Mario Varela (Prefabricados Dena); Pedro Ehlis (Ehlis); Miguel Ortiz (Ferretería Ortiz); y Eduard Seguí (Ferretería Seguí).

Afeb incorpora a Orfesa, WD-40 e Imedio como nuevos socios



La Asociación de Fabricantes Españoles de Bricolaje, Afeb, ha incorporado tres nuevos socios: Orfesa, WD-40 e Ime-

Orfesa es una empresa ubicada en Barcelona fabricante de productos sanitarios y de ahorro de aqua.

WD-40, radicada en Madrid, comercializa lubricantes multiusos, siendo sus marcas más conocidas WD-40 y 3 en 1.

Por su parte, el fabricante de pegamentos Imedio, S.A. ha causado alta en la asociación con Manuel Castro, videpresidente de la Afeb y director general de Husgvarna, como socio embajador de este nuevo asociado.

WD-40, comercializadora de lubricantes, nueva socia de Afeb.







AYERBE





Recientemente, nuestro portal Interempresas.net ha incluido en sus páginas un apartado de encuestas, que nos está permitiendo conocer la opinión de nuestros visitantes, en su gran mayoría empresarios y ejecutivos de empresas industriales, sobre temas de actualidad y de enorme interés para todos. Dado el notable índice de participación, creemos que los resultados que arrojan estas encuestas son un fiel reflejo de la opinión de la empresa industrial en su conjunto, con relación a los temas propuestos.

Redacción Interempresas

Pesimismo dominante respecto a la crisis

En esta primera remesa de encuestas nos hemos planteado pulsar la opinión de nuestros visitantes respecto a la salida de la crisis. Y debemos constatar, a tenor de los resultados obtenidos, que el pesimismo es sorprendentemente mayoritario. A finales de enero, sólo un 15% de las más de 2.000 respuestas recibidas se inclinaba por el sí ante la pregunta de si la crisis terminará o no en 2010. O, dicho de otro modo, el 85% de los empresarios y ejecutivos de nuestro tejido industrial opinan que la salida de la crisis no se producirá durante 2010.

Este estado de opinión contrasta con la mayor parte de economistas y organismos económicos que prevén la mejora de los indicadores para el segundo o tercer trimestre de este año, excepción hecha de los datos de paro que todo parece indicar que seguirán siendo negativos durante mucho más tiempo.

Más despidos en la industria

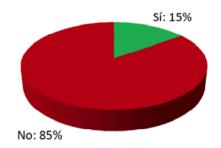
En este sentido es muy ilustrativo también el resultado a la pregunta de si su empresa va a despedir o no algún empleado en los próximos meses. La mayoría de respuestas (un 61%) se ha inclinado por el sí, lo cual es un dato muy poco alentador que nos hace pensar que el paro puede seguir aumentando en la industria de forma preocupante.

La dimisión de Díaz Ferrán

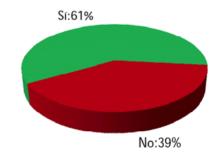
Hemos querido saber también la opinión de nuestros visitantes con relación a la actitud que debería adoptar el presidente de la CEOE, Gerardo Díaz Ferrán, envuelto en problemas empresariales de enorme gravedad. El resultado es concluyente. El 85% de las respuestas se inclinan por la dimisión.

Les animamos a seguir participando en nuestras encuestas, si no lo han hecho todavía, en nuestro portal www.interempresas.net. Les recordamos que el sistema sólo permite votar una vez a cada participante, en cada una de las encuestas.

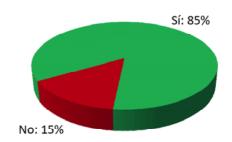
¿Cree que la crisis terminará en 2010?



¿Cree que su empresa despedirá algún empleado en los próximos meses?



¿Cree que Gerardo Díaz Ferrán debería dimitir como presidente de la CEOE?







JUEGOS DESTORNILLADORES / Múltiples combinaciones





EXPOSITORES DE SOBREMESA / Presencia y orden





P.I.Arreche-Ugalde, 5 E20305 IRUN - SPAIN Tel: 34 943 639696 Fax: 34 943 639288 comercial@bianditz.es - export@bianditz.es





GUÍA DE LA DISTRIBUCIÓN





www.aki.es





www.atrida.es



www.bauhaus.es



www.bricogroup.com





www.cofac.es



www.bricoking.com



www.bricorama.es



www.habitacle.es





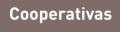
www.bricor.es



www.bricomart.es



www.bricohouse.com





www.cafer.es



www.cifec.es



www.coanfe.com



www.coarco.es



www.cofac.es



www.cofedal.es



www.cofedas.com



www.cofedeva.es



www.coferdroza.es



www.cofedal.es



E-mail: coferpalsc@terra.es



www.coinfer.es





www.las-rias.com



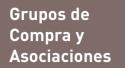






www.unife.es









www.ancofe.com





www.bigmat.es



www.cadena88.com



www.cecofersa.com





www.fergrup.com



www.ferrobox.com



www.ferrokey.com







www.grupogesin.com



www.fercodis.com



www.wurko.com



www.lamseuropa.com



www.nexo05.es



www.nireo.com







www.unifersa.es



www.ferreteriaortiz.es





www.interempresas.net

Entrevista a Ana Castro, directora de marketing de Bricogroup

Sin llegar a niveles de Europa, la cultura de hacerlo uno mismo se va extendiendo

Bricogroup está de enhorabuena. Acaba de celebrar su X aniversario y, además, ha incorporado a Jeff Brocohouse en el grupo. Ana Castro, directora de marketing de Bricogoup, nos explica con más detalle qué suponen para la empresa estos diez años y qué futuro prevé para el sector.

Esther Güell

Este año Bricogroup celebra su décimo aniversario con un importante crecimiento en metros cuadrados y número de asociados en estos años. ¿Se han cumplido los objetivos iniciales?

Los objetivos se han cumplido puesto que hoy en día Bricogroup es un referente en el mercado del bricolaje, que nació exclusivamente como central de compras y hoy en día ofrece varios e importantes servicios a sus asociados.

También el número de miembros ha aumentado, y aunque algún socio se ha quedado atrás son más los que se han subido al carro del bricolaje y la decoración de la mano de Bricogroup. Además, bajo coyunturas económicas como la actual, es cuando más uno se da cuenta de su papel en el mercado del bricolaje, ya que aumenta el número de consultas de puntos de venta de otras asociaciones, o puntos de venta independientes, sobre los requisitos para unirse a nuestro grupo.

Prueba de que los objetivos se han cumplido es que se han empezado a abrir tiendas bajo la enseña comercial de Bricogroup, cuando inicialmente el grupo fue pensado para que cada socio mantuviera su propia enseña.

Hace dos años se creó un departamento exclusivo para importaciones.

Las inversiones en servicios a los socios aumentan año a año. Así en los últimos tres años se ha creado un manual de marca; se ha desarrollado un manual técnico en donde se recoge el diseño de una tienda tipo; se realizó una inversión de



Para Ana Castro, Bricogroup destaca por "tener un surtido de gran superficie, sin la misma profundidad, junto a un trato de tienda de proximidad".



160.000 euros en la implantación de un sistema de gestión SAP, que nos ayuda al análisis de datos y por tanto a la toma de decisiones comerciales más rentables, etc.

Actualmente, ¿con cuántos socios cuentan? ¿Dónde podemos encontrar tiendas Bricogroup dentro de España?

En la actualidad contamos con 18 socios que suman un total de 43 puntos de venta distribuidos en 13 Comunidades Autónomas, incluidas las Islas Canarias y Baleares.

En su opinión, ¿cómo ha cambiado el mercado de la distribución en ferretería y suministro industrial en estos años?

El mayor cambio está en que por fin se ha comprendido la importancia del asociacionismo. Hasta hace unos años era un mercado muy diverso, con múltiples empresas operando bajo su bandera, sin el beneficioso amparo que supone pertenecer a un grupo. Beneficioso no sólo por poder obtener descuentos por volúmenes de compras, sino que también por el ahorro de costes que supone compartir un organigrama de servicios (marketing, importaciones, financiero, etc.) cuyo coste se reparte.

Como distribuidores de productos para el bricolaje, ¿cómo ha evolucionado este segmento en España? ¿Somos ahora más 'manitas' o la necesidad obliga?

Sin llegar a los niveles de algunos países de Europa, la cultura de hacerlo uno mismo se está extendiendo, y de un modo más acusado en épocas de crisis en la que el ahorro cobra mayor importancia dentro de las unidades familiares.

El ahorro que supone hacer una tarea de bricolaje uno mismo se convierte, con mucha frecuencia, en un momento de ocio que acaba convirtiéndose en una afición, cuyo resultado nos gusta comentar con las personas de nuestro alrededor. Esta idea de orgullo por lo que uno hace es la que dio lugar al slogan de nuestro grupo 'Presume de hogar'.

En los últimos tiempos estamos viendo una importante entrada en España de grupos internacionales de distribución. ¿A qué es debido?

Enlazando con la respuesta anterior, la cultura del bricolaje se extiende, aumenta su mercado potencial, y España es sin duda un gran atractivo para estos grupos puesto que aún tiene que crecer mucho para llegar a los niveles del resto de Europa.

"Hay mucho mercado dentro del bricolaje y es importante que a uno lo conozcan por un elemento diferenciador"



Bricogroup, que nació exclusivamente como central de compras, hoy en día ofrece varios e importantes servicios a sus asociados.

En su caso, en cambio, es Jelf Bricohouse el que entra a formar parte de Bricogroup. ¿Supone un cambio de estrategia o de proyecto?

Es un ejemplo de lo que venimos comentando: lo importante que es estar bajo el paraguas de un grupo de compras y servicios, tanto por el ahorro de costes, como por la optimización de las compras, como por sacar provecho de las distintas experiencias y conocimientos del resto de socios.

La concentración de centros de distribución en grandes grupos, ¿es una estrategia para combatir la crisis o forma parte de la evolución natural de estos centros?

La crisis sin duda ayuda, pero bajo mi punto de vista, acelera un proceso que sería inevitable aún bajo una situación económica positiva.

Hay quien plantea la especialización como una manera de diferenciarse de la competencia. ¿Qué opina usted?

Hay mucho mercado dentro del bricolaje y es importante que a uno lo conozcan por un elemento diferenciador. En nuestro caso es el trato especializado, ya que somos medianas superficies y esto nos permite ayudar más a los clientes.

Se podría decir que lo que caracteriza principalmente a nuestras tiendas es que poseen un surtido de gran superficie, obviamente sin la misma profundidad, al tiempo que ofrecen un trato de tienda de proximidad. A esto hay que añadirle nuestras marcas propias y la importancia del corte de madera.

Para finalizar, ¿qué evolución prevé para este sector en los próximos 10 años? ¿Y para Bricogroup?

Por supuesto habrá muchos 'movimientos' dentro del mercado, con más tiendas asociadas a grupos de compras y menos tiendas independientes.

A nivel de consumo las expectativas para el mercado del bricolaje en España son optimistas, es un mercado que cuenta con un gran número de 'bricoladores' potenciales.

Respecto a Bricogroup, sin duda alguna, la marca habrá ganado mayor notoriedad entre los clientes, y seguirá apostando por la colaboración total con el socio, ampliando su nivel de servicio.

Entrevista a Ifam, Feliciano Aranzabal, S.A.

En Feliciano Aranzabal entendemos la innovación como un elemento diferenciador

Más de 50 años diseñando y fabricando candados y cerrojos dan experiencia de sobra. Pero en Ifam, Feliciano Aranzabal, no presumen tanto de ésta como de la capacidad de innovación y su búsqueda constante de nuevos retos, ya sea en la fabricación de nuevos productos vanguardistas como en la explotación de nuevos mercados internacionales. Representantes de los departamentos Comercial, Exportación, Gerencia e Imagen de Feliciano Aranzabal, S.A. nos revelan la clave de su éxito.



Imagen de la sede central de Feliciano Aranzabal en Mondragón (Guipúzcoa).

Laia Banús

Su empresa lleva más de 50 años fabricando candados y cerrojos de alta seguridad. Pese a su experiencia, ¿podemos decir que la innovación en sus productos sigue siendo su principal reto?

La innovación del producto entendida como el producto en sí mismo, su acabado, packaging y su forma de presentación al cliente final mediante el expositor más adecuado es uno de los principales retos en la estrategia de innovación de la empresa, pero no el único.

Son numerosos los elementos susceptibles de ser innovados y conscientes de ello nos embarcamos en una iniciativa empresarial denominada 'La Agenda de Innovación' que realizamos, de forma pionera, en el año 2008. En base a ella continuamos trabajando para que nuestros clientes perciban la innovación en todas las áreas de nuestra empresa además de en el producto.

Como parte de este proceso y con el fin de obtener más y mejores fuentes creativas para la mejora, hemos procedido a organizar un concurso de ideas en colaboración con un centro docente de Álava y esperamos que los resultados se puedan ver en breve.

¿Cuáles son actualmente sus productos 'estrella'?

Hay numerosos productos destacables en el extenso catálogo de Feliciano Aranzabal. Sin embargo podemos destacar dos entre ellos dadas sus características más punteras.

El candado 'Hércules a colour' representa un equilibrio perfecto entre seguridad, innovación y respeto por el entorno.

Seguridad porque el candado Hércules es un producto de clasificación alta seguridad dentro de la gama de productos de nuestro catálogo. Dentro de sus características se recogen las especificaciones técnicas más importantes que dotan al producto de dicho nivel de seguridad y que podemos resumir en: un cuerpo y arco macizo de acero de alta resistencia; un protector de arco anticizalla y antipalanca; un sistema de doble enganche por bolas de



acero de alta resistencia; bombillo de alta seguridad protegido al taladro por dos escudos de acero; y llave reversible de puntos con millones de combinaciones.

Además, es un producto innovador gracias a la naturaleza mecánica del candado, donde destacan elementos como la tecnología de materiales —la alta calidad de materiales y aceros utilizados para su desarrollo— y el diseño exterior -- con un recubrimiento mediante una laca especial que aporta un extra de protección al producto frente al desgaste, arañazos y raspaduras.

Finalmente, respeta el entorno porque el cuerpo del candado está cubierto por una laca termoendurecida sin componentes tóxicos. Este recubrimiento aporta un extra de protección al producto además de que le confiere un acabado de diseño novedoso y llamativo. Es reseñable, también, que dicho recubrimiento no tiene disolventes ni otros productos propios de las pinturas como plomo o cadmio que son altamente contaminantes y nocivos para la salud. Además de esto las instalaciones en las que se impregna esta laca tienen nula emisión de partículas al exterior por lo que podemos decir que se trata de una fabricación responsable.

Otro producto a destacar sería la gama de cilindros Serie M por su alta calidad-precio, seguridad y acabado. En este sentido, el binomio alta calidad-precio que aportan estos cilindros es una de sus características más competitivas, ya que se trata de una gama de producto de alta calidad y el precio al que se oferta en el mercado es inferior a lo que cabría esperar dadas sus prestaciones. Pero no es todo. Los cilindros serie M tienen pasadores antitaladro y fila de pitones endurecidos, pitones antiganzúa, muelles de acero inoxidable y llaves de puntos de seguridad. Y, además, estos cilindros tienen unos acabados excepcionales, muy altamente valorados por nuestros clientes. Los materiales en los que se suministran son latón y níquel mate.

"Continuamos trabajando para que nuestros clientes perciban la innovación en todas las áreas de nuestra empresa"

La red de distribuidores de Ifam se extiende por toda España. ¿Cuáles son los puntos de venta más habituales de sus productos? ¿Existen diferencias para ustedes a la hora de preparar los productos según el punto de venta?

La red comercial de Feliciano Aranzabal se extiende por todo el mundo. Especial fortaleza es la que adquieren las firmas Ifam y Tifón en toda España, donde estamos presentes en ferreterías, centros de bricolaje, grandes superficies, suministros industriales, cooperativas, grupos de compra, etc. En la relación con el cliente se aporta la visión de lo que se considera mejor para la venta en cada caso, desde la presentación del producto



seguridad con cuerpo de latón acorazado cubierto de una carcasa de acero endurecido y cromado altamente resistente.

en expositores de la firma, el diseño de lineales o la personalización de la zona de exposición de los artículos, todo dependiendo del cliente y sus necesidades concretas. Consideramos que es otro valor que añadimos a la compra de nuestro producto.

¿Y cuál es su estrategia para diferenciarse?

En Feliciano Aranzabal entendemos la innovación como un elemento diferenciador que aporta valor añadido y se convierte en una de nuestras ventajas competitivas. La marca Ifam es conocida por la calidad de sus candados y cerraduras principalmente. La innovación y mejora en el producto es una constante en la firma, lo que nos supone estar en continua evolución y adecuación a los tiempos, dando prioridad a las necesidades del mercado y la sociedad.

Uno de los valores al alza en la sociedad es el respeto y cuidado por nuestro entorno. En ese sentido trabajamos para tener productos e instalaciones más responsables desde el punto de vista medioambiental.

Ifam cuenta con distribuidores y agentes en numerosos países y sus productos están actualmente presentes en los cinco continentes. ¿Cómo acogen los candados Ifam en el extranjero?

Ifam es una marca conocida y con buena imagen también en el extranjero. Feliciano Aranzabal cuenta con dos filiales propias en Reino Unido y Francia desde hace más de 15 años, que se erigen como sólidos exponentes de la firma y su vocación exportadora. Además trabajamos con distribuidores por países que comercializan nuestros productos a través de sus propias redes, siempre contando con nuestro soporte, apoyo y observación. Evidentemente el mundo es muy extenso y las oportunidades no dejan de aparecer; es nuestra labor estudiarlas y aprovecharlas en la medida de lo posible.

EL PUNTO DE VISTA DEL FABRICANTE





"La innovación y mejora en el producto es una constante en la firma, lo que nos supone estar en continua evolución y adecuación a los tiempos, dando prioridad a las necesidades del mercado y la sociedad".

¿Son muy diferentes las exigencias de los consumidores fuera de nuestras fronteras?

Dependiendo del país el tipo de producto solicitado suele variar. Por razones tan básicas como la cultura, situación socioeconómica, infraestructuras o costumbres la demanda varía en muchos matices del producto. Por ejemplo, los países escandinavos precisan de productos de alta calidad, no dando tanta importancia al precio. Los países árabes dan mucha importancia a la marca y aprecian los productos europeos.

En definitiva, cada mercado v sus exigencias son diferentes. Ideando soluciones concretas para cada uno, hemos conseguido que nuestro crecimiento internacional sea, en estos momentos, una realidad constante y en expansión.

Desde su punto de vista como fabricante, ¿cómo valora la concentración de pequeñas ferreterías en grandes grupos de distribución?

Lo vemos positivo desde todos los puntos de vista, tanto para las pequeñas ferreterías como para los fabricantes. Para los pequeños ferreteros suponen mejores condiciones de compra en consecuencia mayores márgenes y mayor capacidad de reinversión y ampliación de negocio.

Para nosotros, los fabricantes, también es algo positivo ya que supone una mayor agilidad en las gestiones comerciales y la posibilidad de mejorar las condiciones a nuestros clientes dado que los volúmenes de ventas que se manejan en grupo son mayores. Siempre y cuando la relación sea correcta y mire por el bien de los clientes y los fabricantes, se trata de un importante beneficio para todos.

Para acabar, ¿podría avanzarnos alguna novedad para este año?

Sí, claro. Podemos destacar la serie de candados Armoured, que ofrecen un alto nivel de seguridad y se presentan en cuatro versiones: Armoured6o, Armoured80, Armoured90 y 90 Doble. Éste último presenta un diseño especial para acoplar una cadena de seguridad y poder darle usos ilimitados. Tienen cuerpo de latón acorazado cubierto de una carcasa de acero endurecido y cromado altamente resistente. Además, la cerradura incorpora tapa y es antitaladro.

También podemos destacar la serie de candados COL40: con el cuerpo de aluminio, arco de acero endurecido, cilindro intercambiable y disponibles en diferentes colores: rojo, azul, verde, dorado, negro y plata. Son adecuados como elementos de seguridad y señalización en trabajos de mantenimiento e instalaciones productivas y complemento ideal para los portacandados PMI25 y portacandados múltiple cable.

Finalmente, tendremos cilindros con perfil personalizado disponibles para los cerrajeros.

La serie de candados COL40 dispone de un cuerpo de aluminio, arco de acero endurecido, cilindro intercambiable y disponibles en diferentes colores: rojo, azul, verde, dorado, negro y plata.



En tiempos difíciles, detenerse no es la mejor opción.

Para seguir avanzando, cuente con el apoyo de la Central de Compras y Servicios líder del sector.







1018 ferreterías, bricolajes y suministros industriales ya forman parte de nuestro grupo. Si está interesado en conocer las ventajas que podemos aportar para mejorar la gestión de su negocio, contacte con nosotros.



La Feria de Colonia será el escaparate de todas las innovaciones

Multifuncionalidad, eficiencia y alta calidad: tendencias del sector ferretero en 2010

Del 28 de febrero al 3 de marzo, la Feria de Colonia mostrará un amplio espectro de productos procedentes de todo el mundo. Cerca de 2.500 expositores darán a conocer sus soluciones y revelarán las últimas tendencias en las áreas 'Herramientas', 'Suministro industrial', 'Fijación & Fittings' 'Cerraduras & Herrajes' y 'Mejora del Hogar'. Tal y como apunta la feria, es difícil adelantar novedades ya que los fabricantes presentarán las novedades durante el certamen. No obstante, la organización observa algunas tendencias que se detallan a continuación.

Redacción Interempresas

Herramientas: más funciones y mayores ahorros de tiempo

Ver, tocar y probar: algunos fabricantes prometen a los visitantes una experiencia mucho más práctica que en otras ediciones, ofreciendo nuevas herramientas que les permitan probar los productos. Hace dos años, la nueva carraca multifunción que se presentaba a los visitantes en Colonia por primera vez, causó sensación. Desde entonces, este innovador producto ha sido rediseñado y equipado con funciones adicionales que se presentan en esta edición. Además, algunos expositores ya han anunciado la exposición de herramientas de apriete modificadas que ofrecerán al usuario más ventajas. También pueden verse nuevos productos en el área de abrasivos como una herramienta que puede separar y desbarbar material simultáneamente.

Otro proveedor presenta una nueva generación de platos de corte de diamante desarrollado especialmente para su uso en ingeniería civil.

Tecnología de fijación: tornillos robustos y packaging más pequeño

Comienza a presentarse una nueva tendencia en el área de los tornillos, especialmente para aquellos que se utilizan en maderas duras. La actual generación de tornillos es de excelente calidad y presentan espectaculares durezas de material, dándoles una resistencia sin precedentes. Estos productos hacen los procesos de trabajo mucho más sencillos porque ahora uno puede, en teoría, incluso prescindir del pre taladrado, porque los tornillos no se rompen ya durante su inserción. Esta innovación permitirá una construcción de terrazas significativamente más sencilla. Sin embargo, los fabricantes continúan aconsejando a la gente que pre taladre, especialmente cuando se trabaje con maderas duras, ya que ayuda a prolongar la vida de los destornilladores inalámbricos y asegura tiempos de inserción más cortos. Además, muchos fabricantes presentan incluso gamas de producto más extensas que nunca.





Hispano Industrias Svelt participa en **Practical World**

En su stand en feria de Colonia (Practical World: Hall 4.2 Aisle A N°033 Aisle B N°034), Hispano Industrias Svelt presenta diversas novedades de producto para este año como son el taburete Record; el andamio Flash; la escalera Nueva Casa Plus; la escalera De Luxe; el andamio plegable Towermatic; la escalera Modum System un sistema único de escalera camuflada para pequeños espacios— y la escalera de emergencia Gabbia.

Además, como distribuidor exclusivo de Telesteps, también está presente en el stand ubicado en Hall 4.2 Aisle C N°041, Aisle D N°042, donde presenta: Combi fibra de vidrio, la primera escalera telescópica de fibra, Loft ladder, una escalera de techo telescópica de aluminio anodizado, así como toda su gama de productos y accesorios para trabajar en altura con máxima seguridad con escaleras fáciles de manejar y de transportar.

> Los puestos de trabajo en los talleres se diseñan cada vez más para permitir al trabajador tener todos los artículos a mano. Esto significa omitir desplazamientos innecesarios y ahorrar tiempo. Para muchas empresas fabricantes, la optimización de los costes de proceso se encuentra entre sus principales objetivos. Los cálculos asistidos por ordenador de los costes de herramientas y materiales se están volviendo cada vez más populares en medianas y pequeñas empresas, ya que permiten una mejor y más efectiva monitorización, al mismo tiempo que permiten explotar un potencial de ahorro considerable.

Cerraduras & herrajes: menos ruido gracias a nuevas técnicas de amortiguación

Los visitantes pueden ver innovaciones muy interesantes en el segmento de cerraduras y herrajes como nuevas bisagras con un efecto de amortiguación integrado, para el área de herrajes para muebles, así como productos decorativos elaborados a partir de nuevos materiales en nuevas formas y colores. Y, por primera vez en la feria, los visitantes pueden ver sistemas de extensión en el área de herrajes funcionales para armarios.

Otra tendencia entre los fabricantes se da hacia los embalajes más pequeños. Y los proveedores centran su interés y esfuerzos en la presentación de los productos.

Suministro industrial: optimizar los procesos

En el área de talleres y equipamiento para fábricas la tendencia se dirige claramente hacia la optimización de los procesos de trabajo.

La Feria de Colonia presenta la tarjeta roja a las copias ilegales

En Practical World se podrá ver en carteles y folletos una imagen que muestra un brazo extendido mostrando una tarjeta roja con un mensaje claro: 'No Copy!'. Ubicado en una zona bien visible se encuentra el Centro de Acción y Asesoramiento (pabellón 10.1, stand A4/B5) de apoyo y asesoramiento a los expositores.

La oficina alemana de patentes y marcas (DPMA) también apoya la iniciativa de Koelnmesse y proporcionará asesoramiento a los expositores del certamen. Además, la Asociación Alemana de Fabricantes de herramientas (FWI) ha editado la guía 'Combating product and brand piracy' disponible en la página web: www.werkzeug.org o durante la feria en el stand de FWI, ubicado al lado del stand de 'No Copy!' en el pabellón 10.1.



Difícil situación macroeconómica

Un optimismo moderado aquí, descensos en la facturación allí: antes de que abra sus puertas la International Hardware Fair, las asociaciones sectoriales que participan en dicho certamen extraen diferentes balances de los meses pasados. Mientras que, por ejemplo, la industria alemana de herramientas registra descensos de ventas, las grandes superficies experimentaron un crecimiento en el 3er trimestre de 2009. Todavía, los representantes de las asociaciones sectoriales son muy prudentes a la hora de emitir pronósticos para los próximos meses.

Según ha analizado la Asociación Especializada de la Industria de Herramientas (FWI) para sus miembros, en los meses de enero a septiembre de 2009, las empresas asociadas facturaron un 28% menos; especialmente drástico ha sido el descenso en la facturación exterior, de un 30,9%. Las exportaciones a los países europeos vecinos y a Estados Unidos (el principal país comprador fuera de la UE) descendieron prácticamente por igual en el primer semestre del año. Las facturaciones nacionales decrecieron en un 27,7%. Por tanto, el problema es inequívocamente un problema global. Y por tanto el estado de ánimo es más bien malo: para el 97% de las empresas afiliadas, la situación económica es absolutamente insatisfactoria. A pesar de ello, el 36% de las empresas encuestadas es optimista y espera una ligera mejora de la situación coyuntural a comienzos de 2010.

Bricolaje: nuevos conceptos en la presentación de productos

En el futuro, aquellos que quieran embellecer sus hogares, comprarán productos en colores pastel. Esta es al menos la convicción de muchas de las empresas expositoras en el segmento de mejora del hogar. Estos nuevos y cálidos colores se presentarán no sólo como tonos para paredes sino también para interruptores, enchufes o zócalos. Incluso escaleras, recolectores de residuos y escaleras plegables se presentarán en estas tonalidades suaves. Otro importante punto de la feria será la presentación de productos en el segmento de autoservicio. Aquí, los proveedores deben dar respuesta a los requerimientos de los operadores del mercado de desarrollar nuevas soluciones de packaging y presentar paneles que incrementen y optimicen la productividad del suelo los establecimientos. Estas nuevas presentaciones de ideas y conceptos se presentarán en la feria. Otro desarrollo importante es la creciente concentración del sector de mejoras del hogar/centros de bricolaje en los llamados 'productos soft' tales como artículos de porcelana y cerámica que complementan la tradicional gama de productos. La tendencia en el sector de bricolaje también ha crecido hacia los productos de alta calidad. Cada vez son más los proveedores que están adoptando esta tendencia.

Entrada a la feria en la anterior edición.



I No me llames escalera S V E I L



Más de doscientos modelos svelt para llegar a cualquier objetivo • www.svelt.es



Ifema acoge la 17^a edición de Sicur, Salón Internacional de la Seguridad

Un enfoque integral del sector de la seguridad

La seguridad en el trabajo, la protección ante agresiones, ante el fuego y en cualquier situación de emergencia y la prevención ante los distintos riesgos se agrupan en Sicur, la cita con la seguridad tanto pública como privada en su más amplia definición. El Salón Internacional de la Seguridad, que se celebra en Ifema, Feria de Madrid, del 2 al 5 de marzo, es el punto de encuentro con la innovación, los nuevos productos y agentes del mercado. Se prevé la participación directa de 600 expositores y la representación de un total de 1.350 empresas mostrando una completa perspectiva de lo último en equipos, soluciones y servicios en referencia a los sectores de Seguridad Contra Incendios, Laboral —Sicur Prolabor— y 'Security'.

Redacción Interempresas



Sicur Porlabor es una sección con identidad propia que muestra los últimos avances en Elementos de Protección Individual, medidas de prevención y salud laboral.



TESA muestra Smartair Wireless-Up en

En el marco de Sicur, la mayor feria profesional de la seguridad en Iberia, TESA, Talleres de Escoriaza, S.A.U., presenta al grueso de los profesionales del sector la cerradura TESA Smartair Wireless-Up, un innovador sistema de control de accesos basado en cerraduras autónomas sin cables que permiten monitorizar en tiempo real los movimientos de los usuarios, abrir la puerta a distancia, así como actualizar los privilegios de accesos de manera automática.

Las cerraduras y el software se comunican a través de hubs de comunicación recogiendo al instante toda la información registrada en las cerraduras: acceso de los usuarios (hora y día): intentos de aperturas no autorizados; intentos de apertura fuera de horarios y turnos; estado de las baterías, etc. y actualizando, de manera automática, cualquier cambio que se realice en la base de datos del software.

Las ventajas de esta cerradura se basan en la seguridad, la economía (no hay necesidad de cablear las cerraduras y cada hub TCP/IP controla hasta 20 cerraduras) y el ahorro de tiempo (desde un único puesto se configura cualquier cerradura). Cada cerradura es autónoma, lo que ante un fallo de radiofrecuencia, permite que cada una de ellas siga funcionando sin que la seguridad del edificio se vea afectada.



La cerradura Smartair Wireless-Up es la principal novedad de TESA en Sicur 2010.

El salón refleja el avance de un sector en mejora continua por la creciente exigencia del mercado y la evolución exigencia del mercado y la evolución de las tecnologías. Un sector sólido, competitivo y comprometido con la sociedad.

Por un lado, los equipos para la seguridad física, el control de intrusión y de accesos, la vigilancia, los servicios de seguridad privada, los equipamientos para las fuerzas públicas de seguridad, la tecnología para la seguridad, la tecnología para la seguridad informática y las soluciones de seguridad en la red se reúnen en el área de 'Security' de Sicur, una sección en crecimiento y protagonista de interesantes propuestas cada edición. Por otro lado, la seguridad pasiva y activa contra el fuego tiene su propio espacio en Sicur. Esta área cuenta además del espacio en pabellones, con una zona exterior de exposición dedicada a la presentación de los más espectaculares vehículos contra incendios.

También, el salón dispone de su marca para la Prevención de Riesgos Laborales, 'Sicur Porlabor', una sección con identidad propia que muestra los últimos avances en Elementos de Protección Individual, medidas de prevención y salud laboral.

Galería de Nuevos Productos

La Galería de Nuevos Productos es una sección de productos destacados por su aspecto novedoso, un espacio concebido para impulsar la innovación y dotar de visibilidad añadida a las principales novedades del mercado. La Galería de Nuevos Productos constituye, además, uno de los espacios de Sicur enfocados a transmitir información y conocimiento al profesional. Después de analizar las diferentes propuestas, un jurado de expertos vinculados a los diferentes sectores ha seleccionado un total de 35 productos y servicios, de los cuales 8 corresponden al Sector de Contra Incendios; 13, a Seguridad Laboral —Sicur Prolabor—, y 14 a Security.

En el sector de Seguridad Contra Incendios las novedades seleccionadas subrayan especialmente la versatilidad de los equipos y soluciones, la atención a aspectos medioambientales, así como por la combinación de diferentes y avanzadas tecnologías para lograr mejorar la funcionalidad de los sistemas de detección y extinción de incendios.

En Seguridad Laboral —Sicur Prolabor— las propuestas destacadas en la Galería de Nuevos Productos muestran por una parte la incorporación de tecnologías para la obtención de productos de utilidades más amplias y mejor aplicación y para la facilidad de uso a través de mejoras en el diseño. Además, se brindan nuevos desarrollos en la protección de los lugares de trabajo. Se pueden ver también avanzados materiales respetuosos con el medioambiente aplicados a Equipos de Protección Individual y propuestas que perfeccionan la medición y análisis de determinados factores de riesgo en los lugares de trabajo.

Las nuevas tecnologías también son grandes protagonistas de las propuestas más vanguardistas del sector Security y que prestan una especial atención al ahorro



Asepal ocupa un pabellón de Sicur con 60 de sus empresas asociadas

Asepal, la Asociación de Empresas de Equipos de Protección Personal, y sus empresas asociadas serán, una vez más, protagonistas destacados de la feria Sicur los días 2 al 5 de marzo de 2010, ocupando un pabellón completo, el número 6, que tiene una extensión de 10.000 metros cuadrados. Todavía dentro de la celebración de su vigésimo aniversario, Asepal utilizará en la Feria el lema 'Asepal, 20 años de calidad certificada'.

Además de la actividad comercial de las empresas asistentes, el pabellón Sicur Prolabor acogerá la pasarela de modelos de equipos de protección individual que comenzó en 2008 y resultó ser un atractivo añadido para visitantes y medios de comunicación. Tanto Asepal como



El pabellón Sicur Prolabor acogerá la pasarela de modelos de equipos de protección individual

sus socios participarán también en la nueva iniciativa de Ifema, Foro Sicur, con ponencias y soluciones técnicas, y en otras actividades ya tradicionales, como es la Galería de Nuevos Productos, donde se destaca la innovación y la calidad.

En el stand de la asociación se podrá profundizar en la utilidad del catálogo de productos certificados online que Asepal tiene ya a disposición de los usuarios en su página web www.asepal.es y adquirir la nueva edición de la Guía de Selección de Equipos de Protección Individual.

de costes en las instalaciones y en personal, así como al estricto cumplimiento de normativas. Sistemas de vigilancia inteligente con altas prestaciones para espacios de diferentes características y tamaños; cámaras de visión nocturna; vehículos robot; lo último en control de acceso en edificios; equipos de inspección de personas; soluciones para evitar el robo por el método butrón, o depósitos transportables para explosivos son algunas de las novedades seleccionadas en esta edición.

Foro Sicur

Una de las novedades que incorpora esta edición se encuentra en la celebración de Foro Sicur, el elemento en el que se enmarcan el conjunto de conferencias y jornadas técnicas que se desarrollarán en torno al salón y en cuya configuración han tomado parte activa, empresas, asociaciones profesionales y otras entidades claves en seguridad. De esta manera Foro Sicur estrena un modelo abierto en su formulación e introduce innovadores contenidos y orientados a compartir conocimientos y experiencias de la mano de los propios agentes del sector.

El Foro se desarrollará de forma paralela a la exhibición comercial durante las cuatro jornadas de Sicur y se organizará por temas en relación a los tres grandes sectores de la feria: Contra Incendios, Security, y Laboral. El programa contempla, también como novedad, la combinación de ponencias informativas y mesas redondas sobre la actualidad sectorial, con conferencias descriptivas de los equipos, soluciones y propuestas en seguridad, y con presentaciones de casos de éxito en instalaciones emblemáticas en las que las empresas explicarán como se ha resuelto un problema real partir de aportaciones tecnológicas concretas.

En las conferencias referidas al sector Contra Incendios se hablará, entre otros temas, de la protección de túneles, con ejemplos de casos emblemáticos de destacados túneles urbanos, ferroviarios y de carretera; se planteará la cuestión de la necesidad del control e inspección, en una mesa redonda; se tratará de las emergencias; de los incendios forestales, y de autoprotección.

En cuanto al sector de Security se abordarán cuestiones sobre video vigilancia, vigilancia IP, análisis forense, o sobre las tendencias actuales en la delincuencia organizada. Foro Sicur contará también con la celebración de una mesa redonda sobre la directiva europea de servicios y la Ley Ómnibus, y sus implicaciones en el ámbito de la industria de la seguridad electrónica, así como otras conferencias como la que organizará la Comunidad de Madrid, sobre las BESCAM. Además, se explicarán diversas experiencias en instalaciones emblemáticas.

En torno a Seguridad laboral, se desarrollará una jornada que pondrá en relación la prevención de riesgos laborales y la competitividad de las empresas; se hablará, entre otros asuntos, del presente y del futuro de los EPI en el marco reglamentario actual desde una perspectiva internacional; de la reducción de ruido; de protección ocular, y de reducción de caídas.■



La organización tiene confirmada la asistencia de más de 300 marcas expositoras

Arranca ExpoCadena 2010

Barcelona acogerá los próximos días 19 y 20 de febrero la décima edición de la feria privada de negocios del grupo Ehlis. ExpoCadena 2010 tiene confirmada la asistencia de más de 300 marcas expositoras, entre las que se encuentran representadas las firmas más destacadas del mundo de la ferretería y el bricolaje.

Redacción Interempresas



El pabellón 2 dispone de una superficie de 31.855 m² y permite que todas las empresas participantes compartan un mismo espacio expositivo.

1.003 puntos de venta en España

El potencial de visitantes del certamen está compuesto por los asociados de las dos divisiones de Cadena 88 que recientemente han alcanzado la cifra de 1.003 puntos de venta en España. Cadena 88 Ferreterías aporta 715 asociados con 885 puntos de venta y los 96 componentes de Cadena 88 Industrial disponen de 123 puntos de venta. Por otra parte, en ExpoCadena también se hallarán presentes los 23 integrantes de Habitacle, Central de Compras y Servicios para centros de bricolaje gestionada por Ehlis.





Los expositores ocuparán el pabellón 2 de Fira de Barcelona situado en las instalaciones del recinto ferial Gran Via.

Ubicados en 245 stands, los expositores ocuparán el pabellón 2 de Fira de Barcelona situado en las instalaciones del recinto ferial Gran Via. Este gran pabellón dispone de una superficie de 31.855 metros cuadrados y permite que todas las empresas participantes compartan un mismo espacio expositivo.

En este momento la organización está recibiendo las confirmaciones de asistencia de sus asociados que, como en ediciones anteriores, espera superar el 90% de asistencia de los mismos. Como ya es tradicional, Ehlis invita a dos personas de cada ferretería del grupo, aunque debido a la corta duración de ExpoCadena, muchos asociados desplazarán a Barcelona más personal para poder visitar a todos los proveedores participantes.

Para la clausura de ExpoCadena, el sábado 20 de febrero, asociados y expositores celebrarán una cena espectáculo en el Palau de Congressos de Catalunya.

La organización agradece proveedores la confianza depositada en este modelo ferial, ya que en esta nueva edición de ExpoCadena se consigue prácticamente igualar las cifras de expositores del certamen anterior celebrado en Madrid.

Novedades Toyma en Expocadena



Toyma presenta en Expocadena dos de sus últimas novedades. Se trata del escobillero cuadrado y el portarrollos de sobremesa, dos artículos con un diseño moderno y actual, que se fabrican en varios colores con materias plasticas de alta calidad.





GATOS HIDRAÚLICOS Y SOPORTES



CARRETILLAS PLEGABLES Y CARRETILLAS-CARRO



BROCAS HSS, COJINETES CORONAS Y MACHOS DE MANO

En Nuestro
Aniversario

Premiamos su Compra

Consulte nuestra web:
www.imcoinsa.es

VENTA A TRAVÉS DE DISTRIBUIDORES ESPECIALISTAS EN MAQUINARIA Y ÚTILES PARA SUMINISTROS INDUSTRIALES, CONSTRUCCIÓN, MADERA Y PINTURA

SERVICIOS OFICIALES EN LAS PRINCIPALES CAPITALES DE ESPAÑA



P.I.Astolabeitia, Parc.4C-1 48220 Abadiano (Vizcaya) Telf: 946 810 721 Fax: 946 200 460 comercial@imcoinsa.es

www.imcoinsa.es

El Ministerio de Industria otorga carácter internacional al certamen, que se celebrará este próximo otoño

Eurobrico prepara su edición de 2010 con Luis Franco como nuevo presidente

El comité ejecutivo de Eurobrico, reunido en pleno el 20 de noviembre del año pasado, aprobó por unanimidad el nombramiento de Luis Franco como nuevo presidente del certamen, cuya próxima convocatoria tendrá lugar en Feria Valencia en otoño de 2010. Luis Franco, que toma el relevo en el cargo de Mª Eugenia Cerdán, posee una larga trayectoria profesional, estrechamente vinculada desde sus inicios con el sector de la ferretería y el mundo del bricolaje.

Redacción Interempresas



Bajo la presidencia de Luis Franco, Eurobrico inicia también una nueva etapa gracias a su denominación de feria internacional.

Artífice de uno de los hitos en España a nivel sectorial, Luis Franco fue precursor en los años 70 de la primera unión de representantes del sector de suministro industrial y el sector de ferretería. Una iniciativa que nacía con el objetivo primordial de dar máxima cobertura al mercado, y de vertebrar la labor de comercialización de una actividad industrial, la de bricolaje, con una proyección de futuro que asomaba ya con firmeza en nuestro país.

El proyecto fue emprendido junto a Jorge Micó Alos, socio fundador junto a Luis Franco de la sociedad Tuflexva en los años ochenta. Fruto de la colaboración exitosa entre ambos profesionales, hoy en día Franco y Micó lideran la compañía Reunión Industrial-REI con una oferta asentada en las más prestigiosas cadenas de distribución del bricolaje y con una producción que cruza fronteras, con su exportación a más de 40 países.

Franco ostenta cargos de responsabilidad en las principales instituciones representantes del sector del bricolaje como miembro del Comité de Ferretería y Bricolaje de AECOC, es vicepresidente desde 1999 del Comité de ARVET y, además, fue presidente hasta 2009 de COFEARFE. Actualmente ocupa la presidencia de ARVEFER.

Próxima parada en Valencia: otoño 2010, ahora internacional

El certamen de Feria Valencia se ha consolidado como feria referente en España en el sector del bricolaje. Y ahora, además, acaba de recibir un nuevo espaldarazo gracias al recién otorgado reconocimiento de internacionalidad.

Se trata de una distinción concedida por el Ministerio de Industria, Comercio y Turismo, y en concreto por



Desde la organización de Eurobrico trabajan para seguir ofreciendo un salón con actividades paralelas que aportan valor añadido y refuerzan en salón como punto de encuentro para los profesionales del bricolaje.

la Secretaría de Estado de Turismo y Comercio, a aquellas ferias que cumplen determinados requisitos, como contar con un número importante de expositores y visitantes extranjeros, celebrarse con regularidad en al menos tres ediciones anteriores y tener un apoyo explícito por parte del sector.

"Su primer reconocimiento como feria internacional supone para Eurobrico dar un paso más en la fase de crecimiento en la que nos encontramos tras haber logrado un posicionamiento definitivo como encuentro líder en España", en palabras de Alejandro Roda, director de Eurobrico.

Por otra parte, la organización está preparando ya la próxima edición, que será en otoño de 2010 y que tendrá como máxima prioridad ofrecer "la mayor y mejor oferta sectorial". "Continuaremos con nuestra apuesta por las actividades paralelas que aportan valor añadido al escaparate y refuerzan Eurobrico como punto de encuentro ineludible para todos los profesionales del mundo del bricolaje", añade Roda.







Planificación, internacionalización y 'pricing' son las tendencias más prometedoras

Especialización y experiencia de compra, recetas del Congreso AECOC 2010

Más de 220 directivos y emprendedores del sector se reunieron el 3 y el 4 de febrero en un hotel madrileño con motivo del XIII Congreso Aecoc de Ferretería y Bricolaje, un punto de encuentro y reflexión que mantuvo su nivel profesional de ediciones anteriores, aunque con un cambio de escenario. Mejor servicio al cliente final, sofisticación de la gestión de precios, especialización del punto de venta e internacionalización del negocio fueron las claves más destacadas.

Santiago Quiñones



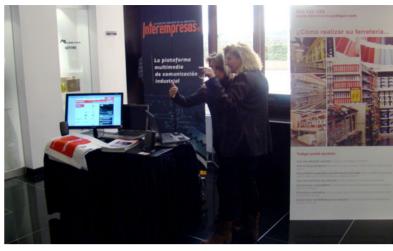
CONGRESO AECOC

La ferretería y el bricolaje aprietan, pero no ahogan. Hay vida más allá de la coyuntura actual de crisis. Según el parecer de los expertos, ejecutivos y profesionales reunidos en el Congreso AECOC 2010 celebrado los pasados 3 y 4 de febrero en el Hilton Madrid Airport, la recuperación de la actividad y la rentabilidad están a la vista, son factibles y siguen atesorando un inmenso potencial de negocio.

Eso sí, tanto ponentes como asistentes coincidieron en que el sector ha cambiado de manera cualitativa, profunda, y en que fabricantes y distribuidores han de adaptarse a los cambios cuanto antes mejor. No es necesario inventar las fórmulas: son las mismas que antes de la crisis va se perfilaban en el horizonte. Mejor gestión, mejor servicio, más foco en el consumidor final. Pero el momento de incorporarlas es ya. Según el criterio dominante, es urgente y es imprescindible.

Durante dos jornadas, más de 220 directivos y emprendedores venidos de toda España asistieron a sesiones profesionales que en todo momento buscaron la participación y la interacción del público. La organización del evento, a cargo de AECOC, mantuvo la impecable profesionalidad de otras ediciones y volvió a lograr un intercambio fructífero para los proveedores y clientes del 'do it yourself'. La inauguración corrió a cargo de Etelvina Andreu, directora general de Consumo del ministerio de Sanidad y Política Social. Y la revista'Interempresas Ferretería' tuvo un lugar destacado con stand propio dentro del congreso.

Dentro de su línea de punto de encuentro profesional de enfoque práctico muy orientado al negocio, el XIII Congreso AECOC ofreció nueve ponencias y un par de



Interempresas partició de manera destacada en el Congreso, con su cabecera Ferretería, Bricolaje y Suministro Industrial.

casos de éxito relevantes para el nutrido público congregado, compuesto en su mayor parte de altos cargos de proveedores, distribuidores, cooperativas, centrales de compras y otros operadores del ámbito ferretero. Un 58% del público procedía de empresas vinculadas a la fabricación, y el 42% del ámbito de la distribución. Dos votaciones realizadas in situ transmiten muy bien el ánimo optimista reinante en el congreso: la mayoría de empresarios sufrieron en 2009 un retroceso de las ventas de su compañía: sin embargo, un 55% de ellos esperaba que en 2010 las ventas sean mejores o mucho

> mejores que el año pasado, un 37% parecidas, un 7% peores y sólo un 1% mucho peores.

Firmado el Código de Buenas Prácticas **Comerciales**

El presidente de la Asociación de Fabricantes Españoles de Bricolaje y Ferretería — Afeb —, Jesús González, y el tesorero de la ADFB, Asociación de Distribuidores de Ferretería y Bricolaje, Sergio Miranda, firmaron el pasado 4 de febrero en Madrid el ambicioso e 'histórico', según



palabras de González, acuerdo de buenas prácticas comerciales. Se trata de la realización de uno de los primeros retos planteados por ambas asociaciones, con el objetivo de establecer una serie de normas mínimas de actuación entre fabricantes y distribuidores que permitan mejorar las recíprocas relaciones entre ambos participantes del mercado y de éste en general.

En el acto, que coincidió con la celebración del Congreso AECOC, se destacó la labor desarrollada por Manuel Castro y Fernando Colorado, artífices y protagonistas de las intensas negociaciones que se han tenido que llevar a cabo.

Salida de la recesión

El congreso adquirió pronto temperatura gracias al tono provocador y sectario del prestigioso economista Jürgen Donges, catedrático emérito de Económicas en la Universidad de Colonia. Tras analizar cómo progresa el proceso de salida de la recesión más dura desde la Segunda Guerra Mundial a nivel global, al hablar de Europa trazó un escenario pesimista y ultra negativo en el que cargó las tintas sobre la fragilidad de la recuperación, el mantenimiento de la incertidumbre v el desigual ritmo económico intraeuropeo. Al hablar de España, el gobierno y los sindicatos fueron objeto de reproches vitriólicos y descalificaciones desmesuradas, a pesar de identificar la raíz de la crisis en la burbuja inmobiliario y el desplome de la construcción, factores ambos relativamente ajenos a la acción del gobierno y los sindicatos.

Donges prevé la salida española de la crisis para no antes de 2014 y reclama una reforma estructural del modelo productivo con una visión largoplacista que



Gestión estratégica

La segunda jornada comenzó con una exploración de la gestión estratégica del negocio durante la crisis, a cargo de Alberto Fernández Terricabras, académico y director de Finaves (Financiación de Nuevas Aventuras Empresariales). Su tesis es que la crisis es una fuente de progreso. Realismo, adaptabilidad al cambio, optimismo, decisión, austeridad y búsqueda de alianzas win-win son sus recomendaciones para emerger reforzado de la dificultad, para lo cual además hace falta un liderazgo sereno que priorice lo importante, comunique con credibilidad y ponga en valor una cultura del esfuerzo. Para Fernández Terricabras, las habilidades para planificar a largo plazo y gestionar a corto, para establecer un posicionamiento claro y diferenciado y para evaluar de forma rigurosa la realidad son las virtudes más deseables en un líder efectivo.

Del resto de ponentes destacaron especialmente Ricard Puigoriol, gerente de la cadena de ferreterías Valls 1900, que profundizó en los valores y el futuro del comercio tradicional de la ferretería; Armando Orihuela, director de producto herramienta en Leroy Merlin, que exhortó a la creatividad para la innovación y repasó ejemplos implantables en el punto de venta; y Miguel Ángel Navas, gestor de cuentas de Fagor Electrodomésticos, que exploró soluciones innovadoras para equipos de energías renovables.

Asistieron asimismo al Congreso AECOC 2010 otros conferenciantes, como Jesús Fernández Carrasco, director de marketing de empresas de Caja Madrid; José Guillermo Cañas, gerente de Cañas y Gómez; Juan Pérez, responsable de formación comercial en El Corte Inglés; Erwin van Osta, director general de Hubo; y Erik Haegeman, consejero delegado de Bricorama. Todos ellos realizaron aportaciones valiosas y específicas, si bien muchas de ellas de carácter más ad hoc para subsectores concretos. En todo caso, tanto la cena de la primera noche como el cóctel de clausura les sirvieron a los congresistas para establecer contactos comerciales, pergeñar proyectos y estudiar propuestas. Porque junto a las ponencias, como en todo foro profesional de este tipo, latía la general aspiración de hacer negocio. El sector de la ferretería y el bricolaje prepara su victoria sobre la crisis.



Reinhard Wolff, presidente de Fediyma,ve un cambio en el perfil del consumidor: el comprador cada vez sabe más, pone sus condiciones en reformas y cada día hay más mujeres consumidoras de bricolaje.

dé respuesta a los retos del cambio climático, la globalización y el envejecimiento demográfico.

Perspectiva europea

Probablemente la ponencia más esperada del congreso fue la de Reinhard Wolff, presidente desde enero de este año de la asociación paneuropea Fediyma (European Federation of DIY Manufacturers), que aglutina entre otras a la germana Bau+DIY, la francesa Unibal y la española Afeb (Asociación de Fabricantes Españoles de Bricolaje). Pese a reconocer el retroceso del negocio en toda la Europa meridional y oriental, Wolff fue mucho más optimista y más concreto al augurar un repunte del sector en nuestro país, que experimentará el impacto de la gran necesidad de renovación en los hogares, así como nuevas prioridades medioambientales y de durabilidad, y de la generalización de los certificados. La salida de la crisis está muy próxima, la industria da muestras de dinamismo, y el exceso de pesimismo actual resulta tan injustificado como el exceso de optimismo de hace tres años.

Internacionalización de la actividad, innovación constante en logística y servicio, orientación al consumidor final y sobre todo especialización de las tiendas son las



cuatro tendencias que detecta Wolff, que puso el ejemplo germano: de 4.000 tiendas especialistas que hav allí, 300 son sólo para suelos, parqués y tarimas. Ese perfil de especialistas está siendo un factor de ampliación y evolución del mercado, que en tres años ha crecido un 50% en facturación (de 32.000 a 48.000 millones de euros), sobre todo por la integración de nuevos

El experto alemán detecta un cambio en el perfil del consumidor. De un lado está en auge el comprador inteligente, que valora la reputación, exige buen servicio, sabe cada vez más y se guía por la relación calidad/precio. De otro lado progresan los proyectos de reformas, en los que el cliente final está dispuesto a pagar pero poniendo sus condiciones. Y en tercer lugar hay más mujeres consumidoras de bricolaje, con menos complejos y más interés que nunca.

Como ejemplo de las tendencias que Wolff aprecia en el mercado europeo puso el caso de su empresa Wolfcraft, marca de larga tradición como fabricante de herramientas (taladros, sierras y limas) que ya tiene más empleados fuera que dentro de Alemania, cuyo énfasis en el I+D viene atestiguado por tener más de 500 patentes registradas, y que administra y distribuye desde Kempenich (Alemania), pero desde hace cuatro años fabrica en Male Dvorniki (Eslovaguia). De hecho, Wolff estima que la actual fragmentación del mercado se debe a que los distribuidores ya han diseñado en buena parte su estrategia de internacionalización, pero los fabricantes no han completado su deslocalización. Para Wolfcraft conocer a su consumidor es clave para saber dónde hay más potencial de rentabilidad, así que en 2003 hizo su primer estudio de mercado, a partir del cual ha modelado su portafolio de producto, enfocándose hacia herramientas eléctricas, suelos laminados, productos para leña y pistolas aplicadoras de silicona, todo ello con el packaging, el diseño y el precio adecuados. Wolff ha segmentado su catálogo para satisfacer tres perfiles (el manitas experto, el manitas activo y el chapuzas ocasional), y en torno a ellos concibe su actividad.

Antes de despedirse, Wolff recomendó a los profesionales su asistencia al European Home Improvement Forum que se celebrará en Viena el 10 y 11 de junio coorganizado por Edra v Fediyma, bajo el eslogan 'Nuevo escenario tras la crisis'.

Gestión de la demanda

El 'pricing' o gestión avanzada de los precios, fue el tema sobre el que disertó Jasper Ten Brinke, director de The Pricing Company, que ilustró de forma hipnótica a los asistentes sobre el sorprendente efecto que la fijación del precio tiene sobre la rentabilidad del producto, muy superior de lo que intuitivamente puede parecer y desde luego por encima del impacto de los costes fijos, los variables o el volumen de ventas. Ten Brinke explicó el efecto de segmentar el catálogo en función de los perfiles y las percepciones del cliente final, animó a averiguar qué impulsa a la clientela a comprar y recomendó calcular el precio a partir del margen comercial obtenible, y no al revés. En todo caso, los criterios competitivos son tan importantes como los factores psicológicos, a veces irracionales, a la hora de buscar el precio óptimo, que no es el más alto posible sino el que maximiza la ganancia (real o percibida) para comprador

No menos apasionante fue la intervención de Susana Campuzano, directora de la consultora Luxury Advise, quien desentrañó las últimas tendencias en el comportamiento del consumidor, que a su perfil postmoderno, consumista, inseguro, volátil, hedonista y ultraindividualista les ha incorporado recientemente atributos objetivos, racionales e incluso comunitaristas. Valores como la no ostentación, la conectividad y la racionalidad afectan decisivamente a sus decisiones de compra, condicionándola y volviéndola más meditada y menos impredecible.

La búsqueda del servicio de calidad, la mejor relación calidad/precio, la experiencia de compra enriquecedora, la sostenibilidad ambiental, la inmaterialidad simbólica y la apelación multisensorial son los gatillos que disparan en el punto de venta la predisposición al gasto, según Campuzano, que propugna un enfoque clienticéntrico que aumente la interacción, la prescripción y el conocimiento del consumidor en el punto de venta. Invertir en calidad de servicio y en 'value for money' son dos reglas seguras para asegurarse la satisfacción y la fidelidad del comprador.■

Nueva clasificación estandarizada de producto

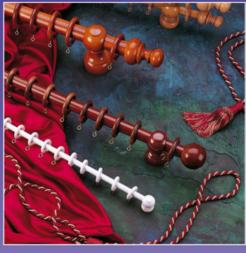
AECOC aprovechó la celebración del XIII Congreso para presentar su nuevo y esperado sistema de clasificación estandarizada de producto de ferretería y bricolaje, que aspira a facilitar la relación entre productores y distribuidores. La nueva estructura, recién aprobada, responde a las tendencias del mercado y simplifica el árbol de opciones, estableciendo en su primer nivel 12 grandes secciones de productos (en lugar de los 16 del sistema fijado en 2001) y luego 117 familias (en vez de las 152 vigentes hasta ahora). Más operativa, más práctica y más actual, esta clasificación es coherente con la Global Product Classification de la organización internacional GS1, de la que AECOC forma parte.

Este nuevo lenguaje común facilitará enormemente la comunicación entre los distintos actores del sector, agilizando el intercambio de datos entre empresas y el manejo de estadísticas de aplicabilidad general.



Fábrica de rieles para cortinas













- Rieles de madera
- Rieles de forja
- Rieles de hierro
- Portavisillos
- Rieles de aluminio
- Rieles de latón
- Zirconio (rieles metalizados)
- Estores
- Estores enrollables
- Panel japonés

- Galerías
- Barra de baño
- Alzapaños
- Cintas
- Escaleras



Polígino Industrial "El Forseguer" s/n 03460 BENEIXAMA (Alicante) Tel.: 902 411 111 Fax: 902 411 110 Web: http://www.rielchyc.com E-mail: rielchyc@rielchyc.com Con el apoyo de Feria de Zaragoza y las instituciones de Aragón

El I Encuentro de Compras de Ancofe se presenta en sociedad

El consejero de Industria, Comercio y Turismo del Gobierno de Aragón, Arturo Aliaga, asistió a la presentación del I Encuentro de Compras Ancofe que se celebrará los días 11 y 12 de junio de 2010 en Feria de Zaragoza. Una exitosa presentación a la que acudieron unos 300 representantes del sector de la ferretería. Aliaga constató que "el modelo de las cooperativas de ferreteros que apuestan por centralizar las compras y por aprovechar al máximo las ventajas que ofrecen las nuevas tecnologías es un referente de éxito en la distribución comercial especializada".

Teresa del Hoyo

Fue Antonio Chacón, presidente de Ancofe, quien tomó la palabra a continuación y explicó los objetivos de la convocatoria. "Es indispensable aclarar —dijo— que en ningún caso nuestro primer objetivo es buscar un beneficio a la cuenta de resultados de Ancofe. Queremos y vamos a invertir la totalidad de los ingresos generados en promover, facilitar y dar más servicios tanto a socios como a proveedores"

Un mes antes del evento, el ferretero-socio dispondrá de un dossier con las condiciones negociadas al efecto con cada proveedor, para que disponga de tiempo suficiente para la preparación de sus pedidos de feria

Chacón se remontó a 30 años atrás para indicar que "después de tanto tiempo ésta va a ser la primera edición de un evento de este tipo para el grupo Ancofe. Precisamente en estos momentos concretos y en la situación económica que atravesamos, creemos que, más que nunca, es ahora cuando hay que buscar y promover distintas fórmulas que dinamicen el sector y el mercado y en esa línea hemos decidido crear un foro en el que se facilite que proveedores/fabricantes y ferreterías/socios lleven a cabo suculentos negocios de compra venta, con un coste mínimo y con una rentabilidad máxima para ambas partes".

Participantes

El evento está dirigido, como expositores, a los proveedores homologados de Ancofe, "en definitiva —dijo—los proveedores con los que queremos estrechar aún más el vínculo comercial y con los que esperamos seguir avanzando en el futuro".

Como visitantes, los ferreteros socios de Ancofe y sus cooperativas asociadas, que disfrutarán, según sus palabras, "de condiciones especiales negociadas al efecto por Ancofe con cada proveedor para los dos días de duración".

Modo de participación

El director comercial de Ancofe, Ignacio Cascajero, fue el encargado de explicar los tres paquetes de participación, según las medidas del stand, y bajo la fórmula del 'todo incluido', almuerzos, alojamiento, etc.

Los socios de las cooperativas asociadas no incurrirán





Antonio Chacón: "nuestro objetivo no es buscar un beneficio en la cuenta de resultados de Ancofe. Invertiremos los ingresos para promover, facilitar y dar más servicios a socios y proveedores"

en ningún gasto para la asistencia al evento más que el del propio desplazamiento, "en algunos casos ni ésto — dijo— ya que la cooperativa, a iniciativa propia, prove-erá de autocares para el desplazamiento de grupos"

Recalcó las condiciones especiales de compra y finan-

Recalcó las condiciones especiales de compra y financiación "sólo y exclusivamente durante los dos días de feria. Aproximadamente un mes antes del evento el ferretero-socio dispondrá de dossier con las condiciones negociadas al efecto con cada proveedor, para que disponga de tiempo suficiente para la preparación de sus pedidos de feria".

Para promover la realización de pedidos se bonificarán las compras mediante sistema de sorteo de regalos, coches, viajes, etc., durante los dos días.

En la noche del 11 de junio, se celebrará una cena institucional en la que se potenciará el espíritu del Grupo. El presidente de Ancofe, Luis Anchuelo, cerré el acto agradeciendo la asistencia de todos y un "nos vemos pronto".

Ficha técnica

Fecha: 11 y 12 de junio de 2010

Lugar: Feria de Muestras de Zaragoza

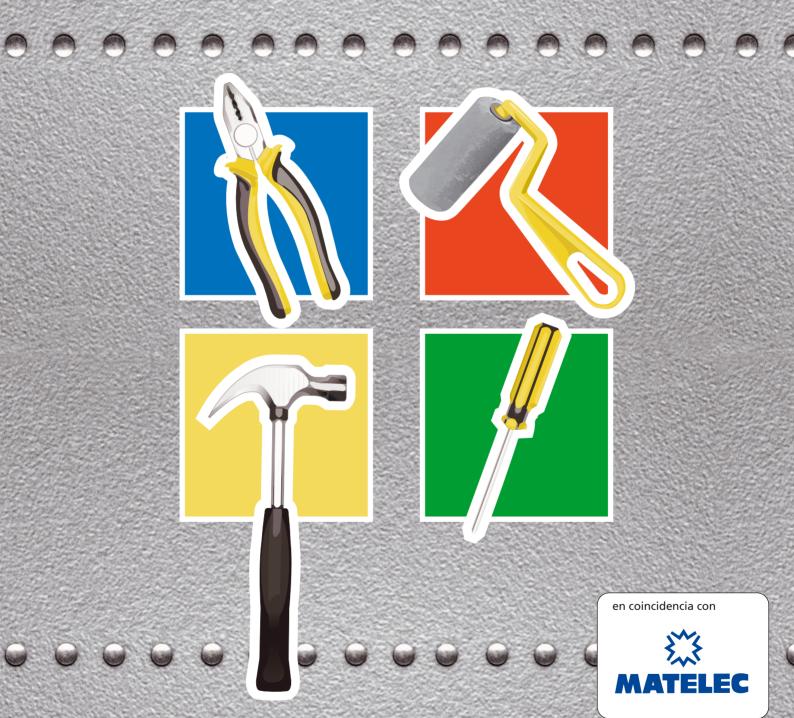
Horarios: Viernes 11: de 10 a 19h.

Sábado 12: de 10 a 17 h.

Formato: Feria privada con stands de los proveedores homologados de Ancofe, y la asistencia de los socios ferreteros de las cooperativas asociadas.







COMERCIALIZA



Avda. Manoteras 44-3° 28050 Madrid T: (34) 91 297 20 00 Fax: (34) 91 297 21 54 www.tecniexpo.com eventos@tecnipublicaciones.com

PROMUEVE



Cooperativa Madrileña de Ferreteros, Sdad. Coop. Rey Pastor, 8 Pol. Ind. Butarque 28914 LEGANES - Madrid Tlf: (34) 91.688.03.33 Fax: (34) 91.686.51.16 comafe@comafe.es

www.ferremad.ifema.es

LINEA IFEMA

LLAMADAS DESDE ESPAÑA INFOIFEMA EXPOSITORES

902 22 15 15 902 22 16 16

LLAMADAS INTERNACIONALES (34) 91 722 30 00

ferremad@ifema.es



La nueva asociación de fabricantes de ferretería sorprendió a los presentes presentando una porra online del Mundial

AFMarcas se presenta para competir contra las prácticas desleales

Los miembros de la recién fundada asociación AFMarcas se presentaron en sociedad ante periodistas y distribuidores. La presentación, además, tuvo su momento controvertido con el anuncio de la inauguración de una porra online sobre el próximo Mundial de fútbol de Sudáfrica.

Ricard Arís

El hotel Hesperia de Madrid fue testigo el pasado 14 de enero de la presentación de la asociación de fabricantes de Ferretería AFMarcas. Pero no fue una típica presentación en sociedad, ya que causó en algunos distribuidores más preocupación que tranquilidad. Fue en el turno de preguntas cuando los distribuidores invitados tomaron la palabra para expresar sus dudas. Algunos de ellos quisieron aclarar si la asociación se formaba para conseguir una posición de fuerza ante el resto de los miembros de la cadena, hecho que se desmintió desde AFMarcas.

Según los miembros de la asociación, no se busca una posición de fortaleza ante la distribución, sino conseguir una "unión de talentos para mejorar la producción de cadena". Pero como ya hemos avanzado, las dudas salieron por la presentación de la porra online del Mundial de Sudáfrica, organizada por AFMarcas y que, posiblemente, hubiera sido más sensato presentarla en otra jornada. Ello hubiera evitado producir un momentáneo, pero evidente estado de asombro y dudas entre los asistentes.

El acto comenzó con el discurso del presidente de AFMarcas, Ignacio González, quien dio paso al portavoz, Darío Alonso. Éste realizó una presentación de la asociación y la ya mencionada porra online del mundial cercana a una hora. En ella, explicó que AFMarcas reúne a los fabricantes de marcas líderes de ferretería, suministros, construcción y bricolaje, con un objetivo claro de apostar por la calidad y la innovación.

Entre los miembros de la asociación encontramos a PFerd, Galagar, Krafft, Pante o Alex, entre muchos otros. Son un total de 50 marcas con un monto de más de 40.000 referencias en el conjunto de catálogos.

Razones para unirse a AFMarcas

Tras nueve meses de discusiones, los miembros fundadores de AFMarcas han tomado la determinación de unirse porque puede significar un gran progreso para todas las marcas y para fomentar las sinergias y satisfacer las necesidades mutuas. Todas ellas son razones importantes y, hasta este punto, no hay muchas dife-



Algunos de los miembros de AFMarcas que asistieron a la presentación ante periodistas y distribuidores.



rencias con las que tienen otras asociaciones para unirse. Pero las principales para AFMarcas, según explicó Darío Alonso, son defender los intereses del sector, competir con las prácticas industriales y comerciales desleales y combatir el intrusismo.

Este fue un punto importante de la presentación, ya que se dejó claro que ninguna empresa o marca que suela cometer prácticas desleales será aceptada en la asociación. Es por tanto muy importante para AFMarcas velar por las empresas del sector. Entre los objetivos empresariales, la asociación promoverá la innovación como desarrollo de calidad, promoverá la formación técnica y empresarial, fomentará las relaciones con la distribución y la utilización de las tecnologías de la información.

Según sus representantes, AFMarcas también promoverá los productos de sus asociados y desarrollará herramientas de marketing para ayudarles a progresar en el difícil panorama económico actual. Otro de los puntos importantes que quisieron destacar fue que la asociación respetará siempre la independencia de sus asociados, ya que "buscamos la eficiencia, la colaboración y la honestidad" entre nuestros socios. Según Darío Alonso, estos tres son los pilares de AFMarcas y los miembros que no los cumplan las normas en trato leal serán expulsados de la asociación.

En el turno de preguntas, donde las dudas antes mencionadas se hicieron presentes, se aclaró que AFMarcas trabajará "para ayudar (a los distribuidores) a vender más y mejor" y para aportarles nuevas ideas. También se aclaró que la asociación ha pedido una subvención para fomentar la innovación en productos y estrategias de venta.

La Porra del Mundial de Sudáfrica

Como ya hemos mencionado, este fue un punto, como poco, sorprendente en la presentación de la asociación de fabricantes de ferretería. La principal razón para presentar esta web (www.laporradelmundia.com) fue que un Mundial de Fútbol es un evento mediático de talla mundial. Sus organizadores dejaron claro que será gratis participar, el mayor premio será un coche y, obviamente, habrá otros premios menores entre los ganadores.

Para los distribuidores, las ventajas serán poder realizar un hecho diferencial, que les aportará notoriedad y que, según AFMarcas, conseguirá estrechar lazos con el usuario final, además de conseguir estadísticas sobre éste. Los datos de los usuarios, por otra parte, no estarán a disposición de todos los miembros de la asociación, sino únicamente del establecimiento donde realizó la compra e inscripción en la porra, para garantizar al máximo la privacidad. Darío Alonso no descartó realizar otras porras, con la liga de fútbol por ejemplo, aunque matizó que "no somos Bet & Win".





Darío Alonso, portavoz de AFMarcas, marcó los objetivos: defender los intereses del sector, competir con las prácticas desleales y combatir el intrusismo.



La asociación engloba un total de 50 marcas con un monto de más de 40.000 referencias en el conjunto de catálogos.

De calidad

POWERPLUS' X

Nuestra gama de productos PowerPlus XQ le ofrecen 5 años de garantía, certificación SGS construcción en Magnesio.

- Amoladoras Lijadoras
- Taladros

- Cepillos
- Martillos percutores Taladros a batería

 - Sierras circulares
 - Sierras caladoras
 Gama completa de Accesorios



Más información en www.varo.com www.powerplusxq.com

EL PROFESIONAL: ALBAÑILERÍA



Recientemente se ha celebrado el 'Concurso de Albañiles' coorganizada por la Fundación Laboral de la Construcción de Cataluña

De oficio, albañil

¿Arte?, ¿oficio? o ¿un poco de los dos?. La albañilería se define como el 'arte de construir edificios u obras en que se empleen, según los casos, ladrillos, piedra, cal, arena, yeso, cemento u otros materiales semejantes'. Pero podríamos decir que la profesión ha ido perdiendo en muchos casos parte del 'arte' para convertirse, solamente, en un empleo más.

Redacción Interempresas

Organismos como la Fundación Laboral de la Construcción de Cataluña sin embargo conocen todo el potencial de este oficio y, por ello, colaboró, junto al Gremio de Constructores del Baix Llobregat (Barcelona), el Ayuntamiento de Molins de Rei y la Agrupación de Albañiles Técnicos y Agentes de la Construcción de la localidad en la organización del Concurso Comarcal de Albañiles, celebrada el pasado 6 de febrero dentro de los actos de la 159ª Feria de la Candelera.

En él, las parejas, formadas por un albañil y un peón, tenían que realizar simultáneamente un trabajo constructivo que no conocían hasta el inicio del concurso, un certamen que pretende fomentar la mejora de los conocimientos y la habilidad en la realización de los trabajos propios de este gremio, así como servir de escaparate profesional para que el resto de ciudadanos conozcan precisamente las virtudes de los profesionales del sector de la construcción.

<u>Actividades en el Aula Móvil</u>

La Fundación Laboral de la Construcción puso a disposición de los asistentes a la feria, entre el 4 y el 7 de febrero, un espacio expositivo donde se instaló el Aula Móvil y desde el que se impartieron sesiones formativas e informativas en materia de prevención de riesgos laborales a diversos colectivos de la localidad. La entidad completó su actividad en la feria con la difusión, a través del Aula Móvil, de la Tarjeta Profesional de la Construcción (TPC).

El concurso, celebrado el pasado 6 de febrero dentro de la 159ª Feria de la Candelera del Baix de Llobregat, quiere fomentar la mejora de los conocimientos y la habilidad de estos profesionales.





Productos profesionales

Sika siempre ofrece calidad y experiencia para cualquier obra, sea grande o pequeña.

Hemos estado presentes en proyectos incomparables de construcción, tales como la terminal 4 del Aeropuerto de Barajas, la presa de Itaipu en Brasil, el Centro Financiero mundial de Shangai y en el túnel de San Gotardo, el más largo del mundo.

Una completa gama de productos para el sellado, pegado, impermeabilización, protección y refuerzo, reflejan casi un siglo de experiencia adquirida en innumerables obras de construcción en todo el mundo.

¡Nuestra Experiencia es su beneficio!







La empresa presenta la adhesión de la cadena Jelf Bricohouse

Relanzamiento de Bricogroup al cumplir su X aniversario

Tras dos años de dificultades, Bricogroup reafirma su apuesta por mantenerse como un actor clave del mercado de bricolaje y crecer un 3% este año. Para cumplir su décimo cumpleaños, la central de compras ha lanzado un plan estratégico que incluye una serie de acciones de 'trade marketing' así como la adhesión de Jelf Bricohouse, que cuenta con seis puntos de venta.

Santiago Quiñones

Enrique Coco, gerente de Bricogroup, durante su intervención.



A grandes males, grandes remedios. Bricogroup tiene un plan para escapar de la crisis y se trata de un plan estratégico que incluye aspectos tanto comerciales como de marketing y comunicación. Para presentar su nueva estrategia, Bricogroup Integral Europa convocó a la prensa especializada el pasado 27 de enero en el hotel Isla de la Garena, en Alcalá de Henares (Madrid).

El eje central del plan de Bricogroup es sobreponerse de inmediato a la coyuntura y crecer un 3% en facturación ya este mismo año. Como operador fundamental del mercado que aspira a diferenciarse por el servicio, Bricogroup quiere aprovechar su décimo aniversario para dar un paso adelante y liderar la recuperación del sector. El presidente de Bricogroup, José María Mera, y el gerente, Enrique Coco, explicaron en detalle los puntos fuertes de su compañía: una selección competitiva de proveedores y de un surtido de producto, una negociación de las condiciones de compra y de la publicidad y una comunicación eficiente en el punto de venta. Siempre, según Mera, desde la consideración más favorable a la marca del proveedor, que en última instancia es el motor de la relación con el cliente.

Consolidar la marca BricoGroup y atraer público a las tiendas son las metas a las que apunta el plan de acciones diseñado y recién puesto en marcha a finales de enero. Ese plan incluye promociones mensuales de siete u ocho artículos al mes, una ambiciosa remodelación de la página web www.brico-group.com (que eventualmente podría convertirse pronto en punto de venta en sí mismo), la impresión de folletos e intervenciones en los puntos de venta: carteles descuento, promociones tipo'rasca y gana', muñecos troquelados, etc.

Salto en la capacidad de compra

Fundada en junio de 2002 con una fórmula de éxito inmediato, Jelf Bricohouse ha decidido incorporarse a Bricogroup para elevar su nivel de compra de 10 a 30 millones de euros y beneficiarse de la experiencia comercial y de gestión de su nuevo socio. Tras un crecimiento muy rápido que les llevó a tener hasta 11 tiendas, el año pasado Bricohouse (propiedad al 84% del grupo irlandés de materiales de construcción CRH) tuvo que cerrar cinco por el impacto de la crisis y de la competencia, por lo que ahora anhela resarcirse. Más aún, Bricohouse quiere reenfocar el núcleo de su actividad de sus seis tiendas y apuntar a un perfil más grande que el que pensó inicialmente: el objetivo ahora es abrir tiendas de 2.500 manteniendo su enfoque al producto de jardín, su apuesta por el 'merchandising', el servicio cualificado y la exposición, ampliando su target inicial.■

HILATURAS PERIO, S.L.

Pol. Ind. De Ascoy, Parcela B-5 (B) Apdo. Correos 61 • 30530 CIEZA (Murcia) Tel.: 96 876 20 15 • Fax: 96 845 48 04 perio@hilaturasperio.com • www.hilaturasperio.com















CORDELERIA NYLON



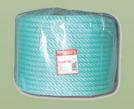








CORDELERÍA POLIPROPILENO











CORDELERÍA PLASTICO/RAFIA









CORDELERIA SISAL













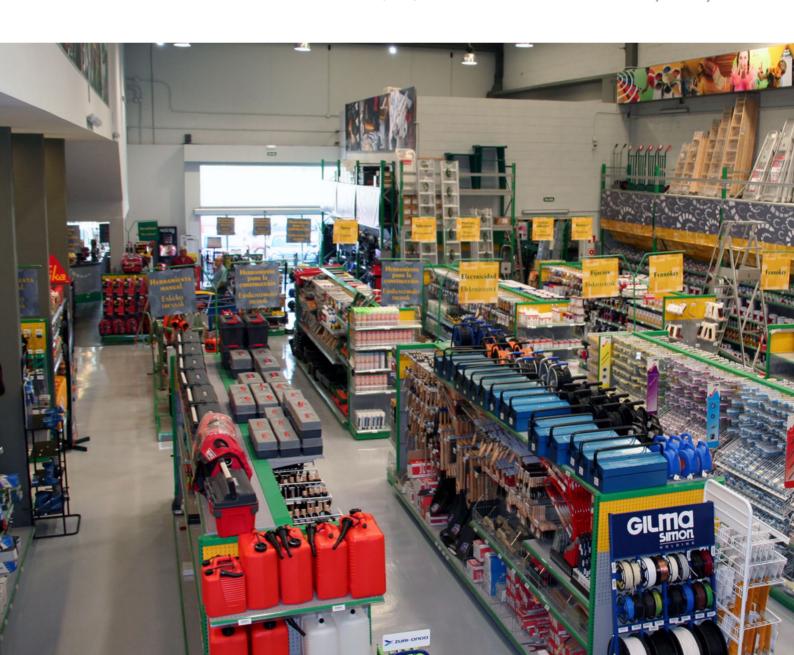
REDES Y OTROS

Debido a la contracción del gasto de las familias

El deterioro económico llega también a las cadenas de bricolaje

El mercado de artículos de ferretería y bricolaje experimentó ya en el año 2008 una contracción, rompiéndose de este modo la tendencia ascendente que venía mostrando desde principio de la década. Para el cierre de 2009 se apunta una caída más acentuada del negocio, que previsiblemente alcanzará el 15%.

Fuente: Estudio Sectores de DBK, S.A.; 'Distribución de Artículos de Ferretería y Bricolaje'





Tras registrar una evolución muy positiva entre 2004 y 2007, la facturación de los establecimientos especializados en la venta de artículos de bricolaje experimentó una contracción en 2008, en un contexto marcado por la desfavorable evolución del mercado inmobiliario y el retroceso del consumo privado.

En 2008 las ventas de los puntos de venta especializados en la distribución minorista de artículos de bricolaje contabilizaron un retroceso del 6,1% respecto al ejercicio anterior, cifrándose en unos 2.300 millones de

Datos de síntesis	
Número de superficies de bricolaje, octubre 2009 Número de ferreterías, octubre 2009 Facturación de las superficies de bricolaje (M€), 2008 Facturación de las ferreterías (M€), 2008	510 3.750 2.300 1.150
Concentración de las superficies de bricolaje (cuota de mercado conjunta en valor), 2008 * Cinco primeras empresas (%) * Diez primeras empresas (%)	76,9 83,2
Evolución de la facturación de las superficies	
de bricolaje * % var. 2008/2007 * % var. 2009/2008 (previsión)	-6,1 -15,2
Evolución de la facturación de las ferreterías * % var. 2008/2007 * % var. 2009/2008 (previsión)	-9,8 -17,4



Las previsiones para el cierre de 2009 apuntan a que se acentuará la tendencia descendente de las ventas de artículos de ferretería y bricolaje debido a la contracción del gasto de las familias. Instalaciones de Suministros **Industriales Ondiz** en Derio (Vizcaya). euros. La facturación de las ferreterías tradicionales experimentó en 2008 una significativa disminución. Al cierre de este ejercicio el valor de las ventas se situó en 1.150 millones de euros, lo que supuso un 9,8% menos que en 2007.

Las previsiones para el cierre de 2009 apuntan a que se acentuará la tendencia descendente de las ventas de artículos de ferretería y bricolaje debido a la contracción del gasto de las familias. En este contexto, se ha incrementado la rivalidad en precio entre las empresas del sector, con la proliferación de ofertas y descuentos para incentivar la debilitada demanda.

Las grandes cadenas especializadas seguirán incrementando su cuota de mercado, a costa de las empresas independientes de pequeño tamaño, que tendrán problemas para subsistir en la actual coyuntura de mercado. El valor de las ventas de los establecimientos de bricolaje podría situarse por debajo de los 2.000 millones de euros en 2009, registrando una caída del 15%. Por su parte, las ventas de los puntos de venta de ferretería podrían descender hasta los 950 millones de euros en 2009, con un retroceso del 17%.

La complicada situación por la que atraviesan las empresas está impulsando el asociacionismo en cooperativas y centrales de compra/servicios

Estructura de la oferta

El número total de superficies especializadas en la venta de artículos de bricolaje ha registrado una tendencia descendente en 2008 y 2009, situándose en octubre de 2009 en unas 510, frente a las 550 que operaban a finales de 2007. La estructura de la oferta ha registrado en los últimos años una tendencia de concentración, gracias a los procesos de expansión llevados a cabo por algunos de los grandes competidores y a la desaparición de puntos de venta independientes.

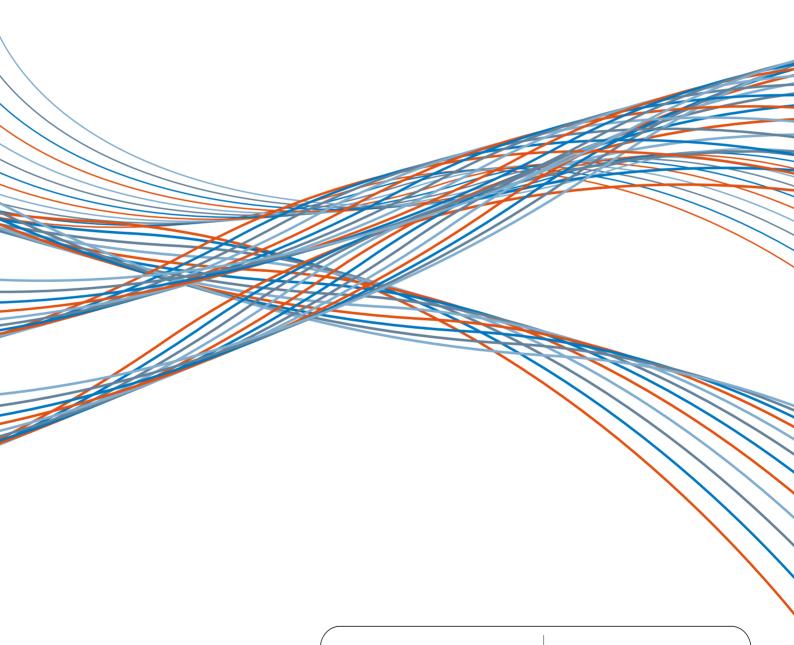
En 2008 el grupo de las cinco primeras empresas especializadas en la venta minorista de artículos de bricolaje -Leroy Merlin, Akí Bricolaje, Euro Depot España, Bricoking y Bricor- acaparó una cuota de mercado conjunta del 77% sobre las ventas totales, participación que ascendió al 83% al considerar a los diez primeros.

La oferta de la distribución minorista de ferreterías tradicionales presenta una alta fragmentación, estando compuesta a octubre de 2009 por unos 3.750 puntos de venta, cifra que ha registrado un fuerte descenso en los dos últimos años. La complicada situación por la que atraviesan las empresas está impulsando el asociacionismo en cooperativas y centrales de compra/servicios.■



2-5MARZO
March
2010





www.sicur.ifema.es

LINEA IFEMA / IFEMA CALL CENTRE

LLAMADAS DESDE ESPA A / CALLS FROM SPAIN
INFOIFEMA 902 22 15 15
EXPOSITORES / EXHIBITORS 902 22 16 16 LLAMADAS INTERNACIONALES (34) 91722 30 00 INTERNATIONAL CALLS

(34) 91 722 57 88

sicur@ifema.es

FAX



Todos los productos de Astigarraga están realizados en madera maciza que proviene de plantaciones controladas

El mueble en kit natural y fácil de montar

Para Astigarraga Kit Line la madera lo es todo: su materia prima, su producto acabado y también su imagen ante el cliente. Por esta razón la empresa de Aizpeitia controla desde la plantación del 'pino insignis' en los bosques que explota hasta la presentación final del producto, pasando por todas las fases de un proceso, base de su calidad y garantía para el cliente final.

Fuente: Astigarraga Kit Line

El 'pinus insignis', característico de la región atlántica y muy extendido en el País Vasco, es el árbol que sirve a Astigarraga Kit Line de base para todo su proceso industrial. En sus plantaciones forestales, se favorece y vigila el crecimiento de los árboles, y sólo se talan cuando su vida está prácticamente agotada. A partir de ese momento se pasa a regenerar el bosque, repoblándolo con nuevas plantaciones.

Una muestra de ese compromiso es el certificado PEFC (Gestión Forestal Sostenible) que garantiza una explotación forestal respetuosa con los recursos naturales, asegurando el futuro del sector. Este certificado acredita el origen de la madera y su tratamiento conforme a prácticas según normas establecidas para proteger el medio ambiente. En Astigarraga creen en la madera como material ecológico, reciclable y biodegradable.

Del tronco a la tabla y de la tabla a casa

En Astigarraga la tala de bosques controlados se complementa con la reforestación. A partir de troncos seleccionados en su momento

óptimo de crecimiento se inicia su transformación en sus propias serrerías hasta obtener tablas uniformes, listas para mecanizar. Así nace su mobiliario, listo para montar, siempre de madera maciza. Una vez tratada la materia prima, el siguiente proceso de fabricación es el



Las estanterías decorativas de la serie Basik incorporan cajas de fibra natural.

mecanizado, para el que se cuenta con la última tecnología. Tras éste, se realiza el tintado y barnizado, gracias al que se ofrece gran variedad de colores y acabados, aplicados en un proceso ecológico que minimiza el impacto ambiental. La durabilidad de estos acabados,





La serie Nova Miel, con una gama completa de medidas y colores, ofrece grandes posibilidades de decoración y ordenación con estanterías, puertas y cajones de madera maciza.

Nuevos botelleros

Una de las principales novedades dentro del catálogo de Astigarraga son los botelleros en kit. Por ejemplo, la serie Rioja-9, cuenta con un espesor de 17 milímetros. Mide 32,5 centímetros de alto, 42 de ancho y 22 de fondo y tiene capacidad para 9 botellas. Este modelo se presenta sin barnizar pero preparado tanto para pintarlo como para barnizarlo y es de fácil montaje, sin herrajes. Uniendo varios botelleros con tubillón, se puede realizar un botellero evolutivo.

Por su parte, el botellero serie Katea-16, de 22 milímetros de espesor, mide 30 centímetros de alto, 68,8 de ancho y 27 de fondo. Tiene capacidad para 16 botellas. Preparado para pintar y barnizar, este botellero es apilable.

> Uniendo varios botelleros Rioja con tubillón, se puede realizar un botellero evolutivo.



obtenida gracias a la alta calidad de los barnices y al número de capas aplicadas, es un rasgo diferenciador del mobiliario en kit de Astigarraga.

Una vez superados los controles de calidad, los productos son embalados en paquetes planos, aprovechando al máximo el espacio, y pasan a los almacenes informatizados de la empresa hasta salir hacia su destino.

Todos los productos de Astigarraga están realizados en madera maciza que provienen de plantaciones controladas. Mediante procesos respetuosos con el medio ambiente, esta madera se transforma en muebles en kit, fáciles de montar y conservando toda la calidad natural de la madera. El catálogo de la empresa guipuzcoana comprende una amplia gama de estanterías, estanterías murales, mesas, botelleros, caballetes, cajas decorativas, zapateros, dormitorios y muebles auxiliares.

Las estanterías de Astigarraga, de 22 milímetros de espesor, están teñidas y barnizadas en 4 capas. Todas ellas, construidas bajo la normativa UNE 11016:1989, cuentan con una alta resistencia al peso y gran capacidad de carga. Por ejemplo, las estanterías decorativas de la serie Basik incorporan cajas de fibra natural. Tienen 7, 6 y 4 baldas de 81,5 centímetros de ancho regulables en altura en el estante y una capacidad de carga por balda de 48 kilos. Asimismo, la serie Basik dispone de una sólida y estable estructura en madera maciza con laterales taladrados. Las cajas, de fibra natural, cuentan con tirador de madera y pueden decorar cualquier mueble del hogar. Están disponibles en varios colores: natural, rosa, azul o verde.

Por su parte, la serie Nova Miel, con una gama completa de medidas y colores, ofrece grandes posibilidades de decoración y ordenación con estanterías, puertas y cajones de madera maciza. Las baldas resisten hasta 50 kilos de peso. El mueble está cajeado en los laterales, lo que garantiza una sólida y estable estructura.

El modelo Spacio también ofrece una gama completa de medidas y colores, con 4 opciones diferentes de estanterías murales con acabados de estilo clásico y juvenil, adaptándose a cualquier rincón del hogar. Disponen de fijación a pared invisible y una capacidad de carga por balda de 45 kilos.■





Con tu ayuda, AMBILAMP sigue recorriendo España para concienciar a estudiantes de Formación Profesional con el objetivo de enseñar a reciclar la luz, para que todos nuestros futuros instaladores conozcan nuestros servicios y cumplan sus obligaciones con la RAEE.

Información y recogidas: 900 102 749



www.ambilamp.com

PUBLIRREPORTAJE

La compañía ha celebrado durante el mes de Enero una CONVENCIÓN ESPECIAL con motivo de la celebración de su 25 Aniversario.



MAQUINARIA Y ÚTILES PARA LA CONSTRUCCIÓN E INDUSTRIA

Ya desde el arranque de este ejercicio, IMCOINSA ha iniciado la difusión de los criterios generales establecidos para el presente ejercicio: Consolidación y CRECIMIENTO.

CRECIMIENTO en aquellas familias de producto que presentan, aun en la difícil situación actual, importante potencial de crecimiento, en tanto en cuanto ha mejorado sensiblemente el posicionamiento SERVICIO - PRODUCTO - PRECIO de los artículos IMCOINSA para dichas familias.

Algunas de las familias establecidas como de ALTO POTENCIAL son:

• Discos y Coronas de Corte: Un nuevo Catálogo específico para esta familia de productos, aportando soluciones integrales al sector Alquilador, Suministros, etc.



Punteros y Brocas: En especial las gamas SDS-Plus y Cilíndricas, ofreciendo un producto MUY COMPETITIVO económicamente que se complementa con un excelente SER-VICIO DE ENTREGA y calidad del producto.



• Tornillos de Aprieto (Sargentos): Fabricados en Fundición modular y freno antideslizante en el cabezal móvil. Máxima fiabilidad en el producto.



• Herramientas de Corte: Brocas HSS, Portabrocas, Coronas Bi-Metal, etc.



• Compresores: Una apuesta decidida por la CALIDAD. Contrariamente a la tendencia mayoritaria del resto de los fabricantes, con una clara orientación a la reducción de costes con una inevitable merma en la calidad del producto final.



IMCOINSA apuesta por ofrecer a sus Clientes un producto de CALIDAD a un precio competitivo, potenciando su gama de compresores IMCO - PLUS.

Por último, y con el objetivo de premiar la fidelidad demostrada por sus Clientes durante estos 25 Años, IMCOINSA ha puesto en marcha una interesante Campaña de Sorteos Mensuales, cuyo detalle está disponible en su página web www.imcoinsa.es







ii Se acabaron los problemas!! encuentre el suministrador adecuado al mejor precio

Utilice la MULTICONSULTA

www.interempresas.net

Un servicio GRATUITO que le puede ahorrar mucho tiempo y dinero

61.770 CONSULTAS GENERADAS

entre enero y diciembre de 2009



Multiconsulta

(solicitud de información a varias empresas)

Seleccione las empresas a las que quiere solicitar información o presupuesto

✓	Circutor, S.A.
✓	Eland, Comercial Electrónica
✓	Electrónica Olfer, S.L.
✓	Enervolt Ibérica, S.A.
✓	General de Cuadros Eléctricos
▽	RS Amidata, S.A.

Sus datos

Su nombre		* Obligatorio
Su empresa		
Su país	España	
Su correo electrónico		* Obligatorio a menos
Su número de teléfono		uno de los dos campos
Envíame una copia del mensaie		

Mensaje



de cualquier máquina,
producto
o servicio a decenas
de proveedores

con UN SOLO CLICK

Tel. (+34) 93 680 20 27 comercial@interempresas.net nova àgora, s.l.



Hogar, dulce (y práctico) hogar

Un hogar no es una casa, entendida como lugar físico habitado. Un hogar es donde nos encontramos seguros y tranquilos. Su origen se remonta al lugar en el que se reunían nuestros ancestros para encender el fuego, calentarse y alimentarse. Pero claro, los tiempos cambian y las cocinas de carbón y leña ya no son el último grito. Ahora se lleva la silicona. Aunque como todo vuelve, también nos encontramos que, ahora, lo más 'cool' es ir a comprar con carrito... Pero no avancemos acontecimientos. En las siguientes páginas pueden encontrar algunas de las últimas propuestas para menaje y decoración que, siendo innovadoras, no dejan de ser prácticas.

Redacción Interempresas

Los rieles de cortina más 'chic'

Dentro de la extensa variedad de accesorios y complementos para rieles que Chyc ofrece a sus clientes se encuentra la galería, con su completa gama de acabados, tanto en tonos metalizados como en madera. Ésta ofrece una gran versatilidad ya que permite utilizar distintas opciones de rieles o de panel japonés que darán un realce significativo a la decoración de la estancia sonde se instalen.



Lo último es comprar con carrito

La supresión progresiva del uso de las bolsas de plástico en los supermercados, que ha

causado una enorme preocupación en el sector industrial que las fabrica, ha beneficiado a esta empresa alicantina, que ve multiplicados sus pedidos e incluso admite estar "desbordada". Su último diseño es Logic2+DOS, un sofisticado modelo de carro de la compra que se adapta al carro de los hipermercados: se coloca mediante un enganche en el carro de supermercado y cuando se llega a la caja con un simple movimiento se desengancha y se despliega totalmente para colocar la compra en su interior. Este carro de cuatro ruedas además se pliega fácilmente para entrar en el maletero del coche.

La compañía valenciana también ha diseñado nuevo carro plegable Thermo, con un bolsillo tér-

mico independiente adaptable a la parte posterior del carro e ideal para llevar congelados.



LO + AVANZADO EN: HOGAR Y DECORACIÓN



Cocer o congelar en silicona





La silicona ha entrado en nuestras cocinas pisando fuerte, pero no como sólo como sustituto del aluminio para moldes sino también para cocer, congelar y conservar alimento. Un ejemplo lo tenemos en la gama de estuches de vapor para microondas Lékué. empresa ha presentado Luki, el nuevo formato mini para preparar varios platos individuales a la vez en el horno o microondas. Disponible en 4 colores: blanco, rojo, negro v rosa.

Otra novedad de Lékué es el triturador de hielo C'Rush. En una hora de congelación se puede tener el hielo listo para triturar: basta con enro-

llar el molde, estrujarlo con un giro de mano y verter los trozos en el vaso. Además, gracias a su diseño, se pueden apilar diversos C'rush en el congelador.

'Jugar' con los marcos de los interruptores

Simon presenta el nuevo diseño de marco Serie 27play, un concepto revolucionario que permite cambiar los marcos de sus interruptores con un simple 'clic'. Las líneas puras de la nueva serie se encuentran en 2 acabados básicos y sobrios: blanco y marfil. Sobre ellos se puede actualizar, reemplazar, sustituir y redecorar, instalando fundas intercambiables de varios y divertidos acabados sobre el marco. La gama ofrece además la opción de intercambiar la pieza intermedia o la tecla del interruptor, en varios colores y acabados y con total compatibilidad.

Además, la nueva Serie 27 play se presenta con funda y tecla con solución antibacteriana para entornos sanitarios y un grado de protección IP-44 con la instalación de juntas de estanqueidad, para entornos con material eléctrico expuesto a humedad o riesgo de salpicaduras de agua y polvo.



Un jardín vertical en la pared de casa

Los amantes de la jardinería pueden integrar naturaleza y arte desde una perspectiva diferente y exclusiva sin esfuerzo gracias a Flowerbox con el que las plantas se convierten en cuadros en ambientes interiores.



Flowerbox es un dispositivo tan sencillo como innovador que ha requerido más de un año de investigación. Las cajas de flores dan vida a las paredes mediante multitud de colores, formatos y acabados, soporte de diversas composiciones de microplantas y flores, trasplantadas en un sustrato vegetal cuyas propiedades únicas absorben y retienen el agua necesaria para su desarrollo. Y cada cliente puede elegir la composición de su Flowerbox entre más de 70 microplantas y microflores naturales y escoger un soporte que se adecue a la decoración de su hogar.

La 'Outing Experience' de Kettal

Kettal convierte cualquier espacio exterior en una 'Outing nueva Experience', donde la arquitectura, el paisaje, los colores, los objetos, los materiales y estilos, se fusionan en un proyecto equilibrado. Por ejemplo, la colección de muebles de exterior Kettal Maia, diseñada por Patricia Urquiola, se caracteriza por su ligereza y naturalidad elegante. El



diseño del trenzado artesanal, la solidez de la estructura de aluminio y la nueva colección de tejidos de porotex y chenille crean una combinación llena de energía. El 'daybed' giratorio, el columpio o la tumbona Kettal Maia permiten aprovechar y decorar cualquier rincón exterior. Ahora también Kettal Maia ha introducido dos nuevas combinaciones llenas de energía: Vieques Bicolore y Tricolore.■







La gama Ecologic está

Llegan al mercado las primeras sartenes ecológicas

El cuidado del medio ambiente llega al sector del menaje de la mano de Idurgo. La empresa de Gernika lanza en exclusiva una nueva línea de productos 'verdes' junto al fabricante Beka. Estos productos Ecologic están realizados con un recubrimiento cerámico ecológico. Las sartenes permiten altas temperaturas para cocinar y dejan pasar el calor para un mejor resultado.

Redacción Interempresas

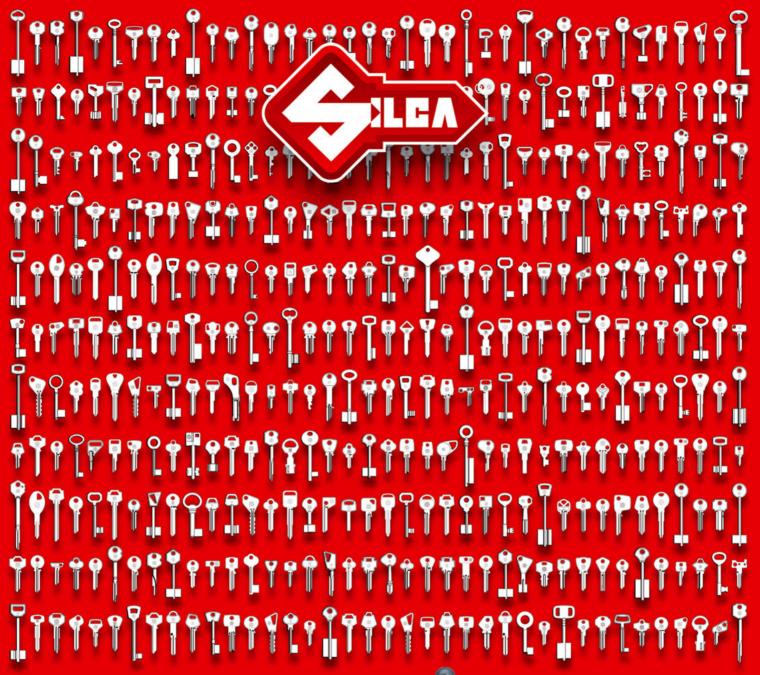
Bajo la marca Menu Home Design —la línea de Idurgo que comercializa los complementos profesionales—, llega al mercado una completa gama de sartenes realizadas con materiales y tecnología que cuida el medio ambiente y la salud. Ecologic da nombre a estos produc-

tos 'verdes'. Su recubrimiento cerámico libre de PFOA Y PTFE hace que cumplan sus objetivos ecológicos. El PFOA es una sustancia química que se utiliza en el proceso de fabricación de recubrimientos antiadherentes tradicionales. Aunque no está presente en el producto terminado, esta sustancia en el proceso de fabricación puede dañar el medio ambiente y la salud de los trabajadores de la fábrica. Además, un escape al aire de la sustancia PTFE por un sobrecalentamiento con un recubrimiento antiadherente tradicional también puede resultar dañino.

La gama Eco-logic está realizada con un recubrimiento de cerámica que cuida el medio ambiente y resiste temperaturas mucho más altas que un recubrimiento tradicional. Además, cuanto más altas sean las temperaturas para cocinar, mucho más fácil y rápido será el resultado.



En esta nueva serie destaca la línea Suave y la sartén Vitapan. Productos en acero inoxidable conforman la colección Suave, dotados de seguras asas curvas con inserciones de suave silicona. Las asas son resistentes al calor, de tacto blando y fáciles de manejar gracias a su diseño ergonómico. Las sartenes Suave (20, 24 ó 28 centímetros) y las sartenes guiseras (24 centímetros) tienen recubrimiento cerámico ecológico. Sobresale en esta línea la sartén Vitapan, de acero inoxidable de calidad superior disponible en tres tamaños (20, 24 ó 28 centímetros). También existe una parrilla Vitapan de 26,5 x 26,5 centímetros. Todas tienen una cómoda asa negra de tacto blando, resistente al calor.





Duplicadoras y llaves con la garantía del líder

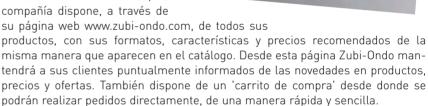
Silca Key Systems S.A. C/Santander 73A - 08020 Barcelona - Tel. 934981400 www.silca.es - silca@silca.es

Hoffmann Iberia Quality Tools S.L. recibe certificado ISO 9001

Hoffmann Iberia Quality Tools S.L., la delegación de Hoffmann Group responsable para la distribución y ventas de herramientas de calidad en España y Portugal, ha recibido, tras la auditoría realizada por la Entidad de Certificación de Calidad TÜV SÜD Management Service GmbH, el certificado ISO 9001:2000 para su sistema de gestión de calidad en el área Desarrollo y distribución de herramientas de calidad, Metrología, Mobiliario de taller y de almacenamiento.

Zubi-Ondo publica su catálogo para 2010

Herramientas Ermua, S.L., Zubi-Ondo, ha publicado una nueva edición de su tarifa-catálogo con gran cantidad de novedades. El catálogo de 2010 crece en extensión, lo que significa que la empresa ha ampliado las opciones de producto para atender las necesidades más diversas de sus clientes. Además, la compañía dispone, a través de





Paredes certifica la norma 20347 en los modelos clásicos de la marca

Calzados Paredes ha profesionalizado buena parte de su calzado clásico al certificar muchos de sus tradicionales modelos con la norma ISO 20347, una disposición europea que avala las exigencias del calzado de trabajo para uso profesional. No se trata de calzado de seguridad laboral, ya que carece de la puntera o la plantilla de acero necesarias para que sea considerado como tal, sin embargo la mayor parte de estos sectores no necesitan de un calzado contra accidentes, sino más bien de unos equipos que mejoren el entorno de trabajo y garanticen la extrema calidad del calzado con el que se trabaja. De esta forma, con la certificación de esta norma, el calzado clásico de Paredes ha conseguido profesionalizar su durabilidad, antideslizamiento y

resistencia a los hidrocarburos, entre otros. Además, la ISO
20347 avala también la calidad higiénica de este
calzado, ya que permite su lavado consiguiendo así la mejor desinfección, aspecto exigible para trabajadores en hospitales, en la industria cárnica, en
los laboratorios, etc.

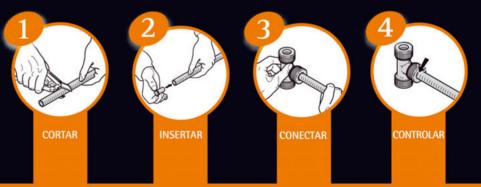
Modelo Estrella blanco con cordones de Calzados Paredes.

Nueva colección de ropa de trabajo de alta visibilidad de Juba

Juba Personal Protective Equipment ha ampliado y reforzado su colección de ropa de trabajo de alta visibilidad con la creación de un nuevo folleto en el que se recopilan los más de 45 modelos de la firma. La ropa de protección de alta visibilidad está diseñada para señalizar visualmente la presencia del usuario, con el fin de que sea detectado en condiciones de riesgo, bajo cualquier tipo de luz diurna y bajo la luz de los faros de un automóvil en la oscuridad. La colección de Juba está compuesta de dos gamas, una básica y otra bicolor, que combinan los amarillos y naranjas flúor con las bandas reflectantes 3M. Todos los modelos cumplen y superan la normativa europea EN-471 que avala la indumentaria destinada a señalizar visualmente la presencia del usuario.



- ✓ Reparaciones rápidas: ¡¡Conectar directo cobre!!
- ✓ Apto para agua caliente
- ✓ Riego jardín y macetas
- ✓ Desagües aire acondicionado, etc.







GSI obtiene la certificación ISO 9001

GSI, empresa asociada a Aside — Agrupación de Suministros Industriales de España —, ha conseguido la certificación de su sistema de gestión de calidad bajo la Norma UNE-EN ISO 9001-2008, por la entidad certificadora AENOR. Esta certificación cubre las actividades de venta y distribución de herramienta eléctrica y neumática, maquinaria, herramienta manual, elementos de corte y abrasión, tornillería y fijación, manutención, vestuario laboral y equipos de protección individual.

Esta certificación entra dentro de uno de los objetivos del plan estratégico puesto en marcha por la empresa para los próximos 3 años, donde cuenta con un plan ambicioso de crecimiento y expansión. GSI, Gallega de Suministros Industriales 2020, S.L. es la primera empresa de su sector en obtener dicha certificación en Galicia.

El Multicentro Ortiz presenta en exclusiva la nueva cocina 'Orange' de **Snaidero**

Las instalaciones del Multicentro Ortiz dan la bienvenida a uno de los programas de cocina más completo de los últimos años: Orange de Snadiero. Orange cuenta con lo último de lo último como la exclusiva 'docking station', una plataforma multimedia para conectar un ipod o un iphone con entrada para reproductor mp3 y CD. Por otra parte, la variedad estética —acabados en madera maciza de fresno, chapado, laminados y lacas— y la funcionalidad son también dos de los puntos fuertes de esta cocina. El lado ecológico de la cocina se observa en soluciones separadas para la organización y gestión de residuos domésticos: fórmulas específicas de equipamiento del mueble bajo el fregadero y con muebles bajos proyectados a 45 ó 60 centímetros con dos o cuatro contenedores para residuos. Orange incluye tres modelos diferentes dentro de su catálogo: Young, Metropolitan y Family.

Izar celebra su convención anual coincidiendo con su centenario

Izar Cutting Tools, S.A.L., fabricante de herramientas de corte, celebró el pasado enero su convención anual de ventas en el Centro Cultural Zelaieta de Amorebieta. A esta conmemoración acudieron cerca de medio centenar de responsables comerciales y delegados de los mercados español y francés. 2010 es un año muy importante en la larga trayectoria de la compañía y, por ello, en la convención se hizo hincapié en las acciones que se van a llevar a cabo para celebrar su centenario. De esta manera, Izar ha preparado desde un logotipo conmemorativo (que funde su antiqua estrella con la actual), pasando por un libro que recogerá la fructífera historia de la firma y que se presentará a la vez que una

exposición recordatoria y, por último, un acto social de 'cumpleaños' en modernas instalaciones de Boroa a mediados de año.

Cerca de medio centenar de responsables comerciales y delegados de los mercados español y francés de Izar se reunieron en la convención anual de la compañía.

Ideal Standard International presenta sus nuevas tarifas para 2010

Ideal Standard International ha editado sus tarifas para el 2010 que incorpora varias novedades importantes, tanto de producto, como de contenidos. Así, por ejemplo, se han incorporado cuadros, en los que se ofrecen todas las combinaciones posibles de platos de ducha con sus mamparas, los diferentes tipos de grifería con sus lavabos. Y además, se han añadido las principales ventajas diferenciales de todos los productos. Pero la gran novedad para este 2010 es la nueva tarifa 'Programa integral para proyectos', que incluye la antigua tarifa de Sangrá. Este programa se convierte en la herramienta perfecta para el mercado residencial y no residencial. La nueva tarifa pasa a ser un catálogo que se divide en 4 secciones bien diferenciadas y complementarias:

Residencial (antigua tarifa de Sangrá); Accesibilidad y Hospitales; y Colegios.



Ayerbe presenta la nueva línea de producto 'Jardinería y Agrícola'

El fabricante de grupos electrógenos Ayerbe Industrial de Motores, S.A. está presentando al mercado de Ferretería-Suministro Industrial una nueva línea de producto de maquinaria motorizada para los sectores de jardinería y agrícola.

La experiencia de este fabricante de grupos electrógenos en motores y el prestigio de la marca Ayerbe han condicionado a que toda la maquinaria vaya provista de motorización de alta calidad centrándose esencialmente en Honda, Kiotsu y Kawasaki. Las motobombas, motosierras, desbrozadoras, motoazadas, motocultores, biotrituradoras y fumigadoras de carretilla componen la nueva línea de producto Ayerbe. Especial atención se ha prestado a las motobombas, incorporando 11 modelos que unidos a los que ya existían completan una gama que cubre casi todas las necesidades del mercado agrícola-jardinero.



Ega Master en Sudán, Etiopía y Kenia

Ega Master visitó en enero a sus distribuidores de Sudán, Etiopía y Kenia, realizando presentaciones y organizando seminarios para usuarios finales en los tres países.

Sudán, que comenzó sus exportaciones de petróleo tan sólo en 1999, se ha convertido este año en el tercer productor de petróleo del África subsahariana, sólo superado por Nigeria y Angola.

Ega Master expuso en Sudán su completa solución integral de herramientas y equipos de seguridad para la industria petrolera más exigente, incluyendo su recientemente ampliada gama de instrumentos antiexplosión intrínsecamente seguros.

Las economías de Etiopía y Kenia dependen principalmente de la industria del café, del turismo y de la construcción. En estos últimos años han experimentado también un crecimiento económico espectacular.

SNA Europe incorpora a Mitxel Pérez como director de Grandes Cuentas

SNA Europe ha incorporado a Mitxel Pérez como director de Grandes Cuentas en su plantilla para el mercado español. Pérez, en su amplia trayectoria profesional tanto en el sector de herramienta como en productos de gran consumo, vuelve a sus orígenes cuando ocupaba el puesto de jefe de Ventas de la marca Irimo. En palabras del director Comercial de España de SNA Europe, Rafael Ortega: "Teniendo en cuenta los momentos de dificultad económica por los que el sector está atravesando, es cuando debemos transmitir a nuestra distribución que somos una empresa de futuro y para ello realizaremos los esfuerzos comerciales necesarios para que todos nuestros clientes sigan confiando, como siempre, en nosotros y en nuestras marcas".

Convención de ventas Ehlis 2010

Los pasados días 22 y 23 de enero, Ehlis celebró en el Centro de Convenciones Hotel La Mola en Terrassa (Barcelona) su tradicional convención de ventas. En la misma se trazaron las líneas de trabajo a seguir para aumentar la calidad de servicio que la empresa ofrece a todos sus clientes. Entre las novedades presentadas en la convención destacan la inversión en modernización de software y terminales informáticos de la red comercial y la presentación del nuevo manual de Identidad Corporativa para ferreterías Cadena 88 y Cadena 88 Industrial.



El equipo comercial y de marketing de Ehlis se reunió en un espectacular paraje natural para definir las nuevas políticas comerciales de la empresa.



Darnau, certificada para participar en 'Plantemos para el planeta'

Darnau, S.A., fabricante de los mangos de madera Darman para herramientas manuales con más de 120 años de experiencia, ha obtenido el Certificado de Participación 2008-2009 de la campaña del programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente (PNUMA), 'Plantemos para el Planeta' (La Campaña de los Mil Millones de Árboles). La empresa de Les Planes d'Hostoles (Girona) regaló más de 1.000 semillas de fresno a trabajadores y clientes de toda España para alcanzar el objetivo de llegar a los 50 millones de árboles plantados en España y a los 7.000 millones de árboles plantados en todo el mundo, un árbol por habitante, antes de diciembre de 2009. Ese último reto mundial, no obstante, se superó con éxito el pasado 21 de septiembre gracias al apoyo de instituciones, empresas y ciudadanos.

Sebastián Miles, nuevo jefe de ventas para la zona Este de España de Robert Bosch

Desde el pasado 1 de febrero, Sebastián Miles se ha convertido en el nuevo jefe de ventas de la zona Este de España, para el canal tradicional de Robert Bosch España Herramientas Eléctricas, con responsabilidad comercial en las comunidades de Cataluña, Aragón, Comunidad Valenciana y Baleares.

Sebastián Miles, de 34 años de edad y nacionalidad germanoargentina, estudió Administración de Empresas en Buenos Aires, donde iniciaría su actividad profesional en la firma Johnson Wax. En noviembre de 2006 se incorporó al grupo Bosch, en

el área de marketing del departamento de Herramientas Eléctricas, desarrollando las funciones de 'brand manager' para Iberia de la marca Dremel, cargo que ha ocupado hasta su actual nombramiento

Sebastián Miles, nuevo jefe de ventas de la zona Este de España de Robert Bosch España Herramientas Eléctricas.

BigMat implanta un nuevo sistema de gestión integral

BigMat, el mayor grupo de almacenes de materiales profesionales para la construcción en España, apuesta por la tecnología de gestión de Microsoft para implementar un nuevo sistema de gestión empresarial único para todo el grupo que permita optimizar la interconectividad entre los sistemas de gestión entre los socios y de todos los almacenes asociados con la central de compras. Tras analizar las diferentes opciones que existen en el mercado se optó por Microsoft Dynamics NAV. El proyecto se llevará a cabo en tres fases: primero se implantará en la central de compras BigMat Promaespaña, posteriormente se definirá la solución homologada a nivel de grupo y se implementará en tres socios pilotos, y por último, se introducirá en el resto de los establecimientos del grupo.

Ega Master, única empresa industrial en obtener la 'Q de Oro'

Ega Master ha recibido el Premio Q Oro a la calidad total tras haber superado los 500 puntos en su evaluación de la excelencia en su gestión según el Modelo Europeo de Calidad Total EFQM. De esta manera, Ega Master se ha convertido en la única empresa industrial que ha entrado en tan prestigioso grupo de los 500 puntos y que ha recibido tan preciado galardón este año.

Este reconocimiento ratifica y certifica el camino emprendido por Ega Master hace 10 años en la mejora continua de sus sistemas de gestión, que ya le valió para obtener el Premio Q Plata en 2005 y 2008, convirtiéndose también en la primera empresa de su sector en hacerse acreedora a la primera de ellas y la única en lograrla por partida



Ega Master ha superado los 500 puntos en su evaluación según el modelo europeo EFQM.



>> TECNIRAMA

Interempresas

Plataforma elevadora

Para el trabajo a mediana altura en exteriores e interiores

Sherpa cuenta, entre sus productos, con la plataforma elevadora Boss X3 de hasta 2,55 m de altura de plataforma y 4,55 m de altura de trabajo. No motorizada y de caja robusta, con uniones de pivotes reforza-

La Boss X3 es de fácil manejo manual, control de botonera y llave de seguridad. Se transporta manualmente y la acción elevadora se desarrolla por baterías.

Es idónea para el trabajo a mediana altura en exteriores e interiores, ya que se puede transportar a través de pasillos permitiendo realizar giros al final del mismo o transitar por puertas estándar y ascensores. La plataforma elevadora Boss X3 es aplica-

ble en proyectos de construcción, fábricas, centros comerciales, puestos de venta, oficinas, labores de almacenaje y mantenimiento, limpiezas y trabajos de pintura. En definitiva cualquier trabajo de altura en interiores donde no se puede montar una gran estructura.

Producto con garantía Sherpa y con certificación CE EN 280





Escaleras y Objetos Prácticos, S.A.

Tel.: 902252320 comercial@eopsa.com



www.interempresas.net/P52645

Picaporte para puertas interiores

Se puede instalar en tan sólo cuatro minutos

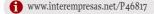
Kolser presenta un nuevo concepto de picaporte para puertas interiores que supone una verdadera revolución en su campo. Tiene numerosas ventajas como la instalación del picaporte en obra en tan sólo 4 minutos, la posibilidad de disminuir estos 4 minutos con la adquisición de la fresa adaptada. posibilidad de instalar estando la puerta ya colocada, la insta-



la con sólo el taladro y un destornillador y adaptado a todos los pestillos.

Kolser, S.A.

Tel.: 971373107 kolser@kolser.com



Tribulones

Proyección de bulón con tres vueltas de llave

La cerradura multipuntos Tribulones constituye el último exponente en cerraduras de alta seguridad. Cuenta con un nuevo diseño orientado a mejorar la seguridad y la comodidad del usuario final. La cerradura garantiza la máxima seguridad gracias a su cerradura central de entrada de 70 mm con tres grandes bulones planos de mayores dimensiones (20 x 14 mm). Además, ofrece las más altas prestaciones en resistencia al apalancamiento central y late-



ral gracias a la proyección de 36 mm de sus nuevos bulones. Esta proyección de bulón se consigue solamente con tres vueltas de llave por lo que la comodidad para el usuario mejora considerablemente con respecto a otros modelos de cerradura de iguales medidas de entrada.

Metalúrgica Cerrajera de Mondragón, S.A.

Tel.: 945262055 comercial@mcm.es



Remachadora a batería profesional ACCUBIRD®



MADE IN GERMANY
Remaches • Tuercas Remachables • Remachadoras

Escalera multiposicional

Fabricada en aluminio

La escalera Leopard de Plabell es multiposicional. Puede colocarse en apoyo vertical cercano o distanciado de la pared o en tijera, sobre cualquier superficie o en caballete. Leopard ha sido fabricada totalmente en aluminio, por lo que sorprende por su ligereza, al mismo tiempo que destaca por ser segura y muy práctica. Esta escalera está

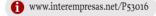


equipada con dos bases estabilizantes y plataformas perforadas para ser utilizada como andamio en posición de caballete.

La altura de apoyo de Leopard alcanza los 351 centímetros, 174 si hablamos de la altura en tijera. Cuenta con 12 peldaños y su peso total es de 13 kg.

Plabell Comercial, S.L.

Tel.: 973790963 plabell@plabell.com



Generadores

Con un nivel de sonoridad de tan sólo 51dB

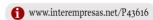
Antonio Moner presenta el modelo ID5000b, "el primer grupo electrógeno del mercado diésel de tecnología Inverter". Además, muestra la gama de generadores Kipor serie Ultra-Silent en versiones monofásicos y trifásicos a 1.500 rpm. con un nivel de



sonoridad de tan sólo 51dB (a 7 metros). Otros modelos que presenta son el IG2000-P, un generador digital de tecnología Inverter en formato Pack-Dúo que ofrece la posibilidad de la conexión en paralelo, consiguiendo con ello la duplicidad de potencia, llegando hasta los 4.000 W en el caso de la utilización de las dos unidades o 2.000 W si sólo se emplea una.

Ribe - Antonio Moner, S.L.

Tel.: 972546811 ribe@ribe-web.com



Cascos de seguridad y accesorios

Evitan cualquier riesgo de lesión

Conscientes de los riesgos laborales en el mundo de la construcción, Rubi amplia su gama de productos Rubiquip

para el equipamiento y protección del profesional. La finalidad de estos productos es proteger al usuario en su tra-

> bajo y evitar en lo posible cualquier riesgo de lesión.

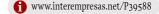
> Los cascos de seguridad Rubi están fabricados en material de polipropileno y constan de banda antisudor. El modelo SP tiene la suspensión de plástico y el sistema de ajuste es mediante aqujero-pivote. Y el modelo ST tiene la suspensión de tejido y se ajusta mediante rueda giratoria.

> Rubi también lanza al mercado dos accesorios para estos cascos, el protector facial y el protector auditivo. El protector facial protege contra la proyección de partículas mecánicas, salpicaduras líquidas, impactos de alta velocidad y media energía.

> El protector auditivo ofrece una protección cómoda y efectiva para ambientes de gran contaminación acústica.

Germans Boada, S.A. (Rubi i Cutman)

Tel.: 936806500 gboada@rubi.com





Rieles

Fabricados en aluminio

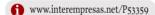


Riel Chyc comercializa rieles para cortinas fabricados en aluminio. Disponibles en diferentes modelos, cuentan con perfil de diferente distancias. Cada medida de perfil está disponible con y sin cordón.

Distribuye además todo tipo de accesorios para estos rieles como por ejemplo topes finales, soportes de frente, soportes de techo-frente soportes laterales, etc.

Riel Chyc, S.L.

Tel.: 902411111 rielchyc@rielchyc.com



Generador de 3,5 kVA Ligero y manejable

El grupo electrógeno M4000 H, fabricado por Preme, monta el motor GX200 4T Honda de arranque manual para generar una potencia máxima de 3.000 W. Esta máquina está equipada de serie con alarma de aceite, 2 bases monofásicas y magnetotérmico. Todos los componentes

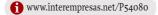


que incorporan las máquinas fabricadas y montadas por Preme son objeto de una rigurosa selección. Proceden de la Unión Europea o son marcas de reconocido prestigio a nivel mundial. (en este caso motor original Honda).

El M4000 H es una máquina ligera, de reducido tamaño y con un precio muy económico. Preme también ofrece este modelo con motor Robin – Subaru.

Manuel García López e Hijos, S.L. - Preme

Tel.: 981268400 comercial@preme.es





Tel.(34) 971 37 31 07 - (34) 971 37 32 09 / Fax (34) 971 37 42 78 kolser@kolser.com - www.kolser.com

Calibre medidor y verificador

Para interiores y exteriores



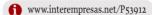
Calibre medidor y verificador para interiores y exteriores con cuerpo de aleación ligera y varilla de acero inoxidable templado.

Fácil de utilizar. Salida de datos RS232 mm/pulgadas, resistente al agua.

Puntas intercambiables para ranuras y roscas. De serie: reloj comparador 0,01 y dos puntas intercambiables. Suministrado en estuche de madera

Acha Herramientas de Precisión, S.L.

Tel.: 943120424 info@acha.com



Copia de llaves de coche

Para la mayoría de vehículos del mercado

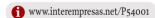


Con el P-BOX ID46, el dispositivo de copia de llaves transponder Fast Copy de Silca permitirá copiar la mayoría de los vehículos del mercado que lleven incorporados transponders crypto de los fabricantes Texas y Philips. Ello significa que se puede utilizar para marcas como Ford, Renault, Fiat, Opel, Chevrolet, Citröen, Peugeot, Honda, Hyundai, Jeep, Mitsubishi, Lancia y Nissan. Con ello, Silca pone al alcance de los profesionales de copiado de llaves una opción de negocio que hasta hace

poco estaba en manos de los concesionarios.

Silca Key Systems, S.A.

Tel.: 934981400 silca@silca.es



Gama de alicates

Pueden cortar hasta 5 mm de diámetro de acero



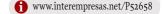
Los alicates Mastercut de Ega Master pueden cortar hasta 5 mm de diámetro de acero. Gracias al innovador sistema que desplaza el eje de giro acercándolo a la zona de corte, permite, con el mismo esfuerzo, lograr hasta un 60% más de fuerza en los filos de corte que en los alicates industriales habituales. Además, permite cortar alambres de acero de hasta 230 kg/mm² de resistencia a la tracción. Esto sólo es posible realizarlo sin dañar los filos de corte gracias al estricto control de la geometría y dureza de la zona de corte. Habitualmente ésta se comprueba visualmente y la dureza se mide en un durómetro convencional. En Ega Master, sin embargo, la zona de corte se visualiza a través de microscopio, controlando la geometría del filo.

Provistos del acabado Titacrom, desarrollado por Ega Master, resisten la oxidación hasta un 30% más que los alicates cromados convencionales, además de no descascarillarse frente a los golpes.

La gama la componen alicates universales, telefonistas y de corte diagonal, de entre 160 y 235 mm en las distintas versiones.

Ega Master, S.A.

Tel.: 945290001 master@egamaster.com

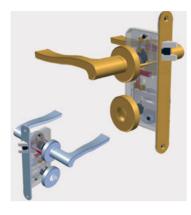




Picaporte silencioso

Posibilita el suave deslizamiento de la puerta

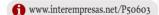
La tranquilidad en el hogar se consigue de muchas maneras, una de ellas es evitando ruidos innecesarios. El picaporte silencioso 1719X posibilita un suave deslizamiento de la puerta e impide la vibración de la puerta eliminando cualquier ruido ocasio-



nado por el vaivén de la misma. El picaporte ofrece también la posibilidad de colocar cadena a fin de garantizar la privacidad de la habitación o estancia.

Metalúrgica Cerrajera de Mondragón, S.A.

Tel.: 945262055 comercial@mcm.es



PROTEGEMOS SUS INVERSIONES

Minimizar los costos de mantenimiento y mejorar la seguridad laboral de su empresa no es una tarea sencilla. Enfocándonos en este problema, le ofrecemos una gran variedad de soluciones FLEXIBLES para facilitarle ese trabajo.

PROTECTORES DE ESTANTERIAS Y COLUMNA



BARRERAS PEATONALES, DE TRÁFICO Y DE ESTANTERIÍAS





PROTECTORES AUTO ADHESIVOS PARA MÚLTIPLES USOS



Good Breds St. Box 2 - 2 - 4 498 Rt July Company Compa

Barrera peatonal

Para demarcar pasarelas y zonas de paso





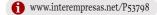
En zonas muy concurridas como fábricas o almacenes es de vital importancia que los empleados, los visitantes y los clientes siempre puedan visualizar sin confusión cuáles son y dónde se encuentran las zonas seguras.

Debido a que son claramente visibles, estas barreras de seguridad demarcan claramente las pasarelas y zonas de paso, de un simple vistazo y sin lugar a dudas, designando por dónde se puede y por dónde no se puede pasar.

Las barreras para demarcación peatonal pueden ser complementadas con puertas de acceso y demás elementos de seguridad y señalización. Son ideales para identificar y proteger las áreas de almacenamiento, maquinaria y equipo, además de denegar el acceso a los lugares que son potencialmente peligrosos.

Grupo Divetis, S.L.

Tel.: 961341558 ventas@divetis.es



Cintas

Para el tratado de las juntas de los paneles de yeso

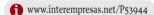


Rafael Vallés Arándiga S.L. dispone de una amplia gama de cintas para el tratado de las juntas de los paneles de yeso. Estas refuerzan los ángulos, ocultan la tornillería y ofrecen resistencia a las grietas.

También disponen de cinta específica para el aislamiento acústico. Dicha cinta se aplica sobre la zona del perfil que apoya contra la superficie, con el fin de romper el puente acústico.

Rafael Vallés Arándiga, S.L.

Tel.: 962254383 info@rafaelvalles.com



Andamio de aluminio plegable

Listo para usar sin necesidad de montaje

Flash está fabricado en aluminio anodizado para no ensuciar las manos durante el uso en el hogar. Tiene una plataforma para pisar y una escalera interior de acceso cómodo a 60 º integrada en la estructura

Una vez que se abre Flash está listo para usar sin necesidad de montaie.

Los tacos se han diseñado

para apoyar con una máxima adherencia al suelo. Para mover Flash basta con levantar desde un lateral y apoyar sobre dos ruedas que permiten trasladarlo cómodamente. Pasa a través de puertas y pasillos. Se encuentra equipada con bisagras de acero pintado, ruedas de nylon de 100 mm de diámetro, 2 cintas de cierra para el transporte, bandeja portaherramientas de P.V.C. con una capacidad de 10 kg y apertura rápida con

Hispano Industrias Svelt, S.L.

sistema de ganchos de bloqueo.

Tel.: 985793012 svelt@telecable.es



Cajas de caudales

Con una altura de 90 mm



La empresa BTV dispone de cajas de caudales modelo 20 con las siguientes medidas: altura de 90 mm, anchura de 300 mm y fondo de 240 mm.

El color de la puerta y del cuerpo es azul y se presentan con un peso bruto de 1,9 kg.

BTV, S.A.

Tel.: 902190386 btv@btv.es



www.interempresas.net/P53166

Gama de amoladoras

Con potencias desde 710 a 900 W



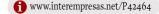
Varo presenta en su línea Power Plus azul una nueva colección de amoladoras. Cubriendo un rango de potencias desde los 710W (115 mm) y 900W (125 mm) hasta los 2.000W (230 mm). Esta gama supone una mejora interesante respecto a la anterior en aspectos relacionados con la facilidad de utilización.

Mejora de los interruptores, más visibles, así como el diseño 'long body', mucho más ergonómico.

Esta gama encaja perfectamente con el enfoque promocional y para usuarios ocasionales de la familia Power Plus azul.

Varo Ibérica Bricolage, S.L.

Tel.: 937597784 info.es@varo.com



ÍNDICE DE ANUNCIANTES

Acha Herramientas de Precisión, S.L.	3′
Ayerbe Industrial de Motores, S.A	13
Bianditz, S.A.	15
Celesa, S.A. "Bluemaster"	Portada
Central Fastener Co. LTD	11
Construlan - Bilbao Exhibition Centre_	
Ega Master, S.A.	Int. portada, ´
Ehlis, S.A.	23
Escaleras y Objetos Prácticos, S.A	3
Feliciano Aranzabal, S.A.	_Int. Contraportada
Fundación Ambilamp	57
Gesipa Fijaciones, S.A.	73
Grupo Divetis, S.L.	77
Hilaturas Perio, S.L.	5′
Hisnano Industrias Svelt S I	25

IFEMA - Feria de Madrid - Ferremad	4
IFEMA - Feria de Madrid - Sicur	5
Imcoinsa 1985, S.A.	30
Italsan, S.L.	6
Kolser, S.A.	7!
Peli Products, S.L.U.	3!
Plabell Comercial, S.L.	5
Ribe - Antonio Moner, S.L.	
Riel Chyc, S.L	4
Rolser, S.A.	
Sika, S.A.U	49
Silca Key Systems, S.A.	6!
Tomás Bodero, S.A.	Contraportada
Tyrolit, S.A.	63
Varo Ibérica Bricolage, S.L.	4'

NOVEDADES IMPORTANTES PARA LOS CLIENTES DE

nterempresas.

A partir de ahora los stands en la Feria Virtual de Interempresas.net son AUTOGESTIONABLES

Si usted tiene contratado un stand virtual en Interempresas.net, ahora puede gestionar sus contenidos a través de la herramienta "MIS DATOS"

- 1 Puede ver el listado de todos los **pabellones** en los que aparece su stand virtual; con posibilidad de solicitar los oportunos cambios.
- 2 Puede enviar notas de prensa, artículos periodísticos y otros materiales.
- Puede añadir, modificar o eliminar líneas de producto y marcas del stand virtual.
- 4 Puede añadir o eliminar ofertas y demandas del apartado de anuncios clasificados.
- 6 Puede añadir, modificar, reclasificar o reordenar catálogos y otros documentos del stand virtual.
- O Puede añadir o eliminar reseñas de producto, con su correspondiente fotografía, en el escaparate del stand virtual.

El mecanismo de gestión de catálogos y otros documentos se realiza de forma instantánea. La gestión de ofertas y demandas, líneas de producto, marcas, reseñas y notas de prensa es revisada por el departamento de gestión de contenidos de Interempresas para adecuarla a los criterios editoriales y a las normas de edición en beneficio de la calidad y claridad de la información y de la coherencia interna de la base de datos.

U ADEMÁS...

Se le enviará cada mes por correo electrónico una **ESTADÍSTICA COMPLETA Y DETALLADA** de las visitas recibidas en cada uno de los apartados de su stand virtual, o de cualquier otro de los espacios comerciales contratados, así como de los correos electrónicos y formularios enviados a través de los mismos.

nterempresas. Total interactividad, alta calidad de los contenidos y máxima transparencia



BOLETÍN DE SUSCRIPCIÓN

Interempresas publica ediciones especializadas para cada sector industrial. Si desea recibir durante un año todas las ediciones de uno o varios sectores, marque la casilla o casillas de su interés.

REVISTAS INTEREMPRESAS	EDICIONES AL AÑO	PRECIO ESPAÑA (precios sin IVA)	PRECIO EXTRANJERO (precios sin IVA)
		COMPRAR	COMPRA
METAL-MECÁNICA	11	80 €	184 €
FERRETERÍA	4	24 €	55 €
MANTEN., INSTAL. Y SEG. INDUSTRIAL	4	24 €	55 €
MADERA	4	24 €	55 €
CONSTRUCCIÓN	4	24 €	55 €
CERRAMIENTOS Y VENTANAS	4	24 €	55 €
OBRAS PÚBLICAS	9	54 €	124 €
NAVES INDUSTRIALES	9	54 €	124 €
OFICINAS Y CENTROS DE NEGOCIOS	4	24 €	55 €
EQUIPAMIENTO PARA MUNICIPIOS	4	24 €	55 €
JARDINERÍA Y ÁREAS VERDES	4	24 €	55 €
AGRICULTURA Y EQUIP. FORESTAL	9	54 €	124 €
GANADERÍA Y VETERINARIA	4	24 €	55 €
INDUSTRIA VITIVINÍCOLA	4	24 €	55 €
INDUSTRIA ALIMENTARIA	4	24 €	55 €
TÉCNICA Y GESTIÓN DEL AGUA	4	24 €	55 €
IND. QUÍMICA Y LABORATORIOS	4	24 €	55 €
ENERGÍAS RENOVABLES	4	24 €	55 €
RECICLAJE Y GESTIÓN DE RESIDUOS	4	24 €	55 €
COMPONENTES Y AUTOMATIZACIÓN	4	24 €	55 €
LOGÍSTICA INTERNA	4	24 €	55 €
ENVASE Y EMBALAJE	4	24 €	55 €
INDUSTRIA GRÁFICA	9	54 €	124 €
PLÁSTICOS UNIVERSALES	9	80 €	184 €

DATOS PERSONALES	
Empresa	N.I.F. —
Nombre	_ Apellidos
Dirección —	
Población	C.P
Teléfono	Fax
E-mail	
FORMA DE PAGO	
CHEQUE NOMINATIVO A NOVA ÀGORA, S.L. DOMICILIACIÓN BANCARIA	Fecha / /20
Nombre y Apellidos del titular	FIRMA DEL TITULAR
Código de cuenta de cliente (C.C.C.) Entidad Agencia DC	Nº de Cuenta
TARJETA DE CRÉDITO	
Nombre y Apellidos del titular	
Número tarjeta	Fecha de caducidad

La suscripción se renovará anualmente salvo orden en contra del suscriptor

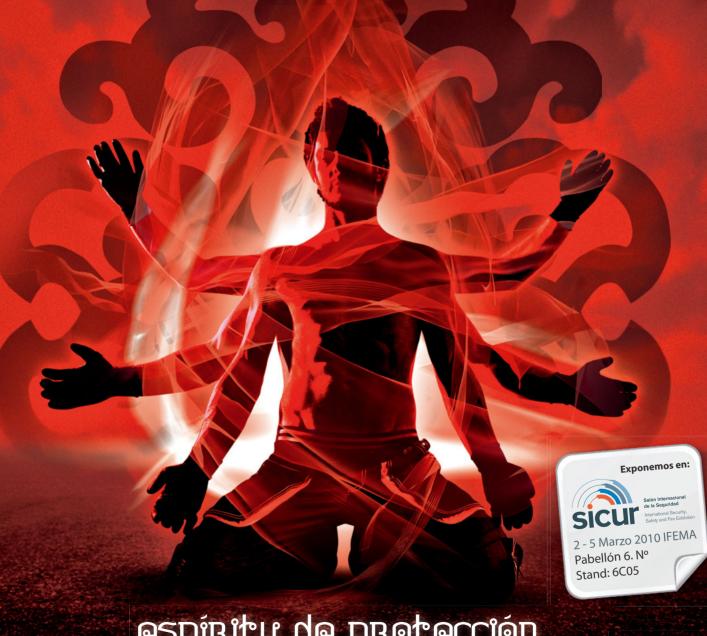




TOMÁS BODERO

SOLUCIONES PARA LA PROTECCIÓN DE LA MANO

TB, la reinvención de una gran marca



espiritu de protección

Tel. Atención al cliente: 902 44 66 22 • sologuantes@tomasbodero.com www.tomasbodero.com