FERRETERÍA

FERRETERÍA. BRICOLAJE. SUMINISTRO INDUSTRIAL

www.interempresas.net

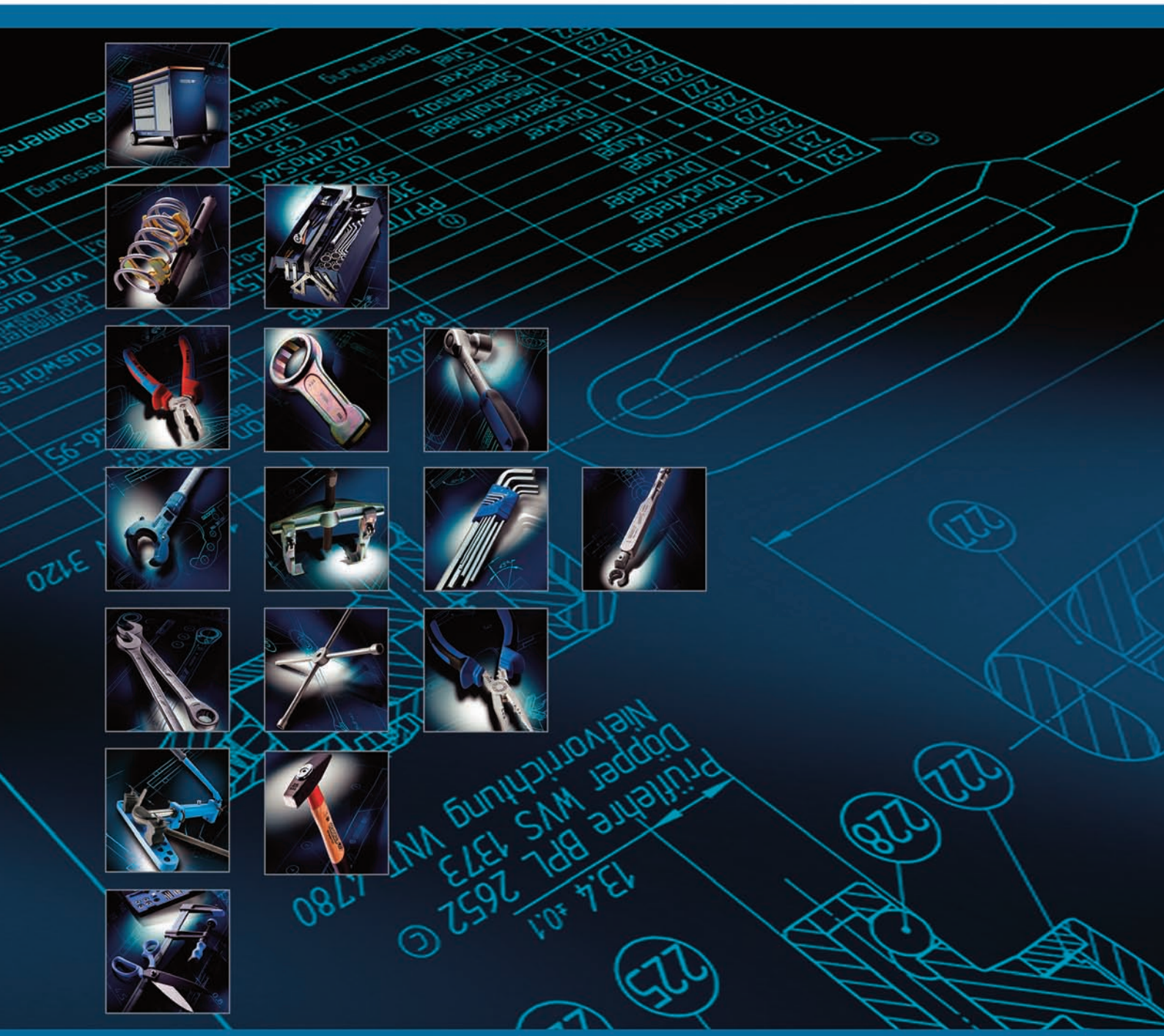
Entrevista a Balbino Menéndez, director general de Cecofersa

El II Foro del Bricolaje y Jardín analiza el comercio electrónico y las nuevas tendencias

La información sobre el producto resulta un valor añadido a la hora de comprar

Herramientas a punto tras ExpoCadena 2012

ABUS inaugura sus nuevas instalaciones



www.gedore.es

GEDORE

Herramientas para toda la vida

Agricultura
Horticultura
Profesionales y Centros de Jardinería
Vitivinícola
Ganadería
Producción Alimentaria
Industria del Aceite

Distribución Alimentaria
Distribución de Frutas y Hortalizas
Hostelería

Envase y Embalaje

Equipamiento Industrial

Obras Públicas
Urbanismo y Medio Ambiente
Construcción
Cerramientos y Ventanas
Instaladores

Industria Metalmecánica
Industria de la Madera
Ferretería
Talleres Mecánicos y Estaciones de Servicio

Química y Laboratorios
Plásticos Universales
Artes Gráficas

Energías Renovables
Automatización y Componentes

Naves Industriales
Oficinas y Centros de Negocios

Director
Ibon Linacisoro

Product Manager
Teresa del Hoyo

Redactora Jefa
Nerea Gorriti

Equipo de Redacción
Esther Güell, Laia Banús, Javier García, Anna León, Mar Martínez, David Muñoz, David Pozo

redaccion_ferreteria@interempresas.net

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

Delegación Madrid
Av. Sur del Aeropuerto de Barajas, 38
Centro de Negocios Eisenhower,
edificio 3, planta 2, local 4
28042 Madrid • Tel: 609 098 205

Director General
Albert Esteves Castro

Director Adjunto
Angel Burniol Torner

Director Técnico y de Producción
Joan Sánchez Sabé

Director Comercial
Aleix Torné Navarro

Directores de Área
Angel Hernández, Ricard Vilà

Jefes de División
Imma Borràs, Antonio Gallardo, Angel Hernández, María José Hernández, Marta Montoro, Ricard Vilà, Gustavo Zariquiey

Equipo Comercial
Enric Arqués, Rafael Ruiz-Carrillo

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 AEEPP

Queda terminantemente prohibida la reproducción total o parcial de cualquier apartado de la revista.

D.L. B-25.481/99 / ISSN 1578-8881

Sumario

ÉPOCA 2ª - Nº 904 / 2012 - 2

7 ÁNGULO CONTRARIO

¡Americanos or recibimos con alegía!

7 EDITORIAL

A la caza del consumidor final

9 EL PUNTO DE LA i

Bendita crisis

10 PANORAMAS

10 Comafe y Royo Group se integran al Comité Organizador de Eurobrico

16 INFORAMA

16 **Punto de vista:**
Entrevista a David Cazorla, Marketing & Trade Marketing manager en Adhesivos de Consumo
"Creamos nuevos productos / tecnologías a la misma velocidad con la que evolucionan las necesidades tan cambiantes de nuestros clientes"

20 **Punto de vista:**
Entrevista a Balbino Menéndez, director general de Cecofersa, miembro de Solfer
"Las organizaciones intermedias debemos dar soluciones a asociados y clientes, no ser un lastre"

22 El II Foro del Bricolaje y Jardín analiza el comercio electrónico y las nuevas tendencias

24 El puerto deportivo de Benalmádena acoge el BigMat Day 2012

26 La información sobre el producto resulta un valor añadido a la hora de comprar

30 De asociación a clúster, el salto 'lógico' '

32 Joker': Wera reinventa la llave fija

36 **Mundo jardín**
Nueva gama de barbacoas Genesco de Campingaz

38 **Mundo jardín**
60 años innovandoen el mundo de la barbacoa

40 Herramientas a punto tras ExpoCadena 2012

44 La importancia de la venta internacional

48 Super-Ego presenta sus nuevas ideas para el camping

50 Comodidad, emoción y sabor, ingredientes para aprovechar el buen tiempo

52 Sin límites y con cabeza, el estanque ideal

54 Buen balance de resultados al cierre de Sicur 2012

58 ABUS inaugura sus nuevas instalaciones

62 EMPRESAS

66 Entra en la recta final el proceso de integración de marcas de SNA Europe

72 TECNIRAMA

72 Cerradura de caja estrecha para perfil de cámara europea

74 La seguridad ante todo

76 Soluciones de almacenamiento Rack A.R.: para productos de cualquier peso y dimensión

80 GUÍA DE LA DISTRIBUCIÓN

Nueva Colección 2012

ROLSER

www.rolser.com e-mail: rolser@rolser.com

¡Americanos, os recibimos con alegría!

Ibon Linacisoro
ilinacisoro@interempresas.net

Por fin vamos encontrando nuestro modelo de negocio. Nada más equivocado que intentar llevar al país por la senda que otros recorren con éxito, como la de la competitividad o el desarrollo industrial, pero que va contra la naturaleza intrínseca del español. Vamos a ver, pero si lo que los europeos valoran de nuestro país es la chirigota y el cachondeo, ¿por qué nos empeñamos en ir contra esa corriente? Vayamos sin complejos a por ese pedazo Las Vegas que se están disputando Madrid y Cataluña y retomemos los Monegros como una opción todavía factible. Y que vengan todos a jugar, a pasarlo bien, a disfrutar de la vida, que como en España no se vive en ningún sitio, eso lo sabemos todos. El millonario de los Estados Unidos Sheldon Adelson recibió a sendas delegaciones de Madrid y Cataluña que defendieron con ahínco sus respectivas sedes como la ubicación ideal para EuroVegas. La empresa promete invertir hasta 18.800 millones de euros de aquí a 2022, lo que permitiría crear según sus cálculos 164.000 empleos directos y 97.000 indirectos.

Según Wikipedia, el municipio español que más se aproxima a los 164.000 habitantes es Alcorcón, con 168.523. O sea, prácticamente todo Alcorcón, incluidos neonatos, niños, adolescentes, adultos sin ganas de trabajar, jubilados e incluso curas… casi todos los habitantes de Alcorcón trabajarían en este gran homenaje al azar. Si sumamos los indirectos, la cifra asciende a 261.000 empleados, alguno más que los 256.065 habitantes de L' Hospitalet de Llobregat que incluso podrían invitar a familiares de otros municipios. En campos de fútbol es más fácil de ver. El Las Vegas español daría trabajo, imagínatelo visualmente, a los siguientes campos de fútbol llenos de parados: Camp Nou (100.000), Santiago Bernabéu (81.000), Mestalla (55.000) y Madrigal (25.000). Mucho, ¿verdad?

El complejo contará con 12 resorts, seis casinos, nueve teatros, hasta tres campos de golf, un escenario con 15.000 butacas… Pero vamos a ver, ¿a qué estamos esperando? Que sean tres por favor, inicialmente en Madrid, Cataluña y Monegros y luego ya veríamos. La comunidad que demostrara más gusto por la diversión, debería tener opción a su propio EuroVegas. Apostemos por lo que se nos da bien, el buen vivir, que ya lo hemos dicho, que como aquí no se vive en ningún sitio. Lo único que debemos hacer es ser un poco más laxos con las leyes. El Mister Marshall del siglo XXI solo pide cambiar el Estatuto de los Trabajadores y la Ley de Extranjería para acelerar la concesión de permisos de trabajo; dos años de exención total o casi total del pago de las cuotas a la Seguridad Social y de todos los impuestos estatales, regionales y municipales; que el Estado sea garante de un préstamo de más de 25 millones de euros y nuevas infraestructuras (metro, Cercanías, carreteras, conexión con el AVE). También quiere que la autonomía y ayuntamiento afortunados le cedan todo el suelo público que poseen en la zona, "reubiquen las viviendas protegidas en otros emplazamientos" y expropien el suelo que esté en manos privadas. Pide una ley que le garantice exclusividad y ventajas fiscales durante 10 años. Que se permita a menores y ludópatas reconocidos entrar en los casinos, en cuyo interior se podría además fumar. Y un detallito más: cambiar también la Ley de Prevención de blanqueo de capitales. Pero bueno, esta es la condición más fácil de otorgar, porque ya estamos en ello.

Españoles todos, la vida es una tómbola, tom tom tómbola, dejémosla que fluya y no nos pongamos dignos. Ya que va de citas, aquí va la de este siglo: "Yo por un Camp Nou, Santiago Bernabéu, Mestalla y Madrigal, llenos de empleados, ¡mato!"

Si desea realizar comentarios o ver más artículos del autor: www.interempresas.net/angulocontrario

EDITORIAL

A la caza del consumidor final

Hace ya tiempo que vienen produciéndose en el sector de la ferretería y el bricolaje una serie de movimientos estratégicos que buscan afianzarse en un momento harto turbulento. Buen ejemplo de ello es la creación de Solfer, unión de Cecofersa, Coferdroza y Coarco, cuyo objetivo es aunar esfuerzos y aprovechar sinergias, o la unión también reciente de Comafe y Cofac.

En definitiva, se trata de situarse dentro de un mercado convulso con las mejores ofertas, máximos servicios y mayores ventajas a fin de ofrecer "soluciones a asociados y clientes, no ser un lastre", en palabras de Balbino Menéndez, director general de Cecofersa, a quien entrevistamos con motivo del nacimiento de Solfer.

Centralizar gastos y reducir costes serán algunos de los primeros objetivos, pero también analizarán a fondo las necesidades de este mercado tan cambiante, y apostarán fuerte por las nuevas tecnologías.

Porque el comercio electrónico será uno de los que más crecerá, aunque sea sólo por la propia inmadurez actual, en los próximos años. Por ello, será también uno de los temas protagonistas del II Foro de Fediyma, celebrado este año en París, donde además podremos comprobar las tendencias entre consumidores, las diferencias entre el mercado español y el europeo y conocer las líneas a seguir en este sector. Al final son los consumidores los que marcan las tendencias futuras y a los que las empresas deben escuchar con más atención. Consumidores y usuarios cada vez más experimentados, exigentes y bien informados que quieren, no sólo soluciones, sino soluciones fáciles. Así que ellos son, al fin y al cabo, las 'presas' a las que hay que atraer y, esto es lo más difícil, fidelizar.

Para ello el sector de la ferretería y el bricolaje cuenta con una ventaja respecto a otros mercados y es su dinamismo. Si algo le define es su constante renovación y la búsqueda continua de nuevos atractivos. Podremos verlo en ferias como los próximos BigMat Days, que seguro lograrán de nuevo un alto índice de participación y de negocio y que tomarán el relevo a la última edición de ExpoCadena, la feria privada organizada por grupo Ehlis y que congregó un buen número de expositores y visitantes. Profesionales interesados en conocer las novedades presentadas y los reclamos que podrán utilizar en sus respectivos centros y puntos de venta. Innovación, diseño, color, facilidades de uso, instrucciones y asesoramiento son factores que permiten diferenciar un producto de otro. Lo saben bien los fabricantes de herramientas, algunos de los cuales nos explican sus estrategias para desmarcarse de la competencia y hasta qué punto juega un papel fundamental la inversión en I+D.

En este sentido, cobra especial importancia la apuesta de Herramex por convertirse en clúster (actualmente en fase de preclúster), con el objetivo de mejorar la competitividad a todos los niveles, "más ahora en que es más necesario que nunca preparase para salir de la crisis en que está inmerso el sector". E identificar las oportunidades comunes y afrontar juntos retos que no podrían abordarse individualmente serán claves para ello.

¿Será que el sector reconoce al fin la necesidad de colaborar? Esperemos que sí, si quiere continuar 'vivo' y no ser pasto de tiburones de mayor envergadura. Pero ese es otro tema.

EUROBRICO
FERIA INTERNACIONAL DEL BRICOLAJE
INTERNATIONAL DIY FAIR

HOME&GARDEN IMPROVEMENT
www.feriavalencia.com/eurobrico

TODO PARA EL BRICOLAJE

3-5 OCT'12

FERIA VALENCIA

www.feriavalencia.com · feriavalencia@feriavalencia.com · tel. (0034) 902 74 73 30 · fax: (0034) 902 74 73 45

el punto DE LA i

Albert Esteves
aesteves@interempresas.net

Bendita crisis

Mi padre fue un empresario de éxito. Fundó su empresa en los años sesenta partiendo de cero y la fue desarrollando en las décadas siguientes a base de trabajo y de tesón hasta conseguir un notable volumen de negocio y un elevado prestigio internacional. En los treinta años que duró su singladura empresarial pasó épocas de gran expansión y otras de enormes dificultades. Pero cada año, por Navidad, con la familia reunida en torno a la mesa, a la hora de los turrones y los mantecados, tanto en los años buenos como en los años malos, siempre proponía el mismo brindis: "para que el año que viene no sea peor que éste".

Discúlpenme esta digresión nostálgica pero la recordé hace poco cuando un colega me comentó que en las pasadas Navidades un consejero de Economía se despidió de sus colaboradores diciéndoles "disfrutad de estas fiestas porque, a partir de ahora, cada año será peor que el anterior". Y justo en esas estamos, efectivamente. Cerrado el primer trimestre de 2012, los datos y los indicios no pueden ser más desalentadores. Hemos vuelto a entrar en recesión, siguen cerrando empresas, el paro no deja de aumentar, se debilita la demanda interna y empieza a decaer la exterior, el crédito no fluye y todo parece indicar que la contracción fiscal y el recorte presupuestario acabarán de machacar nuestra maltrecha economía en los próximos meses. Las estadísticas de algunos sectores clave producen verdadero pavor: las matriculaciones de camiones están en mínimos desde 1985, las de automóviles desde 1986, y el consumo de cemento en mínimos desde 1967…

No hay nada en las expectativas económicas a corto y medio plazo que inviten al optimismo. Pero este marco tan sombrío nos brinda también enormes oportunidades

No nos engañemos. No hay nada en las expectativas económicas a corto y medio plazo que inviten al optimismo. La economía española va mal, seguirá empeorando en lo que queda de año y probablemente en el siguiente. Éstos son los parámetros del modelo y a ellos debemos atenernos a la hora de tomar cualquier decisión, en lo empresarial e incluso en lo personal. Lo contrario sería suicida. Sin embargo, este marco tan sombrío nos brinda también enormes oportunidades. Y es nuestra responsabilidad saberlas detectar, explorar y aprovechar. Oportunidades para reinventarnos, para crecer o para decrecer, para redirigir nuestra producción a otros sectores o a otros mercados, para cambiar el modelo de negocio, para aunar nuestros esfuerzos con los de otras empresas. O incluso, por qué no, para terminar de una vez con lo que ya no tiene remedio y empezar de nuevo con otros horizontes.

Son tiempos de grandes cambios. El paisaje ya no será el mismo cuando amaine la tormenta. Habrá causado gran devastación pero habrán nacido árboles nuevos y otros se habrán fortalecido. Inmersos en lo más crudo de la tempestad y viendo en el cielo la amenaza de las nubes negras queda poco lugar para la esperanza. Pero es en la oscuridad donde es más fácil detectar el brillo tenue de una cerilla.

Bendita crisis, hubieran gritado nuestros abuelos si hubieran tenido entonces la situación que hoy calificamos de dramática

Mi padre nació en el año veintinueve, el año de la gran depresión. Mi abuelo se fue al exilio después de haber luchado en el frente y mi padre y sus hermanos tuvieron que ponerse a trabajar a los once años. Vivieron duramente la posguerra y el racionamiento. Y pasaron hambre. Como casi todo el mundo en aquellos años.

Los que pasamos de los cincuenta, los que ya peinan canas o los que tenemos poco que peinar, no sabemos lo que es pasar hambre. Somos la primera generación que no ha tenido que vivir ninguna guerra, ninguna gran epidemia, ninguna gran depresión. Sostenemos un Estado del Bienestar que, pese a los recortes y las ineficiencias, garantiza a todo el mundo una adecuada cobertura sanitaria y educación para nuestros hijos hasta los dieciséis años. Ninguna de las generaciones que nos precedieron gozó de tantos derechos y de tanto nivel de bienestar. Esto es así, y lo va a seguir siendo, aunque el PIB se nos caiga un 2% o el paro se ponga en el 23%. Bendita crisis, hubieran gritado nuestros abuelos si hubieran tenido entonces la situación que hoy calificamos de dramática.

Estamos pasando un mal momento económico y empeorará en los próximos meses. No asumirlo sería ingenuo, y actuar sin tenerlo en cuenta, una enorme temeridad. Pero no se otean en el horizonte los cuatro jinetes del Apocalipsis. Mi padre volvió a desear la pasada Navidad que este año no fuera peor que el anterior. Y tal vez sus deseos no se cumplan para el conjunto de la economía. Pero para cada uno de nosotros, procurar que no lo sea es de nuestra exclusiva responsabilidad. No hay lugar para el lamento y menos aún para la resignación.

Si desea realizar comentarios o ver más artículos del autor: www.interempresas.net/puntodelai

PANORAMA

La PMcM pide a Rajoy garantías para que el dinero fluya hasta pymes y autónomos

La Plataforma Multisectorial contra la Morosidad (PMcM), impulsora de la Ley 15/2010 de Lucha contra la Morosidad en las Operaciones Comerciales, asistió a la reunión que mantuvo el presidente del Gobierno, Mariano Rajoy, con los principales representantes de proveedores de comunidades autónomas y ayuntamientos para presentarles el plan de 35.000 millones de euros puesto en marcha para liquidar las facturas pendientes de estas administraciones. El presidente de la PMcM, Rafael Barón, tuvo ocasión de trasladar personalmente al Ejecutivo su petición de que, una vez que los ayuntamientos y comunidades autónomas empiecen a pagar a sus proveedores, "se generen mecanismos que garanticen que este dinero fluya hasta el último eslabón de la cadena, es decir, que se asegure que las empresas que cobren de las AA.PP. paguen las facturas que les adeudan a su vez a sus respectivos proveedores, en su mayoría pymes y autónomos, para que la efectividad de la medida tenga un efecto cascada real y definitivo".

Coarco causa baja en Ancofe

Con fecha 1 de febrero de 2012, previo acuerdo consensuado por ambas partes, la cooperativa tinerfeña Coarco causó baja en la Agrupación Nacional de Cooperativas (Ancofe). Según el comunicado de Ancofe, la decisión de ambas sociedades de tomar caminos separados se produce de forma "ordenada y sin traumas para las mismas así como para los proveedores/colaboradores", y en este sentido todos ellos recibirán un comunicado firmado de forma conjunta informándoles puntualmente.

Comafe y Royo Group se integran al Comité Organizador de Eurobrico

El comité organizador de Eurobrico anuncia ciertas novedades de cara a la celebración de su próxima edición, que tendrá lugar en las instalaciones de Feria de Valencia los días 3, 4 y 5 de octubre de 2012. Con el objetivo de contar con el asesoramiento de los mejores profesionales del sector del bricolaje, la ferretería y el DIY, el máximo órgano consultivo de la Feria Internacional del Bricolaje cuenta este año con dos nuevos miembros gracias a la incorporación de Comafe, Cooperativa Madrileña de Ferreteros y Royo Group, multinacional especializada en muebles de baños y complementos. De la mano de sus directores generales, Alfredo Díaz y Raúl Royo respectivamente, las compañías intervendrán activamente en la toma de decisiones del certamen, en representación de su sector de actividad.

Acuerdo de colaboración comercial Aside-Ehlis

Tradicionalmente, Aside y Ehlis han mantenido una relación excelente y cordial, siendo cuatro los socios que Aside, a día de hoy, comparten enseña. A raíz de estas experiencias positivas, y en aras de completar la cobertura que Aside ofrece a sus socios en la vertiente industrial, los presidentes de ambas entidades, Pedro Duran y Pedro Ehlis, suscribieron un acuerdo de colaboración, validado por la dirección general de Ehlis y la junta de socios de Aside. Según el acuerdo, Ehlis apoyará a todos los socios de Aside en el canal de ferretería de consumo. Así, desde el pasado 1 de abril, todos los socios de Aside se benefician de las herramientas de marketing que Cadena 88 proporciona a sus asociados y tienen a su disposición los servicios y surtidos proporcionados por el almacén central y los siete 'Cash&Carry' de Ehlis.

Ferbric incorpora seis nuevos asociados

Ferbric ha incorporado seis nuevos asociados durante el primer trimestre del año. Se trata de Aros Bricolage (Sant Celoni, Barcelona), Landino Berman (Mahón, Menorca), Ferretería Sai (Piera, Barcelona), Ferretería Sayez (Alcossebre, Castellón), Ferretería Molferma (Alhora, Malaga) y Comercial Durma (Illescas, Toledo). Con ello, Ferbric sigue su proceso de expansión, contando en este momento con 58 puntos de venta.

Los asociados a AFEB valoran positivamente el 'Desayuno ATB'

Unas 48 personas, pertenecientes a 30 empresas asociadas a la AFEB, se desplazaron expresamente a Palencia para asistir al 'Desayuno AFEB-ATB'. Allí, los máximos responsables de ATB, Guillermo Leal (consejero delegado) y David Navas (gerente), explicaron a los presentes quién es ATB (datos de crecimiento, mercados de referencia, surtidos medios, etc.) y lo que pretende ser, por lo que incluyó un riguroso análisis de las debilidades y fortalezas de ATB explicadas por sus propios responsables y una exhaustiva explicación de su Proyecto Estratégico 2009-2013. De este modo, los asociados de la AFEB tuvieron una oportunidad única para conocer el funcionamiento interno de ATB y grado de implementación y puesta en marcha de muchos de los contenidos que fueron diseñados en el plan estratégico de ATB.

La AFEB define nuevos servicios para 2012

Con un quórum de participación inusual en una Asamblea General, AFEB, la asociación española de bricolaje y ferretería, logró reunir en Madrid a 57 personas pertenecientes a 34 empresas asociadas. En el acto se nombró a Jesús González como presidente de honor de la asociación, nombramiento que fue aprobado por unanimidad de los asistentes. Durante la asamblea se presentaron los proyectos a realizar durante el 2012 en el marco de los actuales comités de trabajo: Desayunos de la Afeb con la distribución, ya confirmados, seminarios sobre 'Adecuación Empresarial', sobre la nueva Reforma Laboral, 'Benchmark', foros económicos, informes de coyuntura, viajes a puntos de venta en Europa (a través de un cuestionario de valoración que incluía varios países, su mayor interés en visitar puntos de venta de Alemania) y misión comercial a Colombia. Por otro lado, también se definieron los nuevos servicios demandados por los socios quienes, a través de un cuestionario, valoraron la importancia de que la Afeb invirtiera parte de sus recursos en los servicios de asesoría jurídica y nuevas tecnologías.

Fercodis edita su 'Catálogo de proveedores 2012'

Fercodis ha editado el 'Catálogo de Proveedores 2012'. Esta edición recoge a todos los proveedores homologados por esta central de compras y servicios y es una valiosa herramienta comercial puesta a disposición de todos los asociados a Fercodis. Su moderno diseño, elaborada disposición de los espacios y óptimo tratamiento de los productos de los proveedores, hacen de este catálogo un elemento de ayuda para estos a la hora de facilitar la comercialización, incrementando de esta manera, el valor de la inversión de los mismos. Un año más, Fercodis promueve la colaboración con sus proveedores homologados, quienes apuestan por la innovación y calidad en sus productos y servicios, así como por un escrupuloso respeto al canal de distribución, como características fundamentales de dicha colaboración.

Interempresas Ferretería ya tiene Twitter

Siguiendo con su política de abrirse a nuevas iniciativas, Interempresas ha puesto en marcha diversas cuentas de Twitter a fin mantener informados constantemente a sus lectores. En el ámbito de la ferretería, el bricolaje y el suministro industrial, el perfil ie_ferreteria contiene las últimas noticias del sector. Junto a este perfil, Interempresas ha puesto en marcha otros como:

ie_metal
ie_plastico
ie_graficas
ie_agro
ie_alimentacion
ie_obrapublica
ie_construcción
ie_naves
ie_ferreteria

Ferroforma-Bricoforma celebrará su 20ª edición "premiando a los expositores"

La organización de Ferroforma-Bricoforma, Feria Internacional de Ferretería y Feria Internacional del Bricolaje, respectivamente, ha acordado tras la celebración del tercer Comité Técnico Asesor, conmemorar la 20ª edición de este certamen ofertando unas tarifas preferentes a las empresas que han sido expositoras en las dos últimas ediciones celebradas. Ambos certámenes, que se celebrarán del 12 al 15 de marzo de 2013 en Bilbao Exhibition Centre, sumarán a esta propuesta otras ventajas y promociones a las empresas expositoras de la próxima edición de Ferroforma-Bricoforma como, por ejemplo, financiación al '0%', mantenimiento de los precios de la edición anterior, descuento por pronta inscripción, 'packs' de stands llave en mano y 'packs' que engloban alojamiento, aparcamiento, comida y entradas, organización de jornadas, talleres y exhibiciones de producto, etc.

Coferdroza edita su nuevo catálogo de productos con stock permanente

La Cooperartiva de Ferreteros y Drogueros de Zaragoza, Coferdroza, ha editado su nuevo catálogo de productos con stock permanente. Una nueva edición totalmente renovada y actualizada que consta de dos volúmenes donde destacan su atractivo diseño y la nueva presentación, ahora encuadernada en rústica para mayor comodidad. El volumen de 'Ferretería' tiene 768 páginas y 18.000 productos mientras que el de 'Artículos para el hogar', además de disponer de 276 páginas y 4.000 productos, incluye toda la gama de droguería, 1.500 referencias de consumo habitual en ferreterías y suministros industriales.

Nueva sede de Unifersa en A Coruña

Unifersa ha concluido con éxito el traslado a las nuevas instalaciones que este grupo de compras adquirió en el polígono industrial de Vilar do Colo- Fene en A Coruña. Estas nuevas instalaciones de 10.000 metros cuadrados permitirán a la enseña mejorar sustancialmente sus servicios y su atención a cliente. Desde finales de marzo están totalmente operativas y disposición de los visitantes las distintas áreas de gestión de la empresa. El nuevo domicilio de la sociedad es Unifersa, 2006 S. A., Rua Leme, s/n (polígono industrial Vilar do Colo) de 15500 Fene – A Coruña. La atención telefónica será en el teléfono: 981396474 y el fax: 981396470.

Eurobrico se reúne en Colonia con las principales cadenas de distribución europeas

La Feria Internacional del Bricolaje, Eurobrico, ha puesto ya en marcha la operativa para la organización de su próxima edición, y lo ha hecho con las miras puestas en reforzar un año más la afluencia de compradores internacionales que se desplacen hasta la muestra en su convocatoria de 2012. Para ello, el certamen se dio cita en la última edición de la feria de ferretería de Colonia, la Internationale Eiswarenmesse, celebrada del 4 al 7 de marzo en la ciudad germana. Hasta allí se desplazó un equipo de Eurobrico, con la presencia del director de la feria Alejandro Roda, quien mantuvo diversos encuentros con los principales representantes de la distribución de bricolaje y ferretería en Europa. Tal y como explica él mismo, "aprovechando el salón alemán hemos podido reunirnos con las cadenas líderes del DIY y el mundo del 'garden' de países de referencia como Bélgica, Francia, Alemania y Austria". Los encuentros, explica, pusieron de manifiesto el gran interés que despierta en los mercados foráneos la oferta de la industria del bricolaje de la Península Ibérica.

CELESA S.A. Polígono Industrial Astolabeitia C/ Matxingoia 2 48220 ABADIANO Vizcaya Spain
Tel 946 232 532 Fax 946 201 763 E-mail celesa@bluemaster.es www.bluemaster.es

POWERPLUS

DESIGNED AND MARKETED BY VARO

LOW PRICE EDITION

POW1003

POTENCIA: 350W. 1 SIERRA INCLUIDA

VELOCIDAD: 3.000 REV / MINUTO

GROSOR DE CORTE: 55 mm

POW204

POTENCIA: 500W

VELOCIDAD DE GIRO: 11.000 REV/MIN

DIAMETRO DEL DISCO: 115 mm

POW4012

POTENCIA: 135W

SUPERFICIE DE LIJADO: 187 x 90 mm

1 HOJA DE LIJA INCLUIDA

POW30002

POTENCIA: 500W. DIAMETRO 13 mm

VELOCIDAD DE GIRO: 3.000 REV / MIN

GIRO REVERSIBLE . FUNCION PERCUTOR

POW30540

POTENCIA: 300W

MARTILLO 3 EN 1:

TALADRA, PERCUTE Y ATORNILLA

POWX1705

POTENCIA: 1100W 8 BAR

CAUDAL: 180 L/min

SIN ACEITE

POWX1720

POTENCIA: 1100W 8 BAR

CAUDAL: 180 l/min TANQUE 6L

SIN ACEITE

POWX1735

POTENCIA: 1500W 8 BAR

CAUDAL: 222 l/min

TANQUE 24L

POWX1750

POTENCIA: 1500W 10 BAR

CAUDAL: 222 l/min TANQUE 50L

SIN ACEITE

POWXQ8125

POTENCIA: 2200W 10 BAR

CAUDAL: 270 l/min

TANQUE 50L

"Creamos nuevos productos / tecnologías a la misma velocidad con la que evolucionan las necesidades tan cambiantes de nuestros clientes"

Sinónimo de calidad, Henkel es una marca a la que todos estamos acostumbrados ya sea al comprar un adhesivo de uso doméstico o, menos conocido para muchos, para su uso en la construcción. Son varios los retos a los que se enfrentan los fabricantes de adhesivos en materia de seguridad y sostenibilidad y cada vez mayores las exigencias de usuarios finales y mercados. David Cazorla, Marketing & Trade Marketing Manager en Adhesivos de Consumo, detalla en esta entrevista cuáles son las novedades, cuáles los retos y ventajas competitivas de sus productos.

Entrevista a David Cazorla, Marketing & Trade Marketing manager en Adhesivos de Consumo

Nerea Gorriti

En Henkel fabrican adhesivos industriales y también para particulares ¿Qué diferencias hay, a grandes rasgos, entre los productos y canales de distribución?

En Henkel no hablamos de diferencias sino que una división se nutre de la otra. La división de consumo se 'aprovecha' de la constante herencia industrial de Henkel aplicando a sus productos las tecnologías más punteras que desarrolla para mercados muy exigentes (aeronáutica, electrónica, automovilismo, etc). Y, por su lado, la división de consumo trabaja en el desarrollo de marcas y conceptos que sean claros y relevantes para los usuarios, dotando de contenido a las marcas que en algunos casos utiliza también el área de adhesivos industriales.

¿Qué retos supone el desarrollo de nuevos productos en cuanto a innovación y mejora de prestaciones?

La innovación es parte del ADN de Henkel y es esencial en nuestro negocio, tanto es así que el 3% de las ventas a nivel global va destinado a I+D+i. Concretamente en España tenemos dos centros de Centro de Tecnologías Avanzadas uno en el ICIQ de Tarragona y otro en la Universidad Autónoma de Barcelona donde se investiga en diversos ámbitos de la química, ciencias de los materiales y se desarrollan y testan nuevos adhesivos.

"Los productos profesionales se distribuyen en distintos canales: tiendas en las que se fabrican ventanas de aluminio, suministros industriales, tiendas de saneamiento, almacenes de construcción y tiendas de pintura"

¿Cuáles son los principales retos de la industria de los adhesivos en la actualidad? Por ejemplo, ¿lograr productos no agresivos con el medio ambiente?

Uno de nuestros principales retos es el desarrollo de productos cada vez más sostenibles para el medio ambiente que vele a la vez por la salud del consumidor y especialmente del aplicador profesional que está constantemente en contacto directo con ellos.

Nos centramos también en la innovación y la creación de nuevos productos / tecnologías a la misma velocidad con la que evolucionan las necesidades tan cambiantes de nuestros clientes (sectores realmente dinámicos y que están evolucionando de manera muy rápida como la electrónica, industria en general, automoción, sector energético...).

Claros ejemplos son la barra de pegamento Pritt, que es la única barra de pegamento del mundo elaborada en un 90% de materiales renovables, no contiene disolventes y su envase está fabricado con plásticos reciclables, o el nuevo Pritt Ecomfort Roller Corrector, el primer corrector del mundo fabricado con un 89% de plástico natural que se extrae de las plantas (Ingeo Bioplastic) con la consecuente reducción de la emisión de CO_2.

De hecho, la innovación es clave en este segmento. ¿Qué porcentaje supone la inversión en I+D en Henkel?

Tal y como he comentado anteriormente el 3% de las ventas de Henkel se invierten en I+D+i.

A escala global el negocio de adhesivos cuenta con 9 centros de desarrollo de tecnologías, 45 centros de desarrollo de producto y diversos centros de 'Open Innovation' que colaboran con universidades y centros de investigación. Todo ello proporciona trabajo a 1.600 personas.

¿Qué novedades han lanzado al mercado recientemente?

Loctite se expande más allá de los adhesivos instantáneos y lanza el nuevo Hybrid Glue, el adhesivo más rápido del mercado para "superficies grandes": un producto que une la fuerza del poliuretano y la versatilidad del polisiloxano. Es un claro ejemplo de la herencia industrial aplicada al gran consumo.

Pattex, por su parte, sigue presentando novedades como el Pattex 100% que gracias a su fórmula con 100% ingredientes activos y 0% disolvente es capaz de pegar fuerte en cualquier condición, tanto en el interior como en el exterior.

Pritt Stick se supera una vez más y nos presenta una fórmula mejorada muy superior a sus competidores, que pega más fuerte, se desliza mejor y es más eficiente.

¿Cuáles son los productos más demandados habitualmente?

Los productos más demandados por el consumidor varían mucho según el tipo de usuario al que nos dirigimos. Si nos referimos al "bricojalero" los productos más demandados son los que tienen un concepto claro y responden a las necesidades de este target, por ejemplo Pattex Barrita Arreglatodo y la gama de Pattex No Más Clavos.

Si nos referimos al consumidor del hogar por supuesto Loctite Super Glue 3 es el producto estrella y nuestra barra de pegamento Pritt es el favorito de los más pequeños.

¿Qué canales de distribución son los más utilizados por Henkel para los productos profesionales? ¿Y los de uso general?

Los productos profesionales se distribuyen en distintos canales: tiendas en las que se fabrican ventanas de aluminio, suministros industriales, tiendas de saneamiento, almacenes de construcción y tiendas de pintura.

Los de uso general tienen también una amplia gama de canales de distribución que van desde papelerías o canal alimentación a droguería, centros de bricolaje, ferretería, etc.

Nuevo Pritt Ecomfort Roller Corrector, el primer corrector del mundo fabricado con un 89% de plástico natural que se extrae de las plantas (Ingeo Bioplastic) con la consecuente reducción de la emisión de CO_2.

Los adhesivos se utilizan cada vez más para mercados como la construcción, entre otros.

¿Qué sectores de aplicación tienen y cuáles son los productos más destacables éstos?

Los selladores son los principales productos que se utilizan en la construcción. Las siliconas para el sellado de juntas en carpintería, ventanas, perfiles, cubiertas, paneles prefabricados, juntas marco-obra, ... Las masillas acrílicas para el sellado interior de grietas, fisuras, molduras decorativas, ... Polímeros híbridos para el sellado y pegado de cualquier tipo de materiales en cualquier situación.

Otros productos complementarios son los adhesivos de montaje para el pegado de paneles, zócalos, rodapies, anclajes químicos para fijaciones de alta resistencia, adhesivos de PVC para pegado de tuberías y espumas de poliuretano para trabajos de aislamiento, fijación, relleno e insonorización.

Centrándonos más en la empresa, ¿qué posición ocupa Henkel, división adhesivos, en el mercado nacional e internacional?

Henkel en su división de adhesivos es el líder absoluto tanto en el mercado de interno como en el internacional. A su vez también es líder en el mercado industrial como en el de adhesivos de consumo. Manteniendo y aumentando su liderazgo durante los últimos años.

A nivel global la división de adhesivos representa el 45% de las ventas mundiales siendo las ventas nominales de 7.746 millones de euros (datos 2011). ■

Nuevo Hybrid Glue, el adhesivo más rápido del mercado para 'superficies grandes'.

¿Tienes máquinas?

Ferrotall
HERRAMIENTA DE FUTURO

Compramos y vendemos todo tipo de maquinaria.
Disponemos de un amplio stock en continuo movimiento.

Tel. 966 662 296 / Fax 966 663 856 / www.ferrotall.com / ferrotall@ferrotall.com

Elche Parque Industrial - C/ Nicolás de Bussi, nº 44 (03203) ELCHE (Alicante)

"Las organizaciones intermedias debemos dar soluciones a asociados y clientes, no ser un lastre"

El pasado 29 de febrero se presentó oficialmente el acuerdo alcanzado entre las 3C: Cecofersa, Coferdroza y Coarco por el cual ha nacido Solfer – 'Soluciones para ferreterías', con 792 puntos de venta. Desde su creación, Solfer ha negociado ya con algunos proveedores, extendiendo la logística a Madrid y realizando un primer borrador de las tres futuras cadenas de ventas: Ferry Plus, Ferry Pro y Ferry Shop. Balbino Menéndez, director general de Cecofersa expuso durante la presentación, el potencial del grupo, las diferentes 'soluciones' que aporta y su realidad actual. Detalles que hemos querido ampliar más detenidamente.

Entrevista a Balbino Menéndez, director general de Cecofersa, miembro de Solfer

Laia Banús

¿Con qué objetivos básicos y comunes se han unido sus organizaciones?

El acuerdo de la central de compras Cecofersa con las cooperativas Coferdroza y Coarco nace de la necesidad de buscar nuevos caminos y oportunidades encaminados a aportar nuevos valores a la cadena de suministro, ofrecer ventajas a los proveedores, satisfacer las necesidades del cliente profesional y particular, asegurar el futuro de nuestros socios y asociados y garantizar el crecimiento personal y profesional de nuestras organizaciones. La meta es liderar el sector de la ferretería y suministro industrial en España y Portugal centralizando esfuerzos para reducir costes y posibilitar el crecimiento. Todo ello basado en la confianza mutua y el respaldo en la experiencia y en el esfuerzo de las tres organizaciones. Así nace un concepto que engloba a las tres organizaciones: Solfer ('Soluciones para ferreterías').

¿Y qué acciones van a emprender para conseguirlos?

Las distintas soluciones que aporta el acuerdo se apoyan en una centralización de compras, marketing, logística y servicios. Las plataformas de Zaragoza y Tenerife cubrirán las necesidades logísticas de socios y asociados en España y Portugal. El perfil de nuestros establecimientos cubre ferretería urbana y de proximidad, suministro industrial y profesional y todo lo relacionado con la decoración y el hogar, por eso hemos segmentado tres tipos de negocio de ferretería: Ferry Plus para dar soluciones al cliente de proximidad, Ferry Pro para aportar soluciones al cliente profesional y Ferry Shop para dar respuesta a las necesidades del que hace sus propias reparaciones, mejora y decora su hogar. Tenemos soluciones en nuevas tecnologías, basadas en un programa de gestión exclusivo para intercambio electrónico de datos, descarga de ficheros y tarifas y desarrollo de tienda virtual. Aportamos campañas, folletos, catálogos y eventos exclusivos. También cabe destacar el ahorro que supondrá

para el proveedor la centralización de la facturación o la reducción del riesgo por la garantía de pago, entre otros servicios.

¿Cómo se complementan estas tres entidades?

En la actualidad Solfer, como suma de los tres grupos, ya da como resultado más de 800 ferreterías y suministros industriales asociados que cubren la totalidad de España y Portugal, abarca una distribución especializa y generalista y se apoya en un equipo de 102 profesionales altamente cualificados y capacitados para ofrecer los mejores servicios en compras, ventas, marketing, logística, informática, finanzas, administración, importaciones, gestión de calidad, RSC, recursos humanos, etc.

¿Y cómo se organizarán a la hora de dirigir Solfer?

Sin querer, al decidir trabajar juntos hemos tenido que ser humildes y generosos por todas las partes ya que tenemos una visión coincidente del mercado y esa ilusión nos ha forzado a ello. La forma de no incrementar estructuras y ofrecer mayores y mejores servicios, aumentando la productividad es centralizar los esfuerzos de las tres organizaciones. Lo más importante del proyecto es que sea ágil y funcione y hasta hoy se han alcanzado los objetivos marcados en el tiempo previsto y eso es lo más significativo.

¿Qué puntos cree que los diferencia de otros grupos empresariales del sector similares al suyo?

Las tres organizaciones compartimos la filosofía de hacer bien las cosas y después comunicarlo: 'Dicho y hecho'. Las organizaciones intermedias debemos dar soluciones a las necesidades de nuestros socios y asociados y sobre todo a sus clientes y no ser un lastre para ellos. Sabemos que tenemos que hacer las cosas distintas de cómo se han hecho hasta hoy para poder crecer, que el mercado ha cambiado y que nosotros tenemos la obligación de dirigir el cambio para ayudar a nuestros socios y asociados a planificar el futuro. Poseemos una amplia visión del mercado que nos capacita a liderar un nuevo proyecto, sabemos hacerlo y lo vamos a hacer.

"Nuestra meta es liderar el sector de la ferretería y suministro industrial en España y Portugal, centralizando esfuerzos para reducir costes y posibilitar el crecimiento"

¿Tienen previsto sumar más firmas a Solfer?

Todo dependerá de cómo se vaya desarrollando la situación en nuestro sector y de la forma de entender el mercado que tengamos las distintas organizaciones y empresas. Ser más puede ser interesante, pero no solo es cuestión de adquirir masa crítica: hay que hacerlo bien y hay que ser los mejores.

¿Cómo han encajado sus principales proveedores esta unión? ¿Saldrán beneficiados de ella?

Nos encontramos en una fase en la que estamos transmitiendo a los proveedores nuestra nueva filosofía y nuestros nuevos proyectos orientados al cliente y por ahora el resultado es bastante positivo. El objetivo es desarrollar un óptimo intercambio de información, sinergias y capacidad de crecer dentro y fuera de nuestras fronteras. Queremos coordinar las acciones con el proveedor y nuestros equipos de ventas para potenciar la innovación, las novedades, la edición de material promocional y la organización de eventos. Buscamos la colaboración para formar a nuestro personal, socios y asociados. Damos importancia a la búsqueda conjunta de soluciones tecnológicas. Y entre otros beneficios más, transmitimos el ahorro que supondrá la implantación del pago centralizado, negociación de anticipos y la reducción de riesgos con la garantía de pago.

Están diseñando sus futuras cadenas de ventas. ¿Qué nos puede contar de Ferry Plus, Ferry Pro y Ferry Shop?

Como ya he comentado, para cubrir todos los segmentos de clientela que cubren nuestros socios y asociados, en Solfer hemos segmentamos tres tipos de establecimientos que tienen una parte común: Ferry Plus orientado a un tipo de cliente generalista que da relevancia a la proximidad, Ferry Pro orientado al suministro industrial y al cliente profesional y Ferry Shop para ofrecer todo lo necesario al cliente que realiza personalmente sus reformas, busca productos y servicios para decorar y que mejora su hogar. Cada uno de ellos descansará en una imagen común sólida, fácilmente identificable y fuerte que se apoyará en la identificación visual del establecimiento, implantación comercial, mobiliario, señalética, surtido, procesos internos y en las distintas acciones promocionales y publicitarias orientadas al cliente final.

Dentro de su nueva organización ¿qué papel juegan las nuevas tecnologías? ¿Y el comercio electrónico?

Las nuevas tecnologías son una apuesta decidida en nuestro proyecto. En Solfer tenemos nuestro propio y exclusivo programa de gestión comercial que posibilita y potencia el intercambio electrónico de datos (EDI), así como la descarga de ficheros y tarifas. Estamos desarrollando una nueva web orientada al cliente y una tienda virtual que aportará una ventajosa solución competitiva para socios y asociados. Y paralelamente continuamos desarrollando nuestras estrategias en las diversas comunidades virtuales.

Para finalizar, ¿cuál es el proyecto más inmediato de Solfer?

Desde enero de este año, cuando se aprobó el Plan Estratégico y de Negocio hasta hoy Solfer ha comenzado a contactar con proveedores, se ha comenzado a ampliar la cobertura de los servicios logísticos y hemos comenzado a establecer las bases para las tres cadenas de venta Ferry Plus, Ferry Pro y Ferry Shop. Estamos trabajando contrarreloj para cumplir un calendario muy exigente y como nos caracteriza, primero haremos bien las cosas y después, lo comunicaremos: 'Dicho y hecho'. ■

SOLFER SOLUCIONES PARA FERRETERÍAS

Del 31 de mayo al 1 de junio en el el Disney's Newport Bay Club Convention Center de París

El II Foro del Bricolaje y Jardín analiza el comercio electrónico y las nuevas tendencias

En el II Foro del Bricolaje y Jardín, que abrirá sus puertas del 31 de Mayo al 1 de junio en el Disney's Newport Bay Club Convention Center de ParÍs, se reunirán las principales empresas del mundo del bricolaje. Organizado por las dos grandes organizaciones europeas de bricolaje como son Fediyma (European Federation of DIY Manufacturers) y Edra (European DIY Retail Association), el foro será también el escenario de presentación del nuevo estudio realizado por la Federación Europea de Fabricantes de Bricolaje relativo a este año.

Durante esos días se debatirá sobre cuatro importantes puntos:

- **E-commerce: ¿La industria del bricolaje y jardín está preparada para el comercio electrónico?**
- **Nuevas tendencias de diseño en tiendas y embalajes.**
- **Tendencias de futuro para incrementar el potencial de crecimiento del jardín.**
- **Cómo fichar y desarrollar a las personas adecuadas (recursos humanos).**

Con el título: 'del Bricolaje a la mejora del hogar y el jardín' el foro contará con la presencia de ponentes destacados y analizará los cambios que se están produciendo es el sector.

De la mano de dos gigantes

El II Foro del Bricolaje está organizado por las dos grandes organizaciones europeas de Bricolaje. Por un lado, Fediyma (European Federation of DIY Manufacturers), la Federación Europea de Fabricantes de Bricolaje creada en marzo de 2000 y cuyos miembros fundadores son Bheta en el Reino Unido, Alemania's Herstellerverband Haus & Garten y Unibal de Francia, Febin en Bélgica y la española AFEB.

Por otro lado, EDRA (European DIY Retail Association). La Oficina Europea de DIY Retail Association es una organización internacional que representa a los minoristas de Bricolaje de todo el mundo. Fundada en el 2002 por BHB y FMB, las asociaciones de Alemania y Francia, EDRA ahora cuenta con 34 miembros procedentes de 26 países que operan en 51 países y representa a 94 empresas en total.

El II segundo Foro Europeo de Bricolaje y Jardín también será también el escenario de presentación del nuevo 'Fediyma International DIY Consumer Study 2012', realizado por GfK sobre 'El comportamiento de los consumidores en el mercado europeo de bricolaje y jardinería' y que incluye datos de países como Austria, Italia, Países Bajos, Polonia, Rusia y Turquía.

Una agenda de primer nivel

Del 31 de mayo al 1 de junio se celebrará la Feria de Bricolaje y Jardín propiamente que abarcará diferentes secciones: diseño, recursos humanos, jardinería y multicanal. En la

mañana del 31 Ralf Rahmede, director general de Fediyma, y John W. Herbert, secretario general de EDRA darán la bienvenida oficial a los participantes y realizarán una breve introducción al programa del congreso. Tras el discurso de apertura de los presidentes — Reinhard Wolff, presidente de Fediyma y socio director de Wolfcraft GmbH, y Régis Degelcke, presidente de EDRA y a la vez vicepresidente de Groupe Adeo, Annabel Altmann, directora senior de Operaciones de Calidad de Disneyland París tratará sobre el 'Enfoque de calidad en Disneyland París'.
Posteriormente, Alisdair Gray, director de EDRA en la oficina de Bruselas tratará el orden del día en esta ciudad. Y antes de la pausa, Anna Maria Corazza Bildt, miembro del Parlamento Europeo, hablará sobre 'Un mercado minorista más justo y eficiente'.
Tras el 'coffee-break' se presentará el estudio sobre 'El comportamiento de los consumidores en el mercado europeo de bricolaje y jardinería' a cargo de Oliver Schmitz, de GfK Living & Retail. Por su parte, Philippe Tible, CEO, Kingfisher, tratará sobre 'La evolución del bricolaje en el mercado francés'.
Tras el almuerzo toman la palabra, dentro de la sección 'Diseño' Véronique Laury, directora comercial de B&Q, Reino Unido, y Mariann Wenckheim, socia directora de 20-20 Strategic Design Company, Reino Unido, para 'Reinventar el bricolaje'. A continuación, Alexander Bochert, vicepresidente ejecutivo de Tesa SE, tratará sobre 'Marca, producto y plataforma de diseño' mientras que Judy Coo, diseñadora internacional y consultora de color de Judy Coo and Partners, Reino Unido, mostrará cómo 'El color vende'. Alex Speelman, director creativo de B&C International animará a los asistentes con su ponencia 'Diséñalo tú mismo'.
A partir de las 16h se iniciará la sección 'Recursos humanos' en la que Jon Christoph Berndt, desarrollador de marca humana, expondrá 'Tú mismo eres la mejor marca: mejora tu perfil con el concepto Human Branding'. A continuación tendrá lugar la mesa redonda sobre '¿Cómo sacar el máximo provecho de tu equipo de trabajo?' con la participación de Sergio Giroldi, CEO de OBI, Régis Degelcke, vicepresidente de Groupe ADEO y presidente de EDRA, Henning von Boxberg, vicepresidente ejecutivo de Bosch Power Tools, Christoph Zeiss, socio director de Heads Executive Consultancy y David Rodriguez, vicepresidente corporativo de la división de consumo y adhesivos de Henkel, moderada por Thierry Coeman, director de Retail Dynamics, Bélgica.
A última hora, sobre las 17:20 según la previsión, David Bosshart, director del Instututo Gottlieb-Duttweiler de Suiza presentará 'Las tendencias de consumo: The Age of Less'.
El viernes día 1 las ponencias serán relativas a la jardinería y a la sección multicanal. A primera hora (9h) David Domoney, director de Domoney TV y presentador de temas de jardinería en Reino Unido, expondrá su charla titulada 'Diamantes en bruto'. A continuación, Frédéric Sambourg, presidente de productos para el hogar de Bricomarché y Bricocash, Francia, explicará las 'Tendencias de consumo y oportunidades en el mercado de jardinería para los minoristas', mientras que David Algar, CEO en Hozelock, Reino Unido, expondrá las 'Tendencias de consumo en el mercado de jardinería - Implicaciones para los proveedores'.
Posteriormente, Marco Orlandelli, director gerente de Orlandelli Garden Center, Italia, expondrá su 'Pasión por la tradición'.
Tras la pausa comenzarán las ponencias de la sección multicanal, 'Descubriendo los secretos del consumidor multicanal de bricolaje' de la mano de Paul Alexander, CEO de Beyond Analysis, Reino Unido, seguido por Alastair Bruce, director de Retail de Google, quien explicará la 'Magia digital para impulsar su negocio'.
Por su parte, Volker Wissmann, CMO de Online Software, Alemania, expondrá su idea sobre 'De los clientes a los fans – Posibilidades innovadoras en los puntos de venta utilizando los medios digitales'.
Finalmente, cerrará la jornada Per Håkans, director de marketing de Tiger of Sweden con 'Una historia de márketing brillante, simple y sorprendentemente exitosa utilizando muticanales'. ■

Interempresas participa en este congreso en calidad de Media Partner junto a los principales medios internacionales del sector

Toda una vida dedicada al bricolaje

Durante el encuentro se entregará también el premio 'Toda una vida al bricolaje europeo', galardón que reconoce la contribución de personalidades de este mercado al desarrollo del bricolaje y jardín europeos. En esta ocasión el premiado es Gilles Caille, presidente de la Asociación francesa de fabricantes de DIY Unibal y cofundador de la Asociación Europea Fediyma.

Gilles Caille expresa su orgullo por este premio "viéndolo como un reconocimiento a todos los años dedicados al bricolaje como director general de Red Head, presidente de Unibal y especialmente como uno de los fundadores de Fediyma".

Del 25 al 26 de abril BigMat reúne a sus más de 120 proveedores en la costa malagueña

El puerto deportivo de Benalmádena acoge el BigMat Day 2012

El éxito de BigMat Day radica en que es una feria con todos los ingredientes tradicionales y que cumple con el objetivo principal: realizar pedidos y cerrar operaciones.

BigMat Day se ha convertido ya en una de las citas más significativas para los profesionales del sector. Y, de nuevo, la central de almacenes para la construcción reúne a sus 120 proveedores más importantes durante dos días para celebrar el BigMat Day. Del 25 al 26 de abril la Costa del Sol, el puerto deportivo de Benalmádena (Málaga), será el escenario en el que la familia BigMat se reúna.

Esta original convocatoria cuenta con muchos aspectos que la convierten en mucho más que una feria al uso. La firma siempre escoge lugares singulares de gran belleza, que aportan un toque lúdico a la reunión. El entorno elegido propicia, además de las operaciones comerciales, las relaciones cara a cara entre los asociados, sus clientes y los proveedores. Durante el 25 y 26 de abril ininterrumpidamente, desde las 9.00 h de la mañana hasta las 19.00 horas de la tarde los asistentes al BigMat Day podrán cerrar todo tipo de operaciones en los cerca de 6.000 metros cuadrados del puerto deportivo de Benalmádena, que este año albergará los 120 stands instalados.

Un encuentro que ya es tradición

Las cifras mandan y la razón principal por la que el BigMat Day es una de las ferias más cotizada es el volumen de negocio que se mueve en sólo dos días: el año pasado rondó los cerca de seis millones de euros. Los invitados al BigMat Day saben que, además de disfrutar durante esos días de un espacio privilegiado y de todo tipo de atenciones, su visita será fructífera. Esta es una de las cuestiones que hacen que el BigMat Day resulte tan

BigMat sigue aumentando su número de asociados

La central de compras BigMat ha ampliado su cartera de socios con tres nuevas adhesiones: Materials de Construcció Gil, Forcemat y Construcciones Ciuró. Nuevas incorporaciones corroboran que el Plan Estratégico del grupo para 2012 se está llevando a cabo con éxito: pertenecer a un grupo de la envergadura de BigMat conlleva numerosas ventajas para el asociado, entre otras, contar con el respaldo de "una organización internacional con enfoques nacionales que apoya a todos y cada uno de sus socios para sustentarse y progresar en el mercado", tal y como explicaba Jesús Prieto, director general de BigMat en la última Asamblea Anual.

Las acciones llevadas al cabo por el grupo (como por ejemplo la ampliación de la plataforma logística de Castellón, la potenciación de nuevas familias de productos o posicionamiento de la marca como referente en almacenes de materiales de construcción, etc.) han propiciado que BigMat resulte altamente atractivo para futuros asociados.
Así lo corroboran las incorporaciones de Materials de Construcció Gil, Forcemat y Construcciones Ciuró. El primero está situado en la barcelonesa localidad de Vic y cuenta con una superficie total de almacén de 6.000 metros cuadrados y 600 de exposición. Forcemat, por su parte, también cuenta con una dilatada trayectoria empresarial (más de treinta años dedicados a la comercialización de materiales de construcción) y está situado en Sentmenat, en el área metropolitana de Barcelona. Con los inicios centrados en la fabricación de productos cerámicos, la firma ha ido diversificando las líneas de producto hasta la reciente incorporación hace un año de productos de ferretería y jardinería.

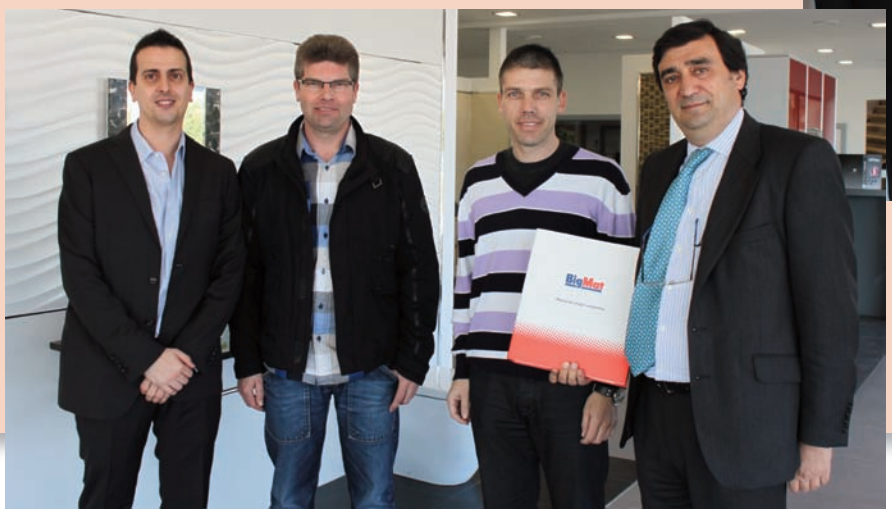
Cerca de 6.000 m² del puerto deportivo de Benalmádena albergarán, este año, los 120 stands instalados.

atractivo. Es una feria que tiene todos los ingredientes tradicionales y que cumple con el objetivo principal de realizar pedidos, cerrar operaciones, etc. Las presentaciones y demostraciones en directo de los productos más novedosos de firmas internacionales también será otro de los platos fuertes.

Las más de cinco mil personas que acudieron el año pasado al BigMat Day corroboran que el acto fue todo un éxito. La firma espera aumentar esta cifra los próximos 25 y 26 de abril en el puerto deportivo de Benalmádena.

Finalmente, Construcciones Ciuró dispone de un almacén de 14.000 metros cuadrados y una exposición de 1.200 metros cuadrados, ubicados en la localidad tarraconense de Roda de Barà. La tienda está dividida en dos plantas: en la inferior se encuentran los pavimentos y revestimientos y el baño; la segunda alberga el mobiliario de cocina y baño. Destaca también la zona de Outlet de unos 3.000 metros cuadrados.

De izda. a dcha. Jesús Mª Prieto (director general de Bigmat), Jordi Escoda (presidente de la zona regional Este Cataluña de BigMat), Cristina y Josep Ciuró (propietarios y nuevos socios BigMat).



De izda. a dcha. Jordi Escoda (presidente de la zona regional Este Cataluña de BigMat), Jordi y Bernat Carbonell (nuevos socios BigMat) y Jesús Mª Prieto (director general de Bigmat).

El 'packaging' y las instrucciones de uso ayudan a las empresas fabricantes de herramientas a diferenciarse

La información sobre el producto resulta un valor añadido a la hora de comprar

No está todo inventado, ni muchos menos, pero en un mercado tan —aparentemente— similar, donde un destornillador parece no diferenciarse de otro, las empresas fabricantes de herramientas han tenido que jugar una baza importante en el embalaje y la identificación de marca para ganar espacio en un mercado sobradamente competitivo y competido.

Esther Güell

Por ello, hemos querido captar las sensaciones que tienen algunas de estas empresas fabricantes en cuanto al papel que juega la innovación en el desarrollo de nuevos productos, el 'packaging', el juego de colores y su asociación al valor de marca, entre otras estrategias de marketing que les habrá permitido, precisamente, diferenciarse entre ellas.

Sin I+D+i no hay innovación

Willi Han —Wiha— es una empresa cuyo principal valor corporativo es, precisamente, la innovación "y así es reconocida en el mercado", afirma Borja Milans del Bosch, director de Wiha Iberia. En el mismo sentido, nos explica que el embalaje "es parte del producto y por tanto su diseño es valorado por los clientes". Para Milans del Bosch, el 'packaging' "es importante cuando afecta al número de unidades incluidas — sin olvidar de su utilidad para convertir al producto en "más atractivo y moderno"— y a su facilidad de exponer en lineales". De hecho, la facilidad de realizar pedidos es también uno de los factores más valorados por los clientes en los nuevos productos que la firma lanza al mercado, junto con "las prestaciones, el diseño y la innovación". Y es que la I+D supone para esta empresa "un porcentaje muy significativo, sin poder concretar esta cifra. No en vano, sin inversión en I+D+i no hay innovaciones reales para el desarrollo del mercado y Wiha perdería su

Magic tips, puntas de alicates que retienen las arandelas de seguridad para que no salten, proporcionando precisión y fiabilidad en el trabajo.

En Wiha no tienen 'hijos mimados'

En Wiha se resisten a hablar de un sólo producto estrella. "Los alicates Magic Tips, los destornilladores para electricidad slimTecnology, los juego de llaves allen ErgoStar, los destornilladores dinamométricos de varillas intercambiables, los alicates con articulación Dynamic Joint o los alicates Inomic son ejemplos de innovación de Wiha con aportación de beneficios palpables muy bien recibidos por el mercado y, por tanto, todos ellos son productos estrella".

SlimTechnology, destornilladores y varillas para aplicaciones eléctricas, hasta un 33% más finas, que permiten trabajar con tornillos profundos de cuadros eléctricos sin cortar la protección aislante.

"La casa matriz de Wolfcraft exporta el 40% fuera de Alemania"

identidad y su ADN", concluye el directivo de esta enseña.

Un 'socio de confianza'

Por su parte, Juan Pedro Resino, director comercial para España y Portugal de Wolfcraft, explica la estrategia de su firma para "posicionarse para ser un 'socio de confianza' para los proyectos, con el que se siente seguro y capaz de obtener unos resultados perfectos. "Nuestros clientes valoran también el desarrollo de nuevas soluciones para proyectos de reformas, decoración etc.".

En cuanto al embalaje, Resino lo valora como "un reclamo muy importante aunque nunca debe generar confusión, sino ofrecer claridad y soluciones rápidas. Intentamos que nuestros embalajes contengan la mayor y más clara información posible, enfocándonos sobre todo al proyecto que el consumidor quiere realizar siendo para ello la herramienta un punto de unión y no el foco de la compra". En este sentido, cabe subrayar que en Wolfcraft cuentan ya con algunos productos y gamas como sierras de corona con 'flash codes', también conocidos como códigos BIDI / QR, cuyo escaneo desde el propio lineal mediante los programas disponibles para smartphones, ofrece al consumidor final información del producto es cuestión. "No podemos olvidar tampoco que el embalaje de los productos estándar debe ser resistente a los impactos y además ecológico (la parte de plástico se utiliza por ejemplo en una sierra de corona para guardar la misma en la caja de herramientas)", añade Resino.

Mirando al mercado exterior

Teniendo en cuenta que el Grupo King Tony, ubicado en la isla de Taiwán, es una multinacional en el sector, es lógico pensar que basa su desarrollo en la exportación de sus productos en los distintos continentes del mundo. Sin embargo, la cifra puede llegar hasta a marear: "Podemos considerar que nuestra exportación representa un 89% del volumen de ventas", afirma Clémence David, asistente de ventas de King Tony Ibérica.

En la misma línea, este fabricante es consciente que la innovación de productos "es imprescindible para diferenciarse de nuestros competidores y tener una ventaja competitiva en el mercado. Por eso, dedicamos alrededor de un 5% de nuestra facturación a la I+D", añade David.

En este contexto, y partiendo del carácter multinacional de la propia empresa, desde King Tony apuesta fuerte no sólo por la innovación de productos sino también por favorecer "la comodidad en el trabajo de nuestros clientes", cuya variedad de países puede suponer todo un reto a la hora de pensar en sus necesidades. Para llegar a ellos la firma

Vuelve la guillotina

Juan Pedro Resino destaca entre los últimos productos desarrollados por la firma la guillotina para corte de suelos laminados y vinilos "por su diferenciación e innovación", un producto que se engloba dentro de una gama de accesorios para el desarrollo del proyecto de montaje de suelos laminados.

Imagen del modelo LC 200 de guillotinas Wolfcraft.

Clémence David, asistente de ventas de King Tony Ibérica.

utiliza fuertemente el marketing vía pósters u ofertas especiales, "pues sobre todo en estos tiempos los clientes están muy atentos a los precios".
Diferenciarse de la competencia —mucha y muy variada teniendo en cuenta el alcance de sus exportaciones— es también uno de los restos que deben afrontar desde King Tony. "El diseño general del producto es un punto de diferenciación imprescindible para posicionar nuestras marcas e identificarlas de forma más rápida —explica el directivo—. La compra de herramientas es bastante compulsiva y el aspecto visual es algo muy valorado por parte del cliente final".

La pistola de impacto mini NC4610 de Mighty Seven es indicada para todos los sectores como el agrícola, la industria en general o la automoción, entre otras.

Multisectorial

Si le pedimos a Clémence David que nos destaque uno de sus productos entre su variado catálogo no pestañea: "sin duda, nuestra pistola de impacto mini NC4610 de nuestra filial Mighty Seven", empresa especializada en la fabricación de herramientas neumáticas, que ofrece todos los requisitos del cliente final para todos los sectores de actividades, desde agrícola hasta la industria en general, la automoción, etc. "Destaca por su manejabilidad, potencia, ergonomía y precio".

"Al distribuidor le interesa que la herramienta se venda sola"

En Rothenberger lo tienen claro: "En el mundo de la herramienta, si hablamos de diseño, lo que prima es la funcionalidad del producto". José Ángel Fernández, responsable de Marketing de la firma, explica que lo más importante es que el producto cumpla con la tarea para la que ha sido diseñada. "A partir de ahí, la ergonomía o los materiales son una elección del fabricante y es en esta fase en la que se consigue un mayor margen de diferenciación respecto a la competencia". Por ello, añade que lo más importante en el embalaje es que éste sea cómodo y atractivo en el punto de venta porque, al fin y al cabo, "al distribuidor le interesa que la herramienta se venda sola".
Ello explica que a la hora de diseñar nuevas herramientas, en Rothenberger busquen satisfacer las necesidades del cliente sin perder de vista la función que éstas deben tener: cumplir el trabajo al que se destinan. "El cliente acude al punto de venta buscando aquello que no tiene. Ante una necesidad el usuario reacciona y actúa para satisfacerla. De esta

Crece la exportación, cae el mercado interno

Como era de esperar, y dada la situación actual de la economía española en general, el mercado interno del sector de la ferretería, concretamente de la herramienta manual y eléctrica, cayó durante el pasado ejercicio hasta un -5,54%, quedándose en los 142,37 M€. Por contra, la exportación subió un nada despreciable 4,53%, con unas ventas de 124,7 M€, según los datos confirmados por Herramex. Unas cifras que siguen en la línea de los últimos años, aunque en 2010 las ventas en el mercado nacional crecieron un 2,16% (tras la brusca caída de 2009 con un -28,43%). Sin embargo, el mercado nacional continúa copando la mayor parte de ventas del sector, con un 53,31% del total, seguido muy de cerca por las exportaciones, con un 46,49%.

NACIONAL (en M€)		
2007	274,34	%
2008	206,13	-24,86
2009	147,53	-28,43
2010	150,72	+2,16
2011	142,37	-5,54

EXPORTACIÓN (en M€)		
2007	142,2	%
2008	145	+1,97
2009	98,6	-32
2010	119,3	+20,99
2011	124,7	-4,53

VENTAS TOTALES SECTOR (en M€)		
2007	416,54	%
2008	351,13	-15,70
2009	246,13	-29,90
2010	270,02	+9,71
2011	267,07	-1,09

% Nacional/total	% Exportación/total
65,86	34,14
58,70	41,30
59,94	40,06
55,82	44,18
53,31	46,69

manera, el cliente entra en contacto con nuevas posibilidades y adquiere el conocimiento y la experiencia necesarias para realizar la mejor elección. Al fin y al cabo lo que se valora es que la herramienta se adapte al tipo de trabajo para el que ha sido destinada y a los nuevos materiales que surgen tras la labor desarrollada en los departamentos de I+D+i". Una fórmula de trabajo que funciona sobradamente y cuyas cifras de ventas y de exportación avalan: hasta el 77% de su producción se destina al mercado exterior.

Del mismo modo, tampoco pierden de vista la importancia que tiene la investigación de nuevas necesidades y el desarrollo de soluciones que, tal como dicen, las satisfagan. Por ello destinan entorno al 3% de su facturación a la I+D. ■

Un buen agarre

Para José Ángel, sin duda la herramienta que mejores resultados está dando a Rothenberger son las tenazas Rogrip, cuya principal ventaja es que ofrecen un 30% más de agarre, ajuste rápido para 18 posiciones y sistema de bloqueo de seguridad, "por destacar algunas de sus múltiples características".

KEYA

Nueva cerradura de candado con pulsador

- Sistema pulsador que asegura una correcta introducción del candado

- Para taquillas de melamina y fenólico de hasta 20mm de espesor

- Apta para candados de 3 hasta 8mm de arco

- Lengüeta de 4mm de grosor y tuerca en acero inoxidable

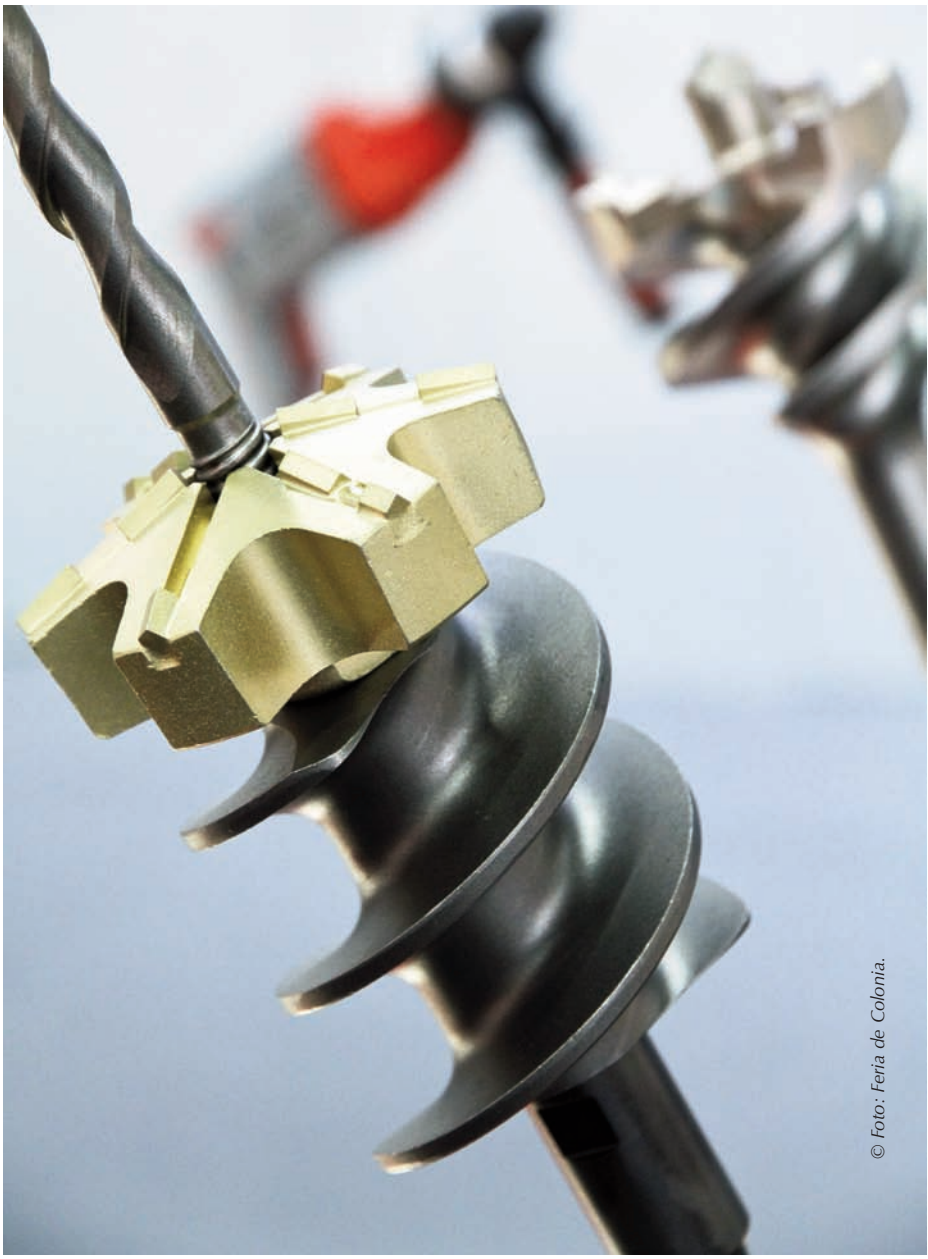
T.ABSA.SA
T: 93 587 36 10
comercial@keya.es
www.keya.es

CERT ISO 9001

Herramex se constituye como (pre)clúster

De asociación a clúster, el salto 'lógico'

Un clúster es un grupo de empresas relacionadas que poseen unas características comunes como estar ubicadas en un entorno geográficamente limitado que trabajan en un sector económico definido. Estas empresas, que operan en un entorno con un alto grado de especialización, se caracterizan por una intensa competencia. Así pues, su interrelación deberá permitir la generación de una serie de sinergias operativas de cara a lograr ventajas competitivas.



© Foto: Feria de Colonia.

El nuevo clúster se encuentra actualmente en la fase previa, llamándose preclúster, puesto que se encuentra a la espera a que el Gobierno Vasco les conceda la denominación definitiva de clúster para lo que debe cumplir una serie de requisitos, como demostrar con las acciones llevadas a a lo largo del año que los miembres del preclúster han logrado lo que se denomina 'cultura de cooperación'. El paso de preclúster a clúster es un proceso que puede durar entre 3 y 6 años y el resultado final será fruto del proyecto conjunto entre la Asociación Nacional de Fabricantes de Herramienta de Mano (Herramex) y de Aface (la Asociación de Fabricantes de Cerrajería). A la espera de elegir el nombre que mejor les defina, se presentan, hoy por hoy, como como Herramex/Aface.

El origen del proceso que culmina ahora se remonta a 1990 cuando, en un contexto de crisis, el Gobierno Vasco lanzó el Programa de Competitividad, una nueva forma de plantear la economía basada en la mejor alineación con la naturaleza de la competencia y las fuentes de ventaja competitiva. Un cambio de mentalidad que consistía en pasar de hablar de problemas comunes a crear un diálogo constructivo que permitiese identificar oportunidades comunes, generando importantes interrelaciones entre empresas y sectores. Así, a principios de los 90 se decidió

Pablo Izeta, de TESA, durante la presentación que realizó en el congreso Aecoc.

cuál iba a ser el grupo de clústeres prioritarios del País Vasco y, en los años siguientes, se crearon las diferentes Asociaciones Clúster para poder ponerlos en marcha. En estos 21 años de historia se han puesto en marcha 12 clústeres en el País Vasco, que van desde sectores como la energía a los electrodomésticos, pasando por el papel o la automoción. Y ahora le ha llegado el turno a Herramex.

Así pues, y sirviéndose de la metodología creada por la Agenda de Innovación, la asociación reflexionó sobre su estrategia de futuro. En dicho proceso se percató de que las características actuales de Herramex tienen mucho que ver con lo que es el origen de un clúster por lo que "dar el salto parecía lo más lógico". Sin embargo, y ante las dudas que pueden despertar entre sus asociados, Herramex ha definido claramente las ventajas que esta nueva etapa supondrá para las empresas que la conforman:

- En el clúster intervendrán empresas que se complementan y dan valor al sector; centros tecnológicos, aceros, ingenierías, operadores logísticos, distribución, etc. Aprovechar todas estas sinergias redundará en ventajas tangibles para cada asociado.
- La incorporación de centros tecnológicos al nuevo clúster tiene como consecuencia inmediata la clara mejora tecnológica a través de la definición de un plan tecnológico concreto. Se trata de crear líneas de investigación colectivas para satisfacer necesidades comunes.
- Asimismo se fomentará la Innovación de forma activa, mediante el desarrollo de proyectos tecnológicos incluidos en el plan tecnológico.
- Los centros de formación también jugarán un papel clave en esta mejora tecnológica, consiguiendo profesionales más cualificados en muchos y diversos campos.
- Por otra parte, muchas empresas del nuevo clúster llevan años implantadas en el exterior, lo que aportará nuevos conocimientos, experiencias enriquecedoras y valor añadido a todos los partícipes en procesos de internacionalización.
- Asimismo, el clúster apoyará a las empresas en la implantación de la excelencia en la gestión (fundamental para alcanzar la sistematización de la mejora continua), mediante sensibilización, asesoramiento y formación.

En resumen, el clúster pretende mejorar ostensiblemente la competitividad a todos los niveles, más ahora en que es más necesario que nunca preparase para salir de la crisis en que está inmerso el sector, e incluso en previsión de próximas. Así lo ven desde la asociación, conscientes que "el hecho de que Herramex se constituya como clúster es un importante salto cualitativo y cuantitativo que redundará sin duda alguna en un refuerzo global de la competitividad del sector". ■

El fin último de un clúster es mejorar la competitividad de sus empresas mediante la cooperación, identificando las oportunidades comunes y concentrando los retos que no pueden abordarse individualmente

Plan de actuación

Incorporación de nuevos servicios

- Compras conjuntas: energía, logística, telefonía y en cualquier otra área que se identifique.
- Formación específica adaptada a las necesidades de los asociados.
- Jornadas: nuevos mercados, desarrollo directivo, casos prácticos, etc.

Excelencia en la gestión

- Promover y facilitar la mejora de la gestión de las empresas
- Colaboración con Euskalit: jornadas, cursos, asesoramiento, etc.
- Programas de ayuda.

Plan tecnológico

- Actividades de I+D+i: materiales, recubrimientos, tratamientos térmicos, etc.
- Formación tecnológica: aceros especiales y sus aplicaciones, procesos productivos, etc.
- Observatorio estratégico: instrumento desarrollado por el preclúster para la realización de tareas de vigilancia tecnológica e inteligencia competitiva, así como para la identificación de necesidades y oportunidades estratégicas.

Plan de comunicación

- Interna, generando los cauces necesarios para potenciar la cultura e identidad del clúster entre los asociados buscando su máxima integración; informar y sensibilizar a los asociados sobre las distintas actuaciones del clúster, buscando su activa participación; facilitar el intercambio de ideas, experiencias y colaboración entre los asociados.
- Externa, generando los cauces necesarios para transmitir al sector y la sociedad la misión y valores del clúster; escuchar y entender las necesidades del sector y hablar con él; escuchar y entender las necesidades del usuario final y hablar con él.

La empresa la presentó en la pasada feria internacional de ferretería de Colonia 2012

'Joker': Wera reinventa la llave fija

Con la llave 'Joker', la empresa Wera Werk Hermann Werner GmbH & Co. KG "ha vuelto a inventar de nuevo la llave fija", según sus propias declaraciones. La empresa especialista en herramientas de atornillar de la ciudad alemana de Wuppertal presentó esta novedad por primera vez en la feria internacional de ferretería, la International Eisenwarenmesse 2012.

La nueva llave combinada con carraca 'Joker' de Wera dispone de función de retención, tope final, mecanismo de carraca en el lado poligonal o de estrella, y un ángulo de recuperación reducido de 30°, y supera así a las llaves convencionales en numerosos aspectos. Foto: Wera Werk Hermann Werner GmbH & Co. KG.

"Todo jugador se alegra si en sus cartas aparece el comodín, el jóker, ya que éste aumenta sus oportunidades de ganar enormemente. Por este motivo le hemos dado el nombre de 'Joker' a nuestra nueva llave, ingeniosa combinación de llave y carraca", explica Juan Antonio Pires, director comercial de Wera para España y Portugal, con motivo de la presentación de esta novedad en la feria.

Pero, ¿qué es lo que hace tan especial a esta 'llave combinada 2.0'? y, realmente ¿había que reinventar esta herramienta de nuevo? Como explicó Wera durante la feria, la 'Joker' no solamente puede hacer todo lo que ha de poder hacer una llave combinada con carraca sino que además es capaz de hacer mucho más. En este contexto, la empresa fabricante llama la atención en cuatro ventajas muy llamativas que tiene el producto, ventajas que le ofrecen un valor añadido al usuario, y que por este motivo son argumentos decisivos de venta en el mercado.

Todo un mundo de ventajas

Función de retención

La primera ventaja que ofrece la llave 'Joker' es una función de retención muy práctica con ayuda de la cual es capaz de sujetar tuercas o tornillos de forma segura y posicionarlos para el atornillado. Luego la fijación puede ser enroscada de una forma rápida y precisa. Se evitan así las pérdidas de tiempo por causa de la caída de tuercas o tornillos.

Un pequeño ángulo de recuperación de tan sólo 30°: Cuando otras llaves fracasan, la 'Joker' funciona a la perfección. Foto: Wera Werk Hermann Werner GmbH & Co. KG.

El tope final

En segundo lugar, en las llaves convencionales tienen que volver a reposicionarse una y otra vez. Además, el usuario tiene que dosificar sus fuerzas para evitar el riesgo de lesionarse. Con ayuda de su tope final, la 'Joker' es capaz de evitar que la llave se escape de la cabeza del tornillo por deslizamiento hacia abajo. Esto facilita el trabajo de atornillar, y además se puede ejercer una fuerza mucho mayor.

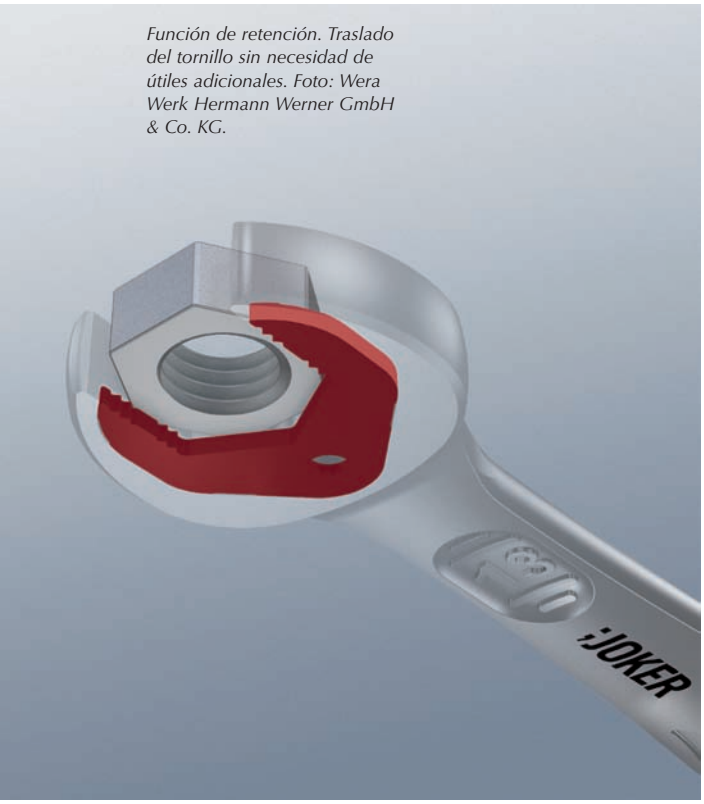
Efecto antideslizamiento

La ingeniosa geometría del doble hexágono de la 'Joker' proporciona una positiva conexión con las tuercas y los tornillos con un perfecto ajuste. Y la intercambiable placa metálica tratada térmicamente muerde literalmente la cabeza del tornillo con sus puntas extremadamente duras. La combinación de estas dos características previene contra los desagradables deslizamientos de las llaves, aun con pares de apriete elevados.

Un ángulo de recuperación mínimo

Por otra parte, y a diferencia de las llaves normales con un ángulo de recuperación de 60°, que se tienen que voltear una y otra vez para apretar o aflojar tornillos o tuercas en espacios estrechos, la 'Joker' ofrece un ángulo de recuperación de tan sólo 30° con un diseño de doble hexágono. En combinación con su cuello recto, con la 'Joker' ya no hace falta voltear la llave. De esta forma, con la nueva herramienta es posible apretar y aflojar tanto tornillos como tuercas, en aquellas situaciones en las cuales las llaves fijas normales no lo logran.

Función de retención. Traslado del tornillo sin necesidad de útiles adicionales. Foto: Wera Werk Hermann Werner GmbH & Co. KG.



GENERGY®
ESPAÑA

ENERGIA
Motores, Generadores y motosoldadoras.

AGUA
Motobombas e hidrolimpiadoras

TIERRA
Motoazadas-Motocultores-Trituradoras-Cortacésped

AIRE Compresores

"Averigua por que seguimos creciendo y creciendo...."

www.genergy.es

El mecanismo de carraca en el lado poligonal de la 'Joker', dispone de un dentado fino con 80 dientes, lo que posibilita trabajos de atornillado incluso en espacios sumamente reducidos.

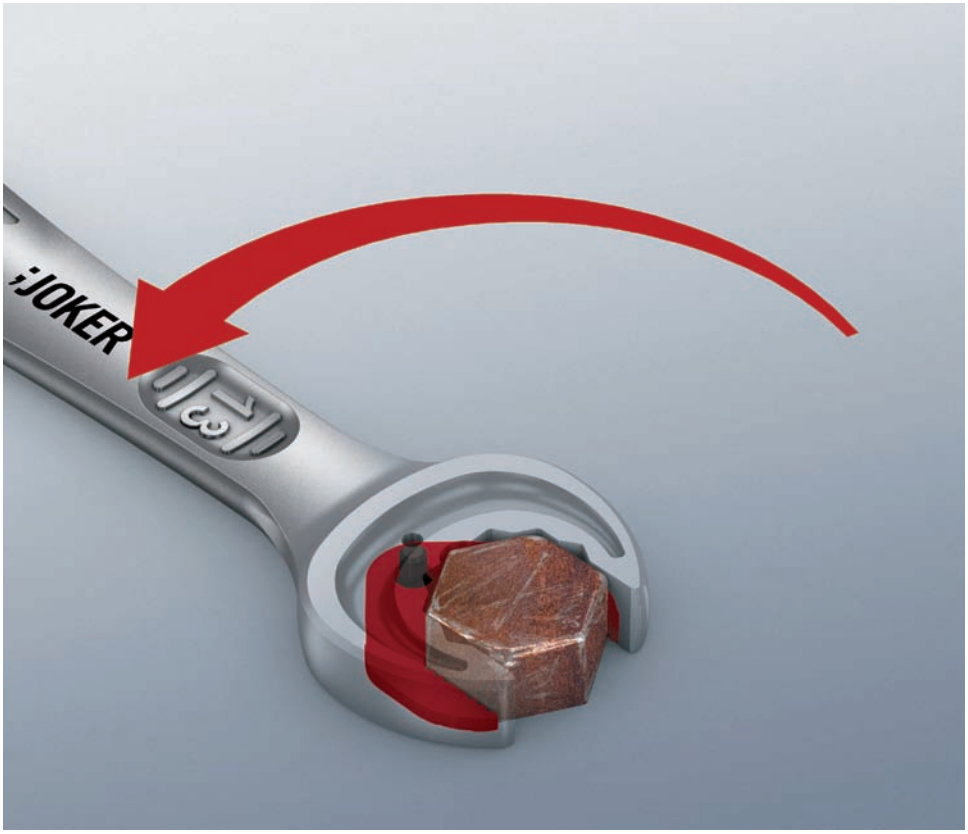
En definitiva, la novedosa combinación con carraca soluciona tareas de atornillado en casi todas las situaciones imaginables con una enorme velocidad y gran precisión. Pero con relación a la durabilidad de la herramienta, el usuario posee también un verdadero comodín. La combinación de una geometría forjada especial con el alto rendimiento del acero al cromo-molibdeno, y un recubrimiento níquel-cromo, garantiza la fuerte resistencia contra el desgaste y una protección anticorrosiva sumamente fiable.

La llave 'Joker' se reconoce inmediatamente por su diseño de producto tan estético, así como por el logo que ha sido diseñado de forma exclusiva, y que hace recordar una cara sonriente que está guiñando el ojo. "Por todos estos motivos y porque simplemente funciona mejor que las llaves convencionales, estoy convencido de que la llave 'Joker' se convertirá en la llave preferida de los usuarios", declara el director comercial de Wera para España, Juan Antonio Pires.

En la fase de lanzamiento, el fabricante realizará una promoción muy llamativa de esta nueva llave combinada con carraca, con el fin de que al usuario potencial le resulte familiar este producto lo antes posible, y asegurar que lo reconozca en el comercio especializado.

La 'Joker' de Wera se ofrece en las medidas de 10, 13, 17 y 19 milímetros, de forma individual o en el juego completo que viene en un bolso plegable. El embalaje de las unidades sueltas disponen de la función 'prueba me' que permite probar en una cabeza de tornillo de plástico. ■

Tope final. Disminución del riesgo de deslizamiento para unos trabajos de atornillado más rápidos.
Foto: Wera Werk Hermann Werner GmbH & Co. KG.



La geometría de doble hexágono y el dentado extremamente duro disminuyen el peligro de deslizamiento.
Foto: Wera Werk Hermann Werner GmbH & Co. KG.

El mayor evento europeo para la industria del bricolaje y jardín

2. FORO EUROPEO DE BRICOLAJE Y JARDÍN 2012

Organizado por EDRA fediyma

31 de mayo – 1 de junio de 2012
Disney´s Newport Bay Club® Convention Center, Paris

FROM DIY TO HOME & GARDEN IMPROVEMENT

Anna Maria Corazza Bildt
Member of the European Parliament Brussels

Philippe Tible
CEO, Kingfisher, Francia/ España

Sergio Giroldi
CEO, OBI

Frédéric Sambourg
President Home Improvement, Bricomarché et Bricocash, Francia

Véronique Laury
Commercial Director, B&Q, Reino Unido

Régis Degelcke
President EDRA; Vice CEO, Groupe ADEO, Francia

Reinhard Wolff
President fediyma; Managing Partner, wolfcraft GmbH, Alemania

Henning von Boxberg
Executive Vice President, Bosch Power Tools

Dr. David Bosshart
Managing Director, Gottlieb-Duttweiler-Institute, Suiza

Alastair Bruce
Google Director Retail

Mariann Wenckheim
Partner and Director, 20-20 Strategic design Company, Reino Unido

David Domoney
Managing Director, Domoney TV; TV Presenter on Garden, Reino Unido

Lo más destacado del primer día del congreso:

Presentación del Premio a Toda una Vida de Bricolaje 2012

Y el ganador es...

Gilles Caille
General Manager, Red Head President Unibal

Laudatorio: **Pascal Malfoy**
Deputy CEO, Leroy Merlin, Francia

Presentación del "fediyma International DIY Consumer Study 2012" realizado por GfK

"El comportamiento de los consumidores en el mercado europeo de bricolaje y jardinería"

Países analizados: Austria, Italia, Países Bajos, Polonia, Rusia y Turquía.

GfK

+ Feria **Europea de Bricolaje y Jardín 2012**

+ **Store Tour** el 30 de mayo de 2012

+ **Get-Together** el 30 de mayo de 2012

Inscríbase en línea: www.regonline.com/2ndEHIForum

Patrocinadores: DACHSER Intelligent Logistics, tesa, KÄRCHER makes a difference, alfer aluminium, WERNER, ARCANSAS Diy Profiles, Henkel Excellence is our Passion, UHU, 3M, kronoFlooring, BOSCH Technik fürs Leben, J.W. OSTENDORF

Medios de comunicación asociados: Interempresas, diy, BricoMagazine, PUBLIMAT NEWS, FERRAMENTA 2000, Bricomag, DIY International, bau markt manager, Hardware, MIX, DIY WEEK, markt grün, GRUPO C de Comunicación Interprofesional, S.L.

Ferias de bricolaje y jardín asociadas: Internationale Eisenwarenmesse Köln, DIY & Home Improvement Suppliers Expo Istanbul Turkey

Diseñadas para poder utilizarlas durante todo el año

Nueva gama de barbacoas Genesco de Campingaz

Campingaz, firma especializada en el desarrollo de productos de aire libre, ha diseñado la respuesta "a todas esas reuniones al aire libre con familia y amigos en las que lo importante es disfrutar en buena compañía y deleitarse con los sabores más deliciosos". La gama de barbacoas a gas Genesco está concebida como todo un lujo para los sentidos.

El elegante y robusto diseño de esta gama de barbacoas hace que sea perfecta para usar en todo tipo de ocasiones. En la imagen, la barbacoa Genesco 4 Classic L Deluxe.

Se trata de una elegante y sofisticada variedad de barbacoas de Campingaz que destaca por ofrecer modelos dotados de una gran potencia y una amplia superficie de cocción. Barbacoas que cuentan con el cómodo y seguro encendido electrónico. "La antesala de todo un mundo de sabores y aromas que se cocina sobre sus parrillas esmaltadas y su rejilla articulada". Su diseño permite elaborar la comida siempre con la temperatura adecuada —el indicador de calor que integra la barbacoa permite tener un absoluto control en todo momento— y de forma práctica y ágil: Genesco ofrece dos mesas laterales con ganchos para tener al alcance de la mano desde los ingredientes necesarios en todos los platos hasta los accesorios y utensilios indispensables a la hora de realizar una barbacoa. Una experiencia que termina con un sencillo limpiado gracias a la bandeja recoge grasa desmontable que incorpora.

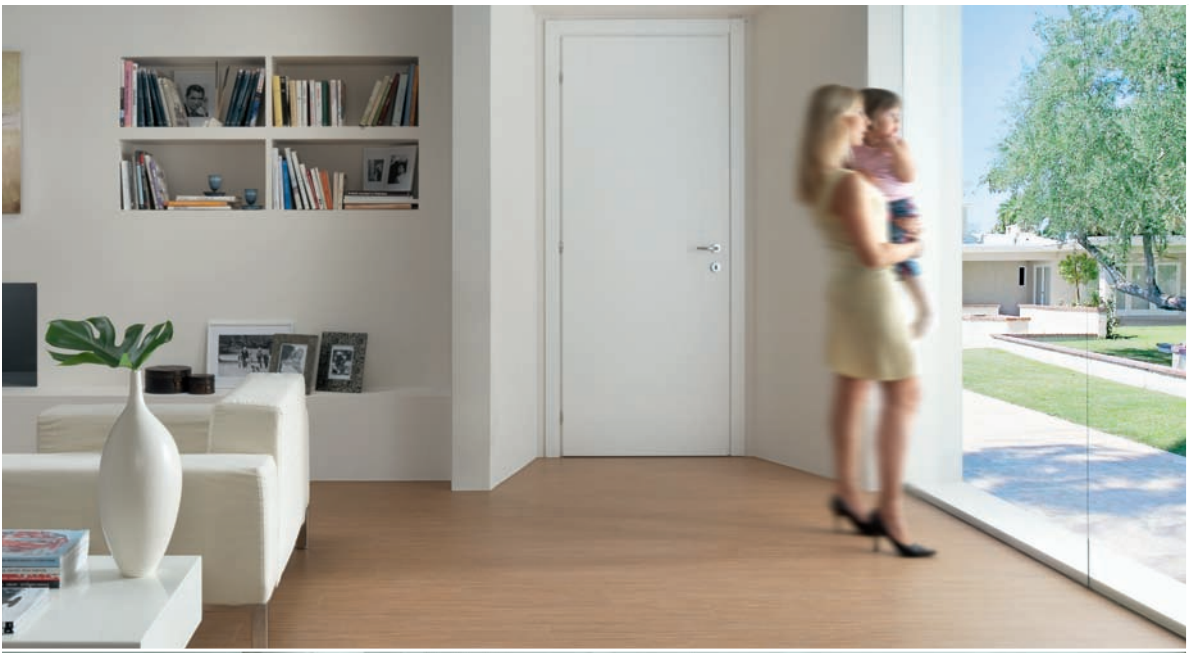
Esta variedad de barbacoas de Campingaz cuenta con dos modelos que agregan aún más atractivos a las características generales de la gama. Por un lado, la versión Premium, que proporciona el modelo Genesco 4 Classic L Deluxe, que cuenta con 3.540 cm² de superficie para cocinar junto a 4 quemadores de hierro fundido con una potencia de 17,5 kW, un hornillo lateral (2,3 kW) y un amplio y práctico armario con puertas.

Por otro, está disponible la opción clásica: el modelo Genesco 3 Classic L. 2.800 cm² de superficie para cocinar a los que se suman 3 quemadores de hierro fundido, un soporte para bombona y 2 bandejas recoge grasas desmontables. Con 11,4 kW de potencia.

Las barbacoas Genesco ofrecen la mayor superficie de cocción del catálogo de barbacoas de la firma. En la imagen, la Genesco 3 Classic L.

CISA

Vivir con CISA



Cuando se habla de seguridad, se habla de CISA. Toda la tranquilidad que solo una gran empresa especializada en sistemas de seguridad te puede ofrecer.
Vive tu espacio con toda serenidad, CISA lo protege.

www.cisa.com

Ingersoll Rand
Security Technologies

Weber cuenta con un amplio catálogo de barbacoas y accesorios que hacen de la cocina al aire libre toda una sensación

60 años innovando en el mundo de la barbacoa

A veces la más innovadora de las invenciones surge de saciar una necesidad básica. Comer es una de ellas, y todo lo que supone mejorar en los sistemas de cocción es bienvenido. Pero cocinar puede ser también parte de un acto social, un encuentro con amigos y familia, y al aire libre. Aquí entran en juego las barbacoas. Weber es una empresa fabricante que lleva desde 1952 diseñando y optimizando sus modelos, inicialmente de carbón, y cuyo portafolio actual incluye también versiones a gas e incluso eléctricas.

Bajo el criterio de lograr el mejor rendimiento para asar, hacer la parilla o ahumar alimentos en cualquier momento del año, Weber utiliza materiales de primera calidad (acero empobrecido en carbono, acero inoxidable, cromo y níquel) que, junto a la resistencia del esmaltado fabricado a temperaturas muy altas (870 °C) garantizan solidez y longevidad de sus barbacoas.

Actualmente, Weber ofrece una amplia gama de barbacoas que abarca todo tipo de energías: electricidad, gas y carbón, pudiendo así satisfacer las necesidades de todo tipo de cliente según sus necesidades: movilidad, temporada, espacio, tipo de vivienda, etc. Sin embargo, su oferta abarca también un amplio abanico de accesorios que facilitarán la vida de los usuarios. Es el caso de productos complementarios como el concepto Gourmet System, con parrilla, plancha, wok y todo combinado.

Dentro de la gama de barbacoas eléctricas, la novedad de 2012 es la incorpación del color burdeos en el modelo compacto Weber Q140.

Basta de humos

George Stephen, fundador de la empresa, diseñó su primera barbacoa en 1952 harto de las hogueras que dejaban los alimentos a merced del viento, la ceniza y las frecuentes llamaradas. Por ello ideó una barbacoa redonda con tapa a la que posteriormente le añadió tres patas y un asa a la tapa, dando así una forma original al producto. La 'locura' de George fue un éxito y al poco tiempo las barbacoas Weber entraban a formar parte del 'sueño americano', sinónimo de buena cocina al aire libre.

Las barbacoas para carbón se destinan a un mercado más tradicional, de gran volumen, para los amantes de la cocina con carbón vegetal.

Tanto para la gama eléctrica como para carbón, Weber pone a disposición de los 'cocineros' una gran selección de accesorios y utensilios complementarios

Gama eléctrica, portátil, ideal para pequeños espacios

La amplia gama de barbacoas eléctricas portátiles, ideales para pequeños espacios (balcones, terrazas, pequeños jardines, etc.) está formada por barbacoas "seguras y ecológicas". Con un control sobre la cocción total, esta gama está orientada a clientes jóvenes, residentes en un entorno urbano. En 2012, además, esta gama de barbacoas eléctricas se amplía con un color inédito: el burdeos para el modelo compacto Weber Q140, que cuenta con una parrilla de hierro colado vitrificado para mejorar el asado. El modelo Weber 240, en color gris antracita, trabaja a 2,2 kW uniendo potencia con la flexibilidad de los componentes eléctricos. Con parrilla de hierro colado vitrificado (2 partes) con una superficie de 54 x 39 centímetros y reflector de calor dentro de la tapa.

Gama de carbón, la gama más emblemática

Las barbacoas de carbón Weber están dirigidas a una clientela más tradicional. Un mercado clásico, de gran volumen, para los amantes de la cocina con carbón vegetal. Pero que sea la colección más emblemática no significa estancamiento. La gama de carbón ha ido evolucionando con sus usuarios, introduciendo nuevos colores que incluso decoren el jardín, junto a accesorios complementarios innovadores para cocinarlo todo.

Las barbacoas Weber se utilizan con la tapa cerrada para evitar las llamaradas repentinas y que los alimentos resequen. Dichas barbacoas ofrecen dos tipos de cocción: directa e indirecta. Con la cocción directa se puede asar la carne conservando su jugo natural y obtener platos tiernos y sabrosos. Suele utilizarse para alimentos cuya cocción no supere los 25 minutos (salchichas, costillas, brochetas). Por su parte, la cocción indirecta consiste en asar los alimentos igual que si se tratase de un horno; es el modo de cocción perfecto para aves, animales de caza y platos delicados como pescados o verduras. ■

Escuela de cocineros a barbacoa

Weber cuenta en Europa con tres escuelas de cocina en barbacoas ubicadas en Dinamarca, Alemania y Francia, cuyos cursos son impartidos por profesionales. En la Grill Academy de París se puede elegir entre 5 fórmulas: sólo o con amigos, desde 30 minutos a 2 horas, es un enfoque lúdico pero claramente profesional que permite que cada persona saque el máximo partido a su barbacoa, además de aprender recetas nuevas y conocer todos los trucos y consejos para manejarla con destreza.

La Grill Academy, además, tiene previsto abrir sus puertas en España en los próximos años.

La próxima edición será en Madrid del 28 de febrero (congreso) al 2 de marzo

Herramientas a punto tras ExpoCadena 2012

Pocos certámenes actuales desprenden el olor a negocio que podía percibirse durante la pasada edición de ExpoCadena, la feria privada para los asociados a Grupo Ehlis que, durante dos días, ofreció un espacio expositivo para que los 230 proveedores asistentes expusieran sus mejores galas, y productos, que para eso estaban.

Hasta 230 proveedores de Ehlis ocuparon 10.046 m² en el pabellón 2 de Fira de Barcelona en su recinto Gran Vía.

Esther Güell

En la duodécima edición de ExpoCadena los proveedores del grupo ocuparon 10.046 metros cuadrados del pabellón 2 de Fira de Barcelona en su recinto Gran Vía. En total estuvieron presentes en el certamen 326 marcas expositoras, entre las que se encontraban las principales marcas de referencia del mercado de ferretería, bricolaje, jardinería y menaje. Según informan desde Grupo Ehlis, asistieron al acto el 83% de los asociados a las diferentes divisiones de sus centrales de compras, Cadena 88 ferreterías y Habitacle bricolaje, con un total de 1.485 personas desplazadas a Barcelona.

Cifra de negocio en positivo

A la espera de los datos definitivos de facturación, los primeros datos reflejan que se realizaron, durante el certamen, más de 12.000 pedidos, que situarán el volumen de negocio en una cifra similar al año anterior, "motivo por el cual nos sentimos sumamente satisfechos dada la actual coyuntura económica", añaden sus responsables.

Una valoración (positiva) que comparten los asociados, tanto por el nivel de realización de pedidos "como por el trato con proveedores, presentación de novedades y ofertas existentes en todos los stands". Precisamente estas oportunidades, alentadas desde el propio Grupo y aprovechando la celebración de la feria, es uno de los factores que más valora-

ban los expositores: "aquí hacemos negocio porque además de las ofertas que realizaamos, que atraen los pedidos, Grupo Ehlis ofrece además buenas condiciones que propician el negocio", aseguraban.

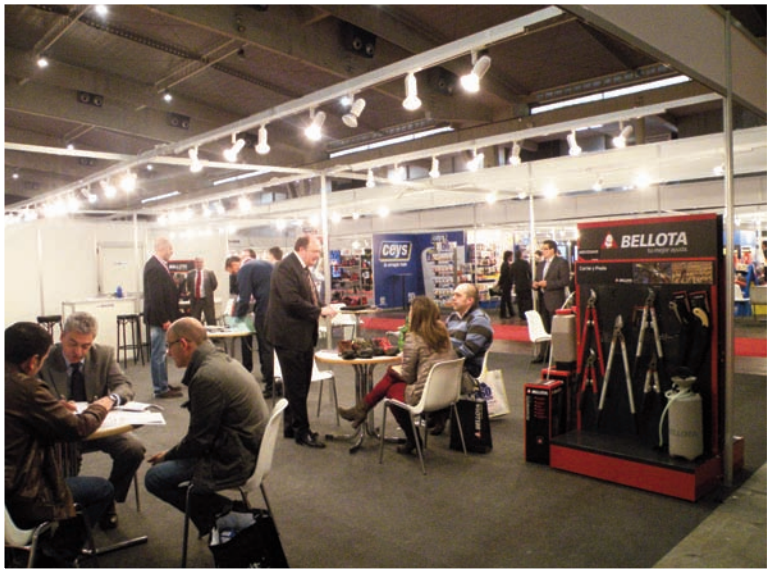
Congreso Expocadena

El día previo a la feria se celebró la segunda edición del Congreso ExpoCadena. El alto nivel de las conferencias permitió repetir el éxito de la primera edición. En total asistieron 1.251 personas, llenando prácticamente el aforo del Palau de Congressos de Barcelona.
En esta ocasión se contó como ponentes con Javier Solana, ex-político y presidente del Centro de Economía y Geopolítica Global de Esade. Solana realizó una interesante radiografía de la situación económico-social, resaltando la necesidad de mantener una Europa unida por encima de momentos de dificultad que se están atravesando.

Cena de gala y despedida

El sábado 10 de marzo se celebró una cena de despedida en la Cúpula de Las Arenas, amenizada por el monologuista Leo Harlem que hizo reír sin contemplaciones al público asistente. Durante el acto, se procedió al sorteo LotoCadena entre los asociados que habían alcanzado los objetivos de pedido propuestos por la central. El afortunado ganador del vehículo Smart Fortwo fue Almacenes San Pablo de Ceuta.
Para finalizar el acto, se hicieron públicas las fechas de celebración de la próxima edición de ExpoCadena, que nos llevará a Madrid los días 28 de febrero (congreso) y 1-2 de marzo (certamen ferial).

Risto Mejide, publicista y experto en comunicación, realizó una impactante ponencia sobre los pasos necesarios para vender una marca. Por último, Alex Rovira, economista y escritor, habló de 'la buena suerte' que no es otra que el resultado de la actitud, del conocimiento, de la habilidad y del compromiso personal.
Durante el acto, Ignacio y Alejandro Ehlis mostraron la actualidad de la empresa y expusieron sus planes de futuro más inmediatos.
Asimismo, Alejandro Ehlis mostró los resultados obtenidos por el grupo en 2011, presentando el incremento de asociados de Cadena 88 y Habitacle (1.046 puntos de venta en la actualidad) que engloban el 13% de los establecimientos de ferretería existentes en el sector.
Entre los proyectos iniciados, destacan las obras de ampliación del centro logístico de Sant Andreu de la Barca, que estará operativo en el mes de octubre y contará con una capacidad de 22.450 cubetas, 10.700 paletas de almacenaje automático y 15.200 europalés. Toda una apuesta de futuro para mejorar el servicio a los clientes del grupo.



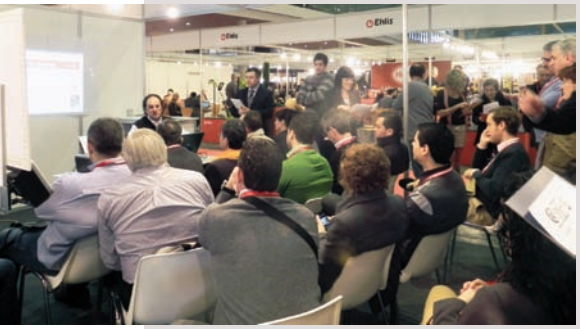
ExpoCadena logró reunir la oferta y demanda, reales, en un certamen que repite con éxito su fórmula año tras año.

Cadena 88 publica su catálogo 'Primavera 2012'

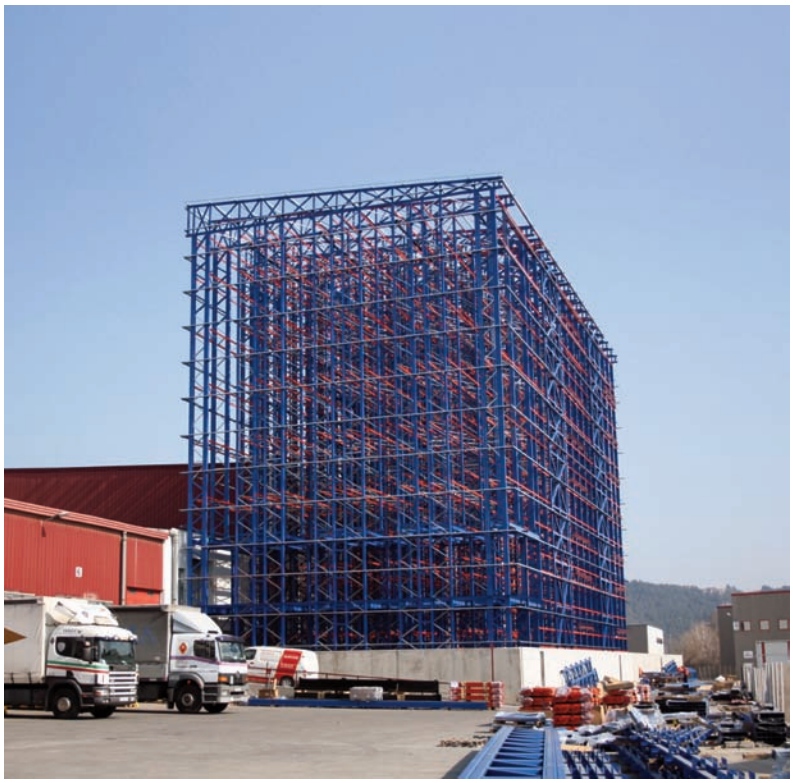
Cadena 88 presentó en ExpoCadena el folleto promocional preparado para la temporada de primavera con vigencia hasta el 31 de mayo. El nuevo concepto gráfico del folleto destaca la importancia que va a tener el símbolo '88' para todos los clientes de las ferreterías del grupo. Su interior presenta la nueva colección de mobiliario de jardín y complementos para exterior, zona de camping, piscinas, complementos animales, riego y mantenimiento de jardín, decoración, maquinaria, menaje y hogar.
El catálogo además incorpora los datos de cada socio impresos en cubierta para reforzar su vínculo con Cadena 88 y, cada cliente asociado, recibe su pack de merchandising para decoración de su negocio.

Éxito de asistencia de visitantes en el stand de Control Integral en ExpoCadena 2012

Control Integral participó en la pasada edición de ExpoCadena 2012 donde congregó un flujo constante de asistentes que querían informarse de las prestaciones del programa y de las novedades que se presentaron en la feria. Se trataba básicamente del nuevo módulo e-commerce de Control Integral, que permite disponer de una página web de comercio electrónico actualizada automáticamente desde Control Integral.
En el stand también se pudo ver el programa en funcionamiento, sus utilidades y los accesorios disponibles, como son los verificadores de precios, firma digitalizada de albaranes, etiquetas electrónicas, terminales portátiles online, descarga automática de tarifas, etc.



El nuevo módulo e-commerce de Control Integral es de fácil uso: dar de alta y actualizar los artículos y los precios de la web se hace actualizándolos en el ERP (Control Integral actualiza los precios de C88, C88 Industrial y Habitacle de forma automática, con un sólo click).
Además, Ehlis y Control Integral han llegado a un acuerdo por el que los asociados a Cadena88 y Habitacle que dispongan de Control Integral y del módulo e-commerce tendrán automáticamente una página web de comercio electrónico con casi 13.000 referencias actualizadas, con los códigos, imágenes, descripciones, características técnicas, precios, ofertas, ... de todos los artículos del almacén central de Ehlis.



Entre los proyectos iniciados por la enseña para este año destacan las obras de ampliación del centro logístico de Sant Andreu de la Barca, que estará operativo en el mes de octubre.

En cuanto a servicios, el nuevo sistema informático permitirá consultar los stocks disponibles en tiempo real en almacén logístico y centros Cash&carry, realizar pedidos con confirmación de servicio y, en caso de rotura de stock, recibir avisos de disponibilidad de producto.
Otros proyectos que se están ultimando son el desarrollo de un portal de venta on-line para los asociados que deseen vender a través de la red y un nuevo sistema de geolocalización de las tiendas del grupo, mediante un acuerdo de colaboración con las plataformas Tiendeo y Ofertia.
Por su parte, Ignacio Ehlis presentó la nueva campaña de comunicación de Cadena 88 que seguirá potenciando la implantación de la marca ante el consumidor y se desarrollará en dos vías. Por un lado y dirigida al público masculino, Cadena 88 ferreterías estará pre-

ABUS participa de nuevo en ExpoCadena

ABUS, manteniendo su afán de estar siempre cerca del socio de Ehlis, como en años anteriores acudió a la feria ExpoCadena para ofrecer de primera mano la extensa gama de productos enfocados a la ferretería así como las novedades de este 2012.
Y como en todos los certámenes, la firma quiso fidelizar a los socios preparando una acción que, en esta ocasión, suponía el sorteo de un pedido gratis, de tal modo que independientemente del importe del pedido ABUS lo enviaba al socio de forma totalmente gratuita. En esta ocasión el afortunado fue Ferretería Puerto Barrameda, de Cádiz.

Catral presenta sus novedades

Foto de familia en el stand de Catral en ExpoCadena.

Catral aprovechó la última edición de de ExpoCadena para presentar sus novedades para la presente campaña, entre las que destacan el césped artificial Mediterráneo —un modelo de césped que por su composición tiene un aspecto natural y permite un mayor confort y bienestar—, el cañizo Elegance doble cara —tejido de varillas sintéticas, gruesas, de alta calidad para ocultación de balcones, jardines, terrazas, etc.— o la malla de brotes —una malla sombreadora verde con hojas y brotes de dos colores, ideal para proteger y al mismo tiempo decorar—.
Desde la empresa consideran que "el encuentro fue un éxito en todos los sentidos" porque además de lograr una muy buena acogida de las novedades por parte de los visitantes, se comunicó la aprobación del Convenio de Acreedores que había presentado la empresa.

sente en las vallas electrónicas de los campos de fútbol en 63 partidos de la liga BBVA. Para captar al público femenino —cada vez más importante en el entorno de compra de la ferretería— se ha desarrollado un spot de TV donde se presenta el nuevo slogan del grupo: "Cadena 88 ferreterías, profesionales como una casa". Este spot se emitirá durante el segundo semestre del año en los canales del grupo Antena 3 Televisión.
En la actualidad, 320 ferreterías del grupo ya han implantado la nueva imagen corporativa de Cadena 88, pero conscientes de continuar con la mejora de la imagen de los puntos de venta ante el consumidor, Ehlis ha desarrollado un curso de escaparatismo impartido por profesionales que se desplazarán por diferentes zonas de España para formar a los asociados.

Imcoinsa se consolida como proveedor global

Imcoinsa, fiel a su trayectoria de comunicación y atención comercial, ha participado de nuevo en la última edición de ExpoCadena. La firma ha cerrado su participación en esta feria privada "con unos interesantes resultados, tanto por el interés mostrado por los asociados en la amplia relación de equipos y maquinaria expuesta como por la aceptación de las ofertas especiales configuradas para dicho evento, destacando la excelente acogida de las ofertas especiales en compresores y herramientas de corte".
De hecho, la amplia gama de compresores Imcoinsa consolidan a la firma como proveedor global de compresores para uso profesional y bricolaje, consecuencia del estrecho compromiso que Imcoinsa mantiene con los asociados a Cadena 88 para esta familia en especial.

La renovación y mejora de los puntos de venta de Cadena 88 y Habitacle es otro de los pilares fundamentales para el desarrollo de los negocios; por ello en ExpoCadena se presentó un modelo de ferretería corporativa para que todos los asociados presentes pudieran conocer de primera mano las pautas básicas que debe tener una ferretería de éxito: rotulación exterior, escaparates de temporada bien presentados, mobiliario comercial adecuado, gamas de producto homogéneas, vestuario corporativo y, sobre todo, vocación de servicio y profesionalidad.

Olivé Química muestra sus novedades en siliconas y sellantes

Olivé Química, empresa especializada en la fabricación de siliconas y sellantes, participó un año más en la feria Expocadena 88 (Barcelona, 9 y 10 de marzo), donde presentó sus últimas novedades. De entre ellas destacan la gama Olibond, de adhesivos polivalentes apropiados para superficies húmedas, y la gama Oliseal, de sellantes para superficies húmedas y pintables, además de los adhesivos, colas y los lubricantes fabricados por Dilube, S.A., empresa que forma parte del Grupo Olivé. La compañía aprovechó un año más la feria para estar cerca de sus clientes y mostrarles su amplia oferta de siliconas, sellantes, espumas de poliuretano, colas y lubricantes destinados al sector de la distribución y el bricolaje.

El congreso Aecoc contó con más de 200 directivos de las empresas del sector

La importancia de la venta internacional

Aecoc lleva años reuniendo a los directivos de las principales empresas en sus distintos congresos y reuniones, siempre con un éxito de convocatoria. En esta ocasión, el Congreso de Ferretería de Aecoc se reunió en Madrid para presentar ponencias y mesas redondas para analizar la situación del sector y para saber cómo afrontar los retos de futuro.

Juan Iranzo, durante su intervención en el Congreso Aecoc de Ferretería.

Ricard Arís

El vicepresidente del Instituto de Estudios Económicos, Juan Iranzo, hizo un balance sobre la situación económica actual y futura en su intervención de apertura del XV Congreso Aecoc de Ferretería y Bricolaje, que esta semana reúne en Madrid a unos 200 directivos de las principales compañías del sector. El vicepresidente del Instituto de Estudios Económicos, Juan Iranzo, hizo balance sobre la situación económica actual y futura en su intervención de apertura del XV Congreso Aecoc de Ferretería y Bricolaje, que reunió en Madrid a 200 directivos de las principales compañías del sector.

La salida de la exportación

En este sentido, Iranzo apuntó como gran oportunidad la creciente demanda de bienes y servicios de alto valor por parte de países como China o India, donde producen y exportan cualquier tipo de producto mientras su demanda interna empieza a crecer de manera intensa. También en Iberoamérica detecta oportunidades, en mercados como los de Perú, Chile, Colombia o México. En cualquier caso, Iranzo destacó que para poder operar en una economía globalizada es necesario ser competitivos, algo en lo que nuestro país tiene mucho que mejorar. En su opinión, "la

Cerca de 200 directivos de las principales empresas del sector se reunieron en el Congreso Aecoc de Ferretería.

competitividad y la confianza constituyen los dos problemas fundamentales de la economía española".

Si bien lamentó algunas de las medidas recientemente adoptadas por el gobierno español, como la subida de impuestos, sí consideró que el nuevo Ejecutivo cuenta con un plus de confianza a nivel internacional y está trabajando "en el buen camino" para mantenerlo. Y es que, en su opinión, se deben descartar políticas expansivas en favor de medidas que impulsen la competitividad global: una nueva política económica basada en el ajuste presupuestario y la austeridad (reducción del déficit), la restructuración de las Administraciones Públicas (para hacerlas más sostenibles eliminando ineficiencias y duplicidades) y el fomento de la competitividad.

En este último punto, apuesta por reformas en el ámbito financiero y también por medidas que hagan más eficiente el mercado laboral y faciliten la existencia de más personal cualificado para la empleabilidad, inversiones en infraestructuras (fomentando el uso del ferrocarril), y el impulso a la investigación y desarrollo (innovación). Preguntado en sala, Juan Iranzo consideró, finalmente, que no ve un riesgo inminente en la salida de España del euro, puesto que esta moneda es, en su opinión, uno de los activos fundamentales de nuestra economía.

El servicio y asesoramiento al consumidor, claves de futuro

La intervención de Juan Iranzo en la apertura del XV Congreso Aecoc de Ferretería y Bricolaje se completó con la participación de los patronos de la Fundación Txema Elorza, Darío Alonso y Juan Manuel Fernández, quienes dibujaron el panorama particular que afecta a las compañías del sector. En su opinión, se trata de un mercado caracterizado por "la sobreoferta que procede de cerca de dos mil proveedores, un consumidor retraído y una cadena ineficiente y cara".

DISFRUTE EL SILENCIO

KIPOR®
PURE TECHNOLOGY

El nivel sonoro más bajo: 51 dbA

KDE60SS3

- Potencia máxima 54 kVA
- Potencia Nominal 50 kVA
- Panel digital de control
- Insonorizado (51 db)
- Equipado con el motor KD4105ZG, 4 cilindros, refrigeración a agua a 1500rpm
- Nuevo AVR que reduce aún más la fluctuación de la corriente
- Conexión ATS
- 4 puertas de abertura a 180º para un fácil mantenimiento

disseny: Terradas · terradasweb.com

ribe®

SYSTEM CERTIFICATION ISO 9001:2008 SGS Nº ES08/5205

Sant Maurici, 2 - 6 · 17740 VILAFANT (Girona) Spain Tel. (0034) 972 54 68 11
Fax (0034) 972 54 68 15 · ribe@ribe-web.com · www.ribe-web.com

Según se recoge en el Libro Blanco de la Fundación Txema Elorza presentado en el marco del congreso, el futuro del sector pasa por concentrarse en el servicio, conocimiento y asesoramiento al consumidor, un mejor surtido, una fuerte apuesta por la innovación, la formación del colectivo empresarial y la colaboración dentro de la cadena. Todo ello en un escenario donde la comunicación a través de Internet tendrá un protagonismo fundamental.

El XV Congreso Aecoc de Ferretería y Bricolaje, contó también con la participación de destacados empresarios del sector. Entre ellos, el director general de Leroy Merlin, Ignacio Sánchez; el director de Herramientas eléctricas de Robert Bosch, Detlev Biehl; el director general de Knauber, Nektarios Bakakis; el director general de Cecofersa, Balbino Menéndez; el presidente de Cifec, Francesc Martínez. Los asistentes al Punto de Encuentro también tuvieron la oportunidad de conocer la apuesta por la innovación y el marketing de José Ramón García, presidente ejecutivo de Blu:sens, multinacional española especializada en electrónica de consumo de última generación.

Una forma diferente de hacer marketing

El presidente de Blu:sens mostró muy claramente su apuesta por el marketing imaginativo en tiempos de precariedad económica. Explicó a los presentes que "comenzamos con 3.000€ y nos basamos en la creatividad como forma de crecimiento". José Ramón García afirmó que, con un capital inicial tan pequeño basaron su estrategia en ser imaginativos, porque "hacer marketing es muy sencillo si tienes recursos, sino hay que usar la creatividad".

En las ferias, el sistema fue el mismo: "No teníamos recursos para grandes stands, así que quisimos hacer ruido (para dar a conocer a nuestra marca) y conseguimos salir en la televisión durante 50 minutos casi sin pagar". También explicó que "nuestro catálogo parece más de moda que de electrónica, porque la gente compra lo que es imprescindible o lo que está de moda". En este sentido, es importante "hacer las cosas de forma diferente".

Para José Ramón García, otro factor importante es mantener los pies en el suelo. Hablando de internacionalización, destacó su importancia con el siguiente ejemplo: "Nosotros en España vendimos más que Apple, un total de 500.000 reproductores, pero en Europa Apple vendió 20 millones de reproductores, eso es lo que quisimos que asimilaran nuestros trabajadores". Vender fuera de España es un punto fundamental en la política de Blu:sens, ya que como comenta García, "tenemos que hacernos globales y hay que pensar en global para ello. Estamos en 25 países y supone un 40 % de los ingresos tras sólo dos años vendiendo en el extranjero".

Juan Ramón García, presidente de Blu:sens, durante su discurso en el Congreso Aecoc.

La internacionalización y la renovación de la imagen corporativa fueron algunos de los temas más destacados

Es por ello que ya están en países como Mexico, Colombia, Perú, Chile o Argentina. El presidente de Blu:sens también dedicó un pequeño comentario al sector bancario, afirmando que "en 2011 crecimos un 40% pero podríamos haber crecido un 80% si nos hubieran dado crédito. Queremos que se nos deje trabajar tranquilos y que nos den recursos para ello". García también destacó la importancia de las redes sociales para la venta. ■

El Foro económico de AFEB

En el marco del Congreso Aecoc de Ferretería, también se celebró el primero de los dos foros económicos anuales que organiza AFEB. Tras analizar los datos económicos generados por la propia asociación, a través de sus informes de coyuntura e incidencias, así como la evaluación de datos macroeconómicos de diferentes organismos, los asociados, liderados por Alfonso Lizariturry (responsable del Comité), llegaron a las siguientes conclusiones:

- **A pesar de la Ley de Morosidad, la evolución del plazo de pago promedio no está mejorando de a cuerdo a las expectativas.**
- **El nivel de devoluciones en el sector es bastante bajo, aunque tuvo un pequeño repunte en el 2009.**
- **Clara tendencia al alza en impagados desde septiembre del 2010, aunque se puede considerar un sector "sano" desde esta perspectiva.**
- **El Canal Tradicional está sufriendo más la crisis que el canal moderno (distribución grande y media), y es una tendencia que parece va a seguir, al menos este año 2012.**
- **La gran superficie de alimentación (GSA) es el canal que más pierde.**

El Foro Económico terminó con una propuesta de mejora de los Informes de Coyuntura, que permitirá mejorar la visión de evolución del sector.

ESCALERAS

svelt

ANDAMIOS

MÁS ALTO

MÁS FUERTE

Más de 200 modelos, aplicados a soluciones domésticas y sistemas profesionales.

www.svelt.es

Polígono Llames, nave 42 - 33429. Viella. Siero. Asturias - 985 793 012 - svelt@telecable.es

La compañía exhibió en la última edición de ExpoCadena nuevos productos de su línea 'Camping'

Super-Ego presenta sus nuevas ideas para el camping

Barbacoa portátil a gas.

Con el buen tiempo llega la temporada alta del camping, una actividad que cuenta con cada vez más adeptos y que permite gozar del aire libre en buena compañía. Super-Ego Tools, S.L.U. propone varios productos para disfrutar al completo de esta actividad que forma parte de su nueva línea 'Camping', una de las protagonistas del stand de la compañía en ExpoCadena 2012. Dentro del catálogo de Cadena88, Super-Ego aporta artículos como la lámpara portátil, el hornillo de gas portátil o la cocina de camping.

Super-Ego acudió a ExpoCadena, en Fira de Barcelona, con dos claros objetivos: dar a conocer sus novedades y presentar a los asociados de Ehlis los productos incluidos en el catálogo primavera-verano de Cadena88. En concreto, Super-Ego presentó al público asistente los productos que componen su nueva línea de 'Camping', así como las alternativas para riego y jardín que ofrece la marca italiana Claber. Dentro del catálogo de Cadena88, Super-Ego aporta artículos como la lámpara portátil, el hornillo de gas portátil o la cocina de camping. También bombas de agua bien sucias bien limpias, de superficie o sumergibles. En el apartado de 'riego de jardín' del catálogo primavera-verano de Cadena88 se incorporan productos Claber como el carro portamanguera Genius Compact o el programador Logica Classic.

Propuestas para el camping

Una de las propuestas de Super-Ego para dis-

Nueva cocina portátil, pensada para estancias en embarcaciones, caravanas, camping o al aire libre.

frutar del aire libre es la barbacoa portátil a gas, cuyo diseño compacto permite almacenarla con mayor facilidad. Posee un mango ergonómico para ser transportada con una mano. Su rejilla de cocción es eficaz y espaciosa (1.065 centímetros cuadrados) y su quemador circular, realizado en acero inoxidable y de encendido automático, aporta 2,7 kW/h para una cocción uniforme. Su bandeja para la grasa es desmontable y fácil de limpiar. Otra de sus características más destacadas es que comienza a operar en 10 segundos.

La familia 'Camping' también crece gracias a su nueva cocina portátil, pensada para estancias en embarcaciones, caravanas, camping o al aire libre. Funciona con cartuchos de gas Super-Ego BTN 250 (no incluidos) que se integran en el cuerpo de la cocina. Dispone de un dispositivo de seguridad si la presión de gas es excesiva así como la posibilidad de regular la llama. Consta además de encendido piezoeléctrico y de maletín para facilitar su transporte.

Por su parte, la lámpara de camping Super-Ego proporciona una autonomía mínima de 4 a 10 horas, con una intensidad de la luz ajustable. Con encendido piezoeléctrico, cuenta con regulador de intensidad y funciona con cartucho desechable BTP C-200 (no incluido).

La última propuesta es el hornillo de camping, con una autonomía de 2 a 6 horas. Con plato protector de viento, incorpora encendido piezoeléctrico y regulador de intensidad. También funciona con cartucho desechable BTP C-200 (no incluido).

Hornillo de camping con encendido piezoeléctrico y regulador de intensidad.

Cartucho desechable BTP C-200.

Lámpara de camping Super-Ego.

Una tienda de campaña, una cocina de camping y una espaciosa canoa son algunas de las propuestas para esta temporada

Comodidad, emoción y sabor, ingredientes para aprovechar el buen tiempo

A las puertas del buen tiempo, el calor y con las vacaciones estivales a la vuelta de la esquina, surgen las propuestas e ideas para disfrutar al máximo, solos o en familia, de la naturaleza. Para ello, Coleman, especialista en el diseño de productos para disfrutar de actividades al aire libre, ha elaborado una selección de novedades.

La firma presenta concretamente tres sugerencias como son la tienda de campaña Instant Tourer 4 y la cocina de exterior Camping Vario Premium Deluxe para lograr todo el confort y el sabor en las escapadas. Excursiones en las que tampoco tiene porqué faltar la aventura, asegurada con la canoa Adventure Plus.

Confortable y práctica: Tienda de campaña Instant Tourer 4

La trayectoria de Coleman destaca especialmente por su capacidad de innovación. Esta determinación por evolucionar ha sido la que ha permitido a la marca desarrollar uno de los básicos de estas propuestas: la tienda de campaña Instant Tourer 4. Todo un prodigio de la acampada que gracias a su revolucionaria tecnología —una estructura de araña compuesta por varillas de acero— permite tener lista la tienda en tan sólo 1 minuto. Sesenta segundos de espera y todo un mundo de posibilidades para toda la familia en un espacio que ofrece un amplio abanico de comodidades: amplias ventanas auto-enrollables, tejidos de gran calidad probados en climas extremos y una entrada elevada que garantiza una cómoda limpieza y una acampada sin insectos ni agua.

Práctica, resistente y con un montaje que lleva tan sólo 1 minuto. Así es la tienda Instant Tourer 4.

Canoa Adventure Plus, una nota de diversión en las vacaciones

Sevylor, marca dedicada a aventureros, añade el punto perfecto de emoción al descanso en familia. Si el lugar elegido para ello es en la costa o cercano a algún río, Sevylor propone probar la canoa Adventure Plus, una embarcación perfecta para navegar por aguas tranquilas que garantiza la posibilidad de llevársela a todas partes gracias al exclusivo sistema Back Pack —que permite convertir la canoa en una mochila— y ofrece 385 centímetros de confort con capacidad incluso para niños. Y es que el modelo Adventure Plus está integrado por cómodos asientos inflables ajustables, dotados de un respaldo alto, que harán único el viaje a bordo de la embarcación. Pero además, la canoa Adventure Plus incluye una válvula de desagüe para un fácil drenado del agua, una aleta desmontable y guías direccionales soldadas para una mayor maniobrabilidad y un casco resistente al agua de polyester rígido que ofrece una protección total.

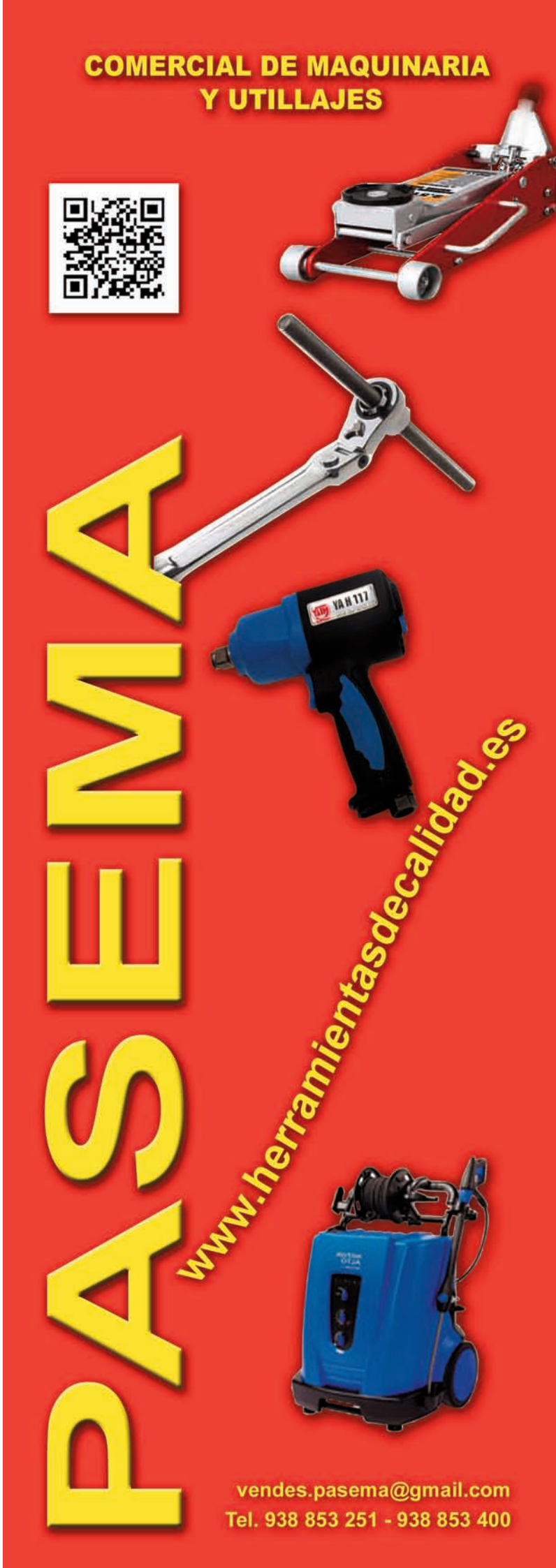
La espaciosa canoa Adventure Plus permite convertir las vacaciones al aire libre en algo inolvidable.

Camping Vario Premium Deluxe: cocina práctica y deliciosa

Por otra parte, Campingaz presenta su última —"y revolucionaria"— apuesta en cocinas de exterior. Camping Vario Premium Deluxe resulta la solución perfecta para saborear los mejores platos allá donde sea gracias a su fácil y rápido transporte —sólo pesa 4,5 kilos—.

Una portabilidad a la que se suman todas las ventajas de una cocina multifuncional que cuenta con dos quemadores y una parrilla, muy útiles a la hora de preparar varios platos en tan sólo unos minutos, y que gracias a sus patas portátiles se adapta cómodamente a cualquier 'cocinero'. Su gran autonomía, de 7 horas y 20 minutos, su rápido tiempo de ebullición, de aproximadamente 7 minutos, y sus paravientos completan esta cocina de exterior. ■

Comida sana y deliciosa donde sea con la moderna y práctica cocina de exterior Camping Vario Premium Deluxe.



Productos para estanques

Sin límites y con cabeza, el estanque ideal

Un estanque es uno de los elementos que definen y personalizan un jardín, un universo que se puede mantener durante generaciones, aportando estilo y personalidad a una propiedad. Rebosantes de vida y naturaleza, son lugares ideales para el relax. Gardena tiene las soluciones para cada jardín.

Un estanque de jardín puede dar un toque de elegancia que se mantiene durante generaciones.

Gardena, con su gama Aquamotion, ofrece una amplia gama de productos para el estanque. Su experiencia permite ofrecer soluciones fáciles y prácticas para su construcción, mantenimiento y decoración. Según el tamaño y la profundidad del estanque que se quiera construir, se debe escoger uno u otro tipo de revestimiento, ya que éste tiene que aguantar el peso del agua. Gardena ofrece una selección completa de productos para la construcción del estanque. Si, por ejemplo, la decisión es realizar un estanque cuya capacidad no exceda los 450l, los moldes rígidos serán la mejor elección. Con ellos construir un estanque será fácil y rápido. Todos los moldes que la empresa

Gardena, empresa especializada en el sector de la jardinería cuenta con un amplio catálogo de productos para el cuidado y mantenimiento del jardín, agrupados en dos grandes familias: universo del agua y cuidado del jardín. Sus productos se caracterizan por su fácil manejo y la ergonomía en sus diseños y muchos de ellos están disponibles en tres categorías, Classic, Comfort y Premium, para adaptarse a todo tipo de usuarios, desde los principiantes a los más experimentados. Además, en su compromiso con el medio ambiente, más de la mitad de los artículos de su catálogo, compuesto por cerca de 800 referencias, están destinados al consumo inteligente del agua y al ahorro de energía.

El acabado de su estanque puede realizarse con algún material decorativo, como luces o figuras.

ofrece están fabricados en polietileno, muy resistente a los rayos UV y a las heladas. Además respetan la fauna y la flora y son a prueba de golpes.

La decoración y sus complementos

Después, la decoración del estanque no tiene límites: instalar unos fascinantes efectos de agua, como cascadas, chorros espumosos, caídas en forma de campana… o crear arroyos artificiales para disfrutar del murmullo del agua; dejar que las plantas florezcan, mejorando el aspecto del estanque, al tiempo que suministran oxígeno y proporcionan un hábitat a los animales, etc. Por supuesto, también hay que pensar en los filtros que mantengan la calidad del agua, y en los oxigenadores que la mantengan transparente y enriquecida. Y por último, se puede dejar volar la imaginación de cada uno y personalizarlo con diferentes iluminaciones. Para todo ello Gardena ofrece soluciones: desde la construcción del estanque, a la tecnología para crear todo tipo de efectos de agua, más los productos de mantenimiento, y los elementos de decoración. ■

La feria recibió la visita de un total de 38.840 profesionales

Buen balance de resultados al cierre de Sicur 2012

Ha sido un buen año para Sicur. La feria ha recibido una destacada presencia de profesionales de Portugal y de 17 países de Iberoamérica, así como el incremento de visitantes procedentes de Rusia, EE UU, India, Corea y Kuwait. En total, han recibido una cifra muy remarcable de visitantes del exterior, que en esta ocasión han sumado 2.872 profesionales procedentes de 80 países.

Ricard Arís

La décimo octava edición de Sicur, Salón Internacional de la Seguridad, celebrada entre los días 28 de febrero al 2 de marzo de 2012, cerró sus puertas con un positivo balance de resultados. La feria, organizada por Ifema, reunió la oferta 1.233 empresas —524 de participación directa— y recibió la visita de 38.840 profesionales, unos datos que confirman la capacidad de convocatoria de este salón, que con los años se ha consolidado como uno de los referentes del calendario europeo de ferias del sector.

Otro dato a subrayar de Sicur 2012 ha sido su alcance internacional, tanto desde el punto de vista de la participación, que ha significado el 35% con la presencia directa de empresas de 21 países, como en la afluencia de visitantes del exterior cifrada, en esta ocasión, en 2.872 profesionales de 80 países.

En este capítulo, también hay que señalar la importante presencia de profesionales de Portugal, que ha supuesto un 45% del total de visitantes del exterior, así como de 17 países Iberoamericanos, con un 10%, entre los que destacan por número y en este orden, Venezuela, Brasil, México y Colombia. Del entorno europeo —además de Portugal— el mayor número de visitas correspondió a Italia, Francia, Reino Unido y Alemania. También ha sido especialmente significativa en esta edición, la presencia de un grupo de 60 profesionales procedentes de Rusia; 30 de Estados Unidos, y el notable incremento de visitantes procedentes de India, Corea y Kuwait.

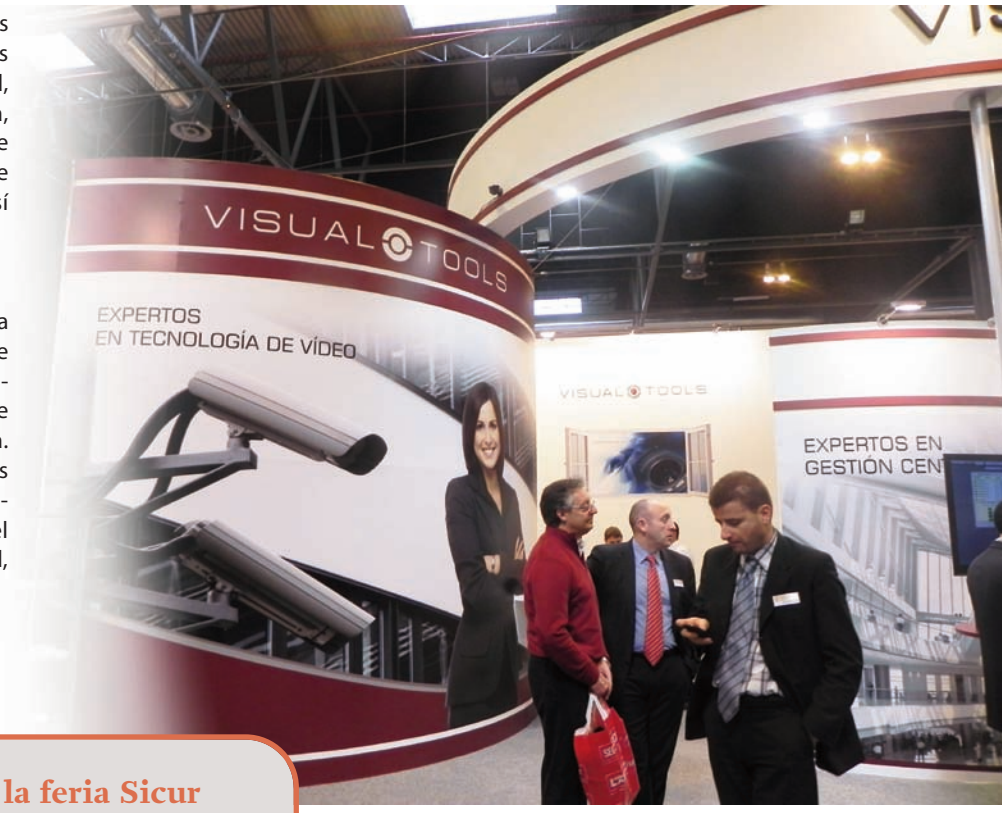
En cuanto al ámbito nacional, los resultados de esta edición indican que el 48% de los visitantes procedieron de fuera de Madrid, principalmente de Cataluña, Andalucía, Valencia, Castilla- León y País Vasco, aunque se registró la presencia de profesionales de todas las Comunidades Autónomas, así como de las ciudades de Ceuta y Melilla.

Actividades paralelas de interés

Por otra parte, y de forma simultánea a la exhibición comercial, Sicur fue escenario de celebración de múltiples actividades, exhibiciones y encuentros profesionales que se desarrollaron con gran éxito de asistencia. Entre ellas, el programa de conferencias Foro Sicur que a lo largo de las cuatro jornadas de feria, reunió a 900 asistentes, o el Brokerage Event, organizado por Madrid+d, los días 28 y 29 de febrero, que contó con la participación de 120 entidades y que generó más de 200 entrevistas de trabajo orientadas a la transferencia de tecnología en seguridad.

Otros focos de atención de Sicur 2012 se situaron en la Galería de Nuevos Productos, que este año destacó 31 propuestas especialmente protagonizadas por las aplicaciones de tecnologías disponibles en el ámbito de la seguridad, así como por desarrollos tecnológicos concretos; los diferentes simulacros y maniobras de rescate llevados a cabo por los Bomberos de la Ciudad de Madrid; la Unidad Canina de Bomberos de Madrid (UCAB); la Asociación Española de Escoltas (ASES) y la exposición de vehículos policiales antiguos, Retorpol IV, o el XIII Concurso Fotográfico Emergencia 112.

También se estrenó en Sicur el I Encuentro Profesional de Trabajos Verticales en España, organizado por la Asociación Nacional de Empresas de Trabajos Verticales (Anetva). Su presidente, Manuel Forcat, explicó a Interempresas que este primer encuentro es una reunión de profesionales que llevan a cabo un circuito de pruebas y de "maniobras habituales en la actividad profesional de los trabajos verticales, pero en forma de concurso, en el cual se premia la técnica y el tiempo". Forcat también destacó que ya pre-



Expositores y visitantes pudieron interacturar en Sicur durante los 5 días de celebración de la feria.

Original Buff participa en la feria Sicur con su línea de Protección

La empresa Original Buff aprovechó la feria de seguridad Sicur para mostrar por tercera edición consecutiva sus productos adaptados al mercado laboral. Especial éxito tuvo el Buff Fire Resistant confeccionado con tejido de Nomex. Los visitantes pudieron comprobar la resistencia de este producto frente a las llamas y su resistencia a altas temperaturas. Además, los usos del Fire Resistant son muy variados ya que no sólo protege del fuego sino que también es antiestático.

Original Buff también aprovechó la afluencia de visitantes para presentar su nueva página web. La página ofrece una gran variedad de imágenes sobre los diferentes tipos de usos del producto (policías, ejércitos, hostelería, obra pública, etc.) y un vídeo muy ilustrativo sobre las diferentes formas de llevar el tubular de protección Buff.

Los productos están intuitivamente divididos según el tipo de protección que ofrecen de forma que se pueda encontrar rápidamente el tubular que mejor cubra sus necesidades. Para los más exigentes, también hay detalladas las especificaciones técnicas de los tejidos utilizados (Thermolite, Coolmax, Polartec, Windstopper, Nomex) y los certificados con los que cuenta la empresa (Oeko-tex Standard 100, ISO 9001, ISO 14001).

Triple presencia de Tomás Bodero en Sicur 2012

Este año, y sin precedente en su historia, la firma Tomás Bodero concurría a Sicur con 3 stands: el de Tomás Bodero (6B01), el de Showa Best Glove (4B21, como sección de materiales sintéticos de alta tecnología), y el de Dragon Gloves (10G04, como sección especializada en cuerpos de seguridad). La presentación en stands específicos por marca responde a la nueva orientación de marketing de la empresa, que prima la autonomía de sus marcas comerciales (propias o representadas) por gozar de un marcado perfil que las identifica en el mercado, como es el caso de Dragon Gloves, que inicia en 2012 su singladura como marca autónoma.
"Con esta nueva distribución de nuestra oferta, hemos tomado el pulso al sector y aprovechado para actualizar los contactos. Valoramos muy positivamente nuestra participación en Sicur 2012", declaraba al término de la edición, Tomás Bodero Sáiz, director general de Tomás Bodero, S.A. La firma burgalesa expuso en el certamen de Ifema lo más granado de su vanguardia tecnológica para la protección de las manos. La compañía, conforme a su política de servicio, dedicó un esfuerzo prioritario a hacer pedagogía de la prevención en sus tres stands, que registraron una importante afluencia de público a pesar de la desfavorable coyuntura económica.
Tomás Bodero, único fabricante español de guantes especializado exclusivamente en el desarrollo de soluciones de seguridad avanzada para la protección de las manos, desprendía optimismo en Sicur. "La trayectoria de más de cincuenta años de nuestra compañía —citaba el director general— se ha distinguido por el esfuerzo evolutivo y una voluntad firme de convertir los retos en oportunidades. Por eso, ahora más que nunca, creemos en nuestra capacidad para incrementar la participación de Tomás Bodero en el mercado ibérico y otros mercados emergentes en los que tenemos una creciente presencia". A través de un estrecho contacto con clientes y profesionales durante Sicur, la firma ha podido constatar la positiva valoración de los usuarios de guantes.

Velilla Confección Industrial atrae muchos visitantes en Sicur 2012

"El stand de Velilla ha sido uno de los más visitados de Sicur", afirman orgullosos desde la empresa. Multitud de profesionales se acercaron hasta Feria de Madrid para conocer sobre el terreno la completa oferta de productos y soluciones en materia de vestuario laboral y Equipos de Protección Individual (EPI), que ofrece la compañía. El stand de Velilla Confección Industrial se convirtió en un espacio vivo y lleno de sorpresas. La firma planteó Sicur como un ejercicio de escucha activa de los clientes, un espacio divulgativo, orientado a compartir información, conocimiento y experiencias. Así, un equipo de profesionales cualificados recogieron la opinión de los visitantes, información muy valiosa que será clave para elaborar los nuevos productos.
En su stand destacaron sus nuevos lanzamientos en la colección de Alta Visibilidad, así como los prototipos de prendas más técnicas. Los visitantes pudieron conocer las últimas propuestas en prendas técnicas, así como las líneas de innovación que desarrolla la empresa. Como ejemplo, el pantalón de la serie 157, un producto de Alta Visibilidad, muy solicitado.

paran la segunda edición de los Encuentros ya que "los patrocinadores del evento, la alta presencia de participantes y la forma en la que se ha desarrollado, hacen pensar que volveremos a Sicur el año próximo".
Todas estas actividades, unidas a la amplia oferta en Seguridad Pública y Privada, Emergencias, Seguridad Contra Incendios y Seguridad Laboral, reunida en los pabellones de Sicur, ofrecieron un espacio divulgativo y de información de alta repercusión en los diferentes entornos profesionales implicados en el mundo de la seguridad, así como en numerosos medios de comunicación, tanto sectoriales y generalistas que durante cuatro días otorgaron a la seguridad un absoluto protagonismo.
Sicur también fue el marco elegido por diversas asociaciones y entidades clave del sector de la de seguridad para la celebración de sus asambleas y otras actividades como la presentación del Informe sobre la percepción social de la seguridad en España, de la Fundación Esys; la jornada sobre Evolución de los Accidentes no laborales en la Sociedad, que organizó la Fundación Mapfre; la celebración del Día del Fuego de Tecnifuego – Aespi y la entrega del I Premio SCI a la Inspección de la seguridad contra incendios, o la reunión del Agora de Decanos de la Seguridad. La feria fue inaugurada en la mañana del 28 de febrero, por la delegada del Gobierno en Madrid, Cristina Cifuentes.

hello! ¡hola!

Yale y Azbe se unen.

La innovación y la capacidad de un líder mundial junto
a la confianza y conocimiento del mercado de un líder local.

Yale® Azbe®

Nos unimos con toda seguridad.

C/ Aramburuzabala, 23. 20540 Escoriaza (España)
Teléfono: 943 71 29 29. Fax: 943 79 86 43

An ASSA ABLOY Group brand

ASSA ABLOY

Con la presencia del director general del Grupo, Christian Bremicker

ABUS inaugura sus nuevas instalaciones

La inauguración de las nuevas instalaciones de ABUS en Vizcaya, que ocupan una superficie de 1.200 metros cuadrados, reunió en una jornada llena de actividad al director general del Grupo, Christian Bremicker, al director de Operaciones, Hartwig Krauss, al director de Exportación, Holger Joerges, y al responsable de exportación de ABUS Ibérica, Rolf Mueller, junto con los directivos y red de ventas de la compañía en España.

Nueva planta de ABUS en Vizcaya.

Teresa del Hoyo

El director general de ABUS Ibérica, Santiago Gómez-Guadalupe, introdujo la jornada, mostrando su satisfacción por lo conseguido desde su implantación en España en un pequeño local en 1996. "Estas nuevas instalaciones —afirmó orgulloso— son el resultado de un constante crecimiento de nuestras ventas, gracias a dos factores fundamentales: producto+ red comercial. Esta es la clave de nuestro éxito. Asimismo, las novedades que ahora vamos a presentar van a hacer que ABUS incremente sobremanera su presencia en España e, incluso, en Europa".

A continuación tomó la palabra el director general del Grupo ABUS, llegado expresamente desde Alemania, Christian Bremicker, quien agradeció, en primer lugar, la labor de la red comercial, así como las buenas campañas de Marketing dirigidas por Elisabeth Salas, a quién felicitó, también, por sus aciertos en las decisiones, "que han contribuido al posicionamiento de ABUS en España".

"En estos tiempos, en los que sólo se habla en términos negativos, también hay muchos elementos positivos. Para nosotros ha sido una trayectoria de crecimiento porque hemos sabido adaptarnos a los diferentes países en los que estamos trabajando y nuestro objetivo es seguir en la misma línea de adaptación, inversión y crecimiento. Es el momento de invertir, la empresa que invierte sale fortalecida, como es nuestro caso y por eso os pido que este espíritu de éxito de hoy se traslade a todos los ámbitos de vuestra actividad".

Titalium, la línea estrella en candados

Lucas Eguiraun, que en breve dejará su trabajo como director técnico de ABUS España para trasladarse a Abus Pfaffenhain, fue el encargado de desgranar las importantes novedades de la firma para este año. Su lugar lo ocupará Borja Bilbao, también presente en el acto. Eguiraun destacó la línea Titalium, marca registrada de ABUS, "que marca un antes y un después en la gama de candados, un nuevo material, cuya aleación especial basada en el aluminio, es perfecto para la fabricación de candados".

Titalium es una aleación especial basada en el aluminio perfecta para la fabricación de candados, similar a las aleaciones utilizadas por empresas de alta tecnología en aplicaciones donde son cruciales propiedades como la extrema ligereza y la alta resistencia/tenacidad, como la industria del automóvil, la aeronáutica o la de alta integración de aparatos electrónicos. Material empleado en las aplicaciones más críticas, las pruebas destructivas en laboratorio de ensayos confirman que la nueva aleación Titalium es igual o más segura que el latón tradicional. Además, no ennegrece como los candados de latón.

ABUS ha desarrollado con Titalium una gama exhaustiva con tres nuevas series que cumplen con los requerimientos de diferentes niveles de seguridad: alto, medio y básico:

La jornada contó con la participación de Santiago Gómez-Guadalupe, director general de ABUS Ibérica, Christian Bremicker, director general del Grupo ABUS, Hartwig Krauss, director de Operaciones del Grupo, Holger Joerges, director de Exportación del Grupo y Rolf Mueller, responsable de exportación ABUS Ibérica.

80Ti: El buque insignia: indicado para asegurar bienes de cierto valor o con un mayor riesgo de robo, para puertas, rejas, armarios, taquillas, cajas de herramientas, etc.

- cuerpo macizo de aleación Titalium
- arco con recubrimiento nano protect para

una protección extrema contra la corrosión
- arco de mayor grosor y seguridad
- cilindro de precisión de 6-pitones con perfil de llave paracéntrico
- arco con doble cierre
- rotor cromado
- llave con cabeza sobredimensionada de nuevo y atractivo diseño

64Ti: El candado de rotación de calidad, en dos versiones, hasta 25 mm y mayores de 25 mm: en el primer caso, se trata de un candado indicado para asegurar bienes de pequeño tamaño y valor o de bajo riesgo de robo como bolsas, maletas, maletines, cajas de útiles o herramientas, etc. Se caracteriza por:
- cuerpo macizo de aleación Titalium
- llave con perfil paracéntrico para una mejor protección contra manipulación
- rotor cromado
- arco de acero endurecido
- cabeza de la llave con el nuevo formato de ABUS en forma de tulipa

La versión de candados 64Ti mayores de 25 mm permite asegurar bienes de valor medio o con un riesgo de robo no muy alto; cadenas, puertas, rejas, armarios, taquillas, cajas de herramientas, ventanas de trasteros, casetas, etc., cuyas características son:
- cuerpo macizo de aleación Titalium
- perfil de llave paracéntrico para una mejor protección contra la manipulación
- rotor cromado
- arco de aleación especial con el nuevo recubrimiento nano protect para una protección extrema contra la corrosión
- cilindro de precisión
- arco con doble cierre
- cabeza de la llave con el nuevo formato de ABUS en forma de tulipa

Titalium es una marca registrada de ABUS protegida en el ámbito internacional.

La inauguración de las instalaciones fue la excusa perfecta para presentar los resultados de la compañía así como algunas de las próximas novedades.

54Ti: El candado de rotación: indicado para asegurar bienes de escaso valor o con bajo riesgo de robo, desde bolsas hasta maletas, maletines, cajas de caudales, taquillas, cajas de herramientas, etc.
- cuerpo macizo de aleación Titalium
- arco de acero endurecido
- arco con doble cierre

90RK: El nuevo candado inoxidable basado en Titalium: un candado de cuerpo macizo, con arco de acero inoxidable, que ofrece una buena seguridad pero que es más ligero que los candados equivalentes de acero inoxidable.
- cilindro recombinable de 6-pitones, similar al de la serie 83 de candados
- se puede igualar y amaestrar en opción junto con cilindros ABUS de serreta
- resistencia a la corrosión extrema

83AL/40: Disponible en varios colores
Este modelo de candado está pensado para asegurar bienes especiales que requieren de prestaciones de llave específicas como puertas, rejas, armarios industriales, cajas de útiles y herramientas, paneles eléctricos, barreras, etc.
- cuerpo macizo de aleación de Titalium
- arco de acero con recubrimiento nano protect para una extrema resistencia a la corrosión
- arco intercambiable en segundos gracias a la herramienta 'Easy Shackle Change'
- cilindro compatible con toda la serie 83 de candados (incluyendo la Z-Bar patentada, recodificación del cilindro e incluso disponible con perfil especial o patentado de ABUS Pfaffenhain)
- se suministra sin cilindro

Una gama disponible en 6 colores: rojo, azul, amarillo, verde, plata y negro. ■

CAMPINGAZ® **GRILL 3 EN 1** Donde Quieras, Como Quieras

Funciona con un cartucho de gas CV.

Síguenos:
Campigaz
@coleman_es
blog.coleman.es

3 en 1: **Grill, Plancha** y **Hornillo.**

CAMPINGAZ® Coleman Sevylor® aerobed **OUTDOOR SPECIALISTS**

EMPRESAS

AKI inaugura su primer centro en Valencia

AKI ha comenzado el año 2012 con la apertura de un centro en Xàtiva, destinado a ofrecer novedades en servicios y atención al cliente. El establecimiento de Xàtiva, el número 35 de la compañía, primero en la provincia de Valencia y quinto de la Comunidad Valenciana, representa el nuevo modelo de centro de AKI, jardinería, bricolaje y decoración.
El centro, ubicado en el Parque Comercial la Vila, junto a la Ciutat de L'Esport, cuenta con una superficie de ventas de 2.135 m2 y 545 plazas de aparcamiento, proporcionando empleo, entre puestos directos e indirectos, a 35 trabajadores. De ellos, el 70% procede de Xàtiva y el 30% de poblaciones pertenecientes a la propia comarca.

Imcoinsa participa en la feria Sico 2012

Del 22 al 25 de marzo se celebró la última edición de la Feria Sico, Feria de la Construcción en Galicia (Vigo) donde Imcoinsa, aprovechando la ocasión para mantener el contacto directo con las más importantes compañías, entidades y firmas comerciales del sector, estuvo presente en dicho evento en colaboración con la firma Baygar, S.L., exponiendo material de su amplio catálogo de construcción. Desde cortadoras de juntas hasta mesas tronzadoras, pisones vibrantes, compresores, taladros y soportes para perforación y discos y coronas láser.

Desde la empresa apuntan que "tuvieron una excelente acogida las novedades, como el caso de los nuevos modelos de pisón vibrante, los conjuntos completos de perforación y el compresor de 3 HP con cilindros en V".

Abre el nuevo centro 'BricoKing City' en Vigo

BricoKing, cadena de distribución y venta de artículos de bricolaje, ha elegido Vigo para abrir un nuevo 'BricoKing City', el nuevo formato de tienda de la cadena, situado en un entorno urbano, concretamente en la avenida Alcalde Portanet. En una superficie de 560 metros cuadrados, el establecimiento dispondrá de más de 5.000 referencias en tienda, aunque también ofrecerá a sus clientes la posibilidad de comprar por catálogo, especialmente artículos como muebles, mamparas de baño, cobertizos de jardín…y en general productos que, por sus dimensiones, no es posible tener en exposición.

El nuevo establecimiento, que ha supuesto una inversión de 250.000 euros, tendrá un horario de apertura de 10 a 14 horas por la mañana y de 16 a 21 por la tarde.

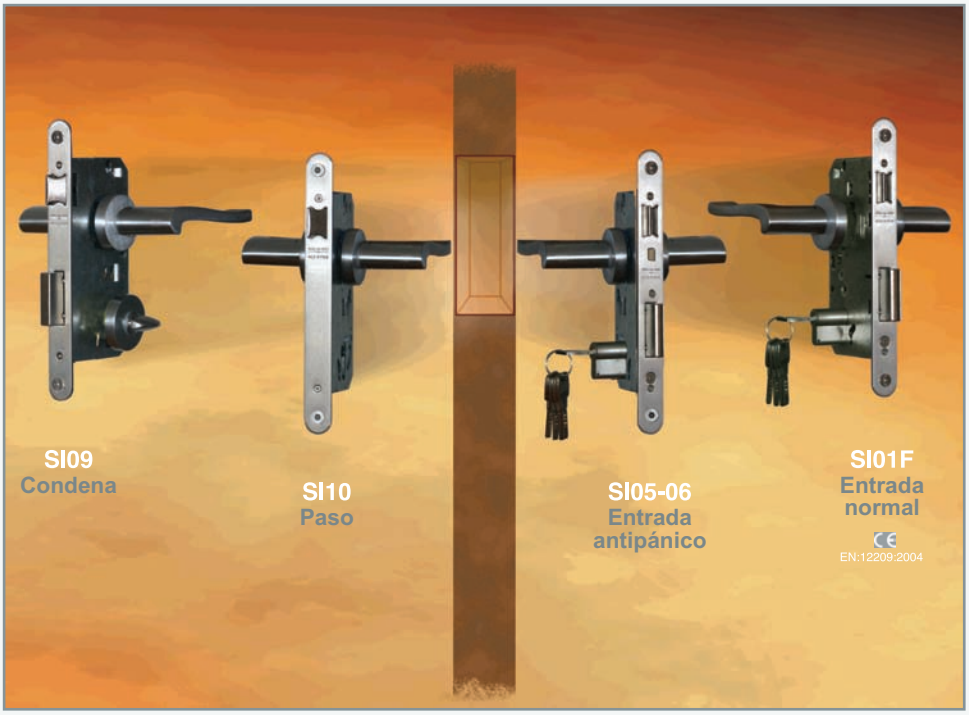
Silca Key Systems presenta sus novedades para 2012

A mediados de febrero Silca presentó sus instalaciones de Barcelona sus novedades para 2012. La compañía presentó a sus clientes las nuevas duplicadoras de puntos Matrix EVO y PRO, los nuevos cabezales electrónicos MH con los cuales se efectuaron demostraciones, las llaves Silky de puntos, el nuevo lector de perfiles Optika Light y también la nueva tienda online Silca, desde donde se podrán hacer pedidos por Internet 24 horas al día, 7 días a la semana.

Silca ofreció también sus planes 'renove' para todo tipo de máquinas y expuso un buen número de máquinas duplicadoras 'km 0'.

mcm

SERIE INSTITUCIONAL:
UN GRAN ABANICO DE SOLUCIONES PARA UN ÚNICO CAJEADO



- **SI09:**
  Cerradura con posibilidad de condena.
  Privacidad.
- **SI10 / SI10F:**
  Cerradura para puerta de paso.
  Resistencia al fuego,
  Certificada UNE-EN 12209:2004.
- **SI05 / SI06:**
  Cerradura con función antipánico.
  Resistencia al fuego,
  Certificada UNE-EN 12209:2004.
  Dispositivo antitarjeta.
- **SI01/ SI01F:**
  Cerradura para puerta entrada.
  Resistencia al fuego,
  Certificada UNE-EN 12209:2004

RF 30

En los accesos de **instituciones** se precisa ante todo **funcionalidad**, cerraduras que sean **compatibles** entre sí, fácilmente sustituibles y que aporten todas aquellas prestaciones que se requieren (privacidad, función antipánico, resistencia al fuego, dispositivo antitarjeta...)
Edificios públicos, colegios, universidades, oficinas...
necesitan cerraduras **polivalentes**, con las mismas medidas en frentes y cerraderos para una **fácil instalación**. La nueva Serie Institucional ofrece todas las prestaciones requeridas con la comodidad de la instalación en un **solo cajeado** de entrada 60mm.

TRIBULONES, ALTA SEGURIDAD

- Cerradura de **seguridad** entrada 70mm.
- Tres grandes **bulones** de 20x14mm.
- Mayor **resistencia** apalancamiento frontal y lateral.
- **Comodidad**, máxima proyección bulones con sólo tres vueltas de llave.

C/Artapadura, 12 Tel: + 34-945 26 20 55 Fax:+ 34-945 27 51 97 01013 VITORIA-GASTEIZ (SPAIN) www.mcm.es e-mail: comercial@mcm.es

GENERGY®
ESPAÑA

ENERGIA
Motores, Generadores y motosoldadoras.

AGUA
Motobombas e hidrolimpiadoras

TIERRA
Motoazadas-Motocultores-Trituradoras-Cortacésped

AIRE Compresores

"Averigua por que seguimos creciendo y creciendo...."

www.genergy.es

Havells-Sylvania presenta 'Madrid Lighting Show'

'Madrid Lighting Show' es la exposición que Havells-Sylvania ha instalado en sus oficinas de Madrid para mostrar a clientes, arquitectos, interioristas, instaladores y diseñadores de iluminación las principales aplicaciones de la gama de productos de sus marcas Sylvania, Lumiance y Concord.

"El showroom de Havells-Sylvania ocupa realmente toda la oficina de Madrid, ya que cada departamento posee una aplicación de iluminación acorde a su uso, con un claro predominio de la tecnología LED", afirma Eduardo Fuentes, director general Comercial de Havells-Sylvania Spain. "Queremos que los visitantes vean su utilización en diferentes espacios y ámbitos de trabajo. También queremos que esta exposición de soluciones de iluminación sea viva y se renueve constantemente conforme sacamos al mercado nuevos productos".

En 120 m² de exposición domotizada se pueden ver las aplicaciones destinadas a comercios, supermercados, hostelería e iluminación exterior, así como ejemplos prácticos.

Strato potencia el e-commerce con aplicaciones de código abierto

Strato ha presentado importantes novedades para sus paquetes de alojamiento que permiten la rápida puesta en marcha de una tienda virtual en el salón sobre negocios en Internet e-SHOW Barcelona, celebrada en pasado marzo. Conscientes que es un buen momento para lanzar un negocio en la red debido a su potencial crecimiento, amplia difusión e incremento de uso, Strato, presenta nuevas aplicaciones de código abierto para sus paquetes de Hosting (medio, avanzado, profesional y experto) que facilitan la rápida puesta en marcha de una tienda virtual. Strato ha mejorado todos sus paquetes de alojamiento web incluyendo AppWizard, un gestor que permite integrar cómodamente numerosas y útiles aplicaciones en los paquetes de hosting con un solo clic. Es tan sencillo como elegir la aplicación que se necesita, seleccionarla e instalarla directamente.

Para más información puede visitarse la web http://www.strato.com/es/hosting/paquetes.

HMY Yudigar y la Universidad de Zaragoza firman una Cátedra conjunta

El pasado enero, HMY Yudigar y la Universidad de Zaragoza firmaron una Cátedra para impulsar los programas de formación práctica para los estudiantes universitarios, la formación continuada de los profesionales de la compañía y el desarrollo de proyectos de investigación conjuntos. Ambas partes colaborarán además, a través de intercambios con otras universidades, en actividades académicas complementarias y la concesión de becas y premios.
El convenio suscrito por la vicerrectora de Relaciones Institucionales y Comunicación, Pilar Zaragoza, y el presidente y director general de HMY Yudigar, Ignacio Marín Villamayor, supone la Cátedra número 45 de la Universidad de Zaragoza.

Más 7.000 personas visitan la nueva tienda de Brico Depôt en Pamplona

Brico Depôt, la cadena de bricolaje y construcción que forma parte del Grupo Kingfisher, abrió el pasado 30 de marzo las puertas de su nuevo establecimiento entre las localidades de Berriozar y Berrioplano (Pamplona), que ofrece empleo a 70 personas. Según los datos proporcionados por la firma, más de 7.000 pamploneses se acercaron a visitar la nueva 'tienda-almacén' de la cadena Brico Depôt que, con esta nueva apertura, ya cuenta con dos establecimientos en la Comunidad de Navarra y 18 en todo el territorio español.
El establecimiento, situado en el polígono industrial de Artiberri y con una superficie de venta de 5.600 metros cuadrados, congregó a una gran afluencia de clientes durante su primer día de actividad que ha superado las expectativas previstas, a pesar de ser día laborable.

El nuevo establecimiento de Brico Depôt cuenta con una superficie de venta interior de aproximadamente 4.200 metros cuadrados y una superficie exterior de 1.400 metros cuadrados, lugar en el que se almacenan los materiales de construcción.

Rolser participa en diversas ferias con una nueva colección

Rolser presentó en la feria de Ambiente (Frankfurt), y presentará en la International Home Housewares Show 2012 de Chicago la nueva colección de carros de la compra. Entre ellos se encuentran los nuevos modelos MF Nature, City, Cuadro MH, así como el G-Dos y G-Tres, derivados del diseño presentado en el 2011, Gloria.

Según informan desde la compañía, estos diseños se podrán encontrar con prácticamente todos sus chasis, sobre todo el Pack Logic (plegable+pieza que se ajusta al carro de supermercado), Plegamátic, Quatre.2, etc., y en diferentes colores, sin olvidar las Shopping Bag.

Destacan también el recién estrenado 'Tour', uno de sus últimos avances tecnológicos que incorpora en su diseño un innovador sistema de ruedas giratorias que permite dirigir el carro aún con más comodidad y precisión.

Entra en la recta final el proceso de integración de marcas de SNA Europe

Estibaliz Zabala, directora de Marketing, durante la presentación.

Las herramientas de mano Palmera comenzaron a producirse a partir del mes de marzo bajo la marca Bahco, en lo que sería la recta final del proceso de integración emprendido por SNA Europe, propietaria de ambas firmas, que culminará a lo largo de 2012. Así lo explicaron Rafael Ortega, 'Market Area Director', Estibaliz Zabala, directora de Marketing, Fernando Betrán, director comercial España, e Ion Yarza, 'program developer industry'.

El grupo empresarial, con amplia presencia en el País Vasco, ha impulsado en los últimos años una hoja de ruta para integrar y fortalecer sus marcas en España con el objetivo de mejorar la competitividad, apostando por la calidad, el diseño, los productos innovadores y las marcas fuertes y sólidas que ayudan a vender. Y Bahco busca consolidarse como marca de referencia de herramientas de mano en España. La marca del pez y el anzuelo cuenta con el catálogo más amplio del mercado con casi 15.000 referencias, lo que supone ampliar en más de 5.000 el número de productos del catálogo Palmera.

El proceso de integración de Palmera en Bahco se desarrollará a lo largo del presente año 2012. Para asegurar que la transición sea fácil y fluida para sus clientes, SNA Europe ha puesto en marcha un ambicioso plan de comunicación y marketing para apoyar y dinamizar la migración entre ambas marcas.

Nuevo servicio de reparación de herramientas eléctricas para bricolaje y jardinería de Mheclick

Mheclick, tienda online especializada en la venta de herramientas eléctricas para bricolaje y jardinería ha puesto en marcha un novedoso servicio de reparación de herramientas a domicilio denominado 'Mheclick Reparación'.

El nuevo servicio se basa en facilitar al cliente las tareas necesarias para reparar las herramientas. De esta forma, Mheclick recoge la herramienta en el domicilio que se le indique. A partir de ahí, se hace un presupuesto con el importe de la reparación. Tras la aceptación del presupuesto por parte del cliente, Mheclick se encarga de la reparación de la herramienta que se llevará a cabo siempre en un servicio técnico oficial de la marca. Una vez reparada la herramienta, Mheclick la envía de nuevo al domicilio del cliente ofreciendo en todos los casos una garantía de 3 meses en el servicio de reparación.

Hacemos tiendas
desde la idea hasta el servicio integral
llave en mano

www.hmy-group.com

FERRETERÍA BAUDILIO, Cantalejo (Segovia)

Transformamos la zona de ventas de nuestros clientes en un espacio atractivo y eficiente proporcionando productos, servicios y soluciones innovadoras, para crear una experiencia de compra excelente.

900 122 589
www.ferreteria.yudigar.com

HMY YUDIGAR
YOUR GLOBAL SHOPFITTING PARTNER

Leroy Merlin inaugura su nueva tienda en Córdoba

El alcalde de Córdoba, José Antonio Nieto, el director general de Leroy Merlin España, Ignacio Sánchez Villares, y el director de Tienda, Francisco Álvarez, fueron los encargados de inaugurar la nueva tienda de Leroy Merlin en Córdoba. Asimismo, al acto asistió el director general de Comercio de la Junta de Andalucía, David Luque, así como otras autoridades locales y regionales. El acto de inauguración también contó con la presencia del director general encargado de Groupe Adeo, Félix Fernández, con el director de Desarrollo de Leroy Merlin, Juan Sevillano, con el director regional de la región Sur, Salvador Álvarez, y con el responsable de Expansión, Luis de Vicente, así como otros miembros del Comité de Dirección de Leroy Merlin España.

Esta nueva tienda de Leroy Merlin será la número 51 de la compañía en España, y la décima en la comunidad autónoma andaluza.

Index entra en el Grupo Beret

La firma Index, especializada en el sector de fijaciones para construcción, ha entrado a formar parte del Grupo Beret. La nueva incorporación, que se ha hecho oficial en la última reunión que el grupo celebró la semana pasada en Madrid, se ha producido tras un periodo de prueba de varios meses en los que ambas partes han ido comprobando las ventajas que suponía para todos la ampliación del grupo.

Con esta nueva entrada, Beret integra a una docena de primeras marcas del ámbito industrial y va consolidando su proyecto de grupo comprometido con la distribución para conseguir, trabajando conjuntamente, una oferta que solucione las necesidades del usuario profesional. Otras empresas que han mostrado su interés por integrarse en el grupo, están siguiendo en la actualidad un proceso similar al de Index, por lo que no se descartan nuevas incorporaciones en los próximos meses.

BigMat Dismar amplía sus instalaciones de Aranda de Duero con una inversión de 1M€

"La guinda del pastel" son los 1.000 m² de tienda autoservicio tanto para clientes particulares como profesionales.

Las nuevas instalaciones de BigMat Dismar en Aranda de Duero cuentan con una amplia propuesta de productos que cubren todas las necesidades para la reforma, construcción y bricolaje del hogar. Con una inversión de 1 millón de euros y tras catorce meses de obras, BigMat Dismar presenta a sus clientes una completa oferta de materiales, sistemas y equipos distribuidos en una nueva exposición de 600 metros cuadrados con pavimentos, recubrimientos de pared, marquesinas, mobiliario de exterior, etc. para la decoración exterior y del jardín y una renovada nave de almacenaje y venta de materiales 'bastos' para obra, etc. La exposición de materiales para la decoración de interior (cerámica, baños, mamparas, etc.) ha sido también totalmente reformada y renovada, con las últimas novedades, con los mejores proveedores y con el objetivo fundamental del servicio y el confort para sus clientes.

Loctite desarrolla un adhesivo rápido, híbrido y sostenible para grandes superficies

Loctite Hybrid Glue es un adhesivo rápido, versátil y fuerte pensado para aplicar en superficies grandes ya que permite reajustar la posición durante los primeros 5 minutos. Con este lanzamiento Loctite va más allá de su conocida fórmula Loctite Super Glue-3 para dar respuesta a las necesidades que los cianoacrilatos no cubren, como el poder pegar superficies grandes o superficies que no encajan perfectamente.

Con tecnología híbrida para pegar casi todo en cualquier parte. Es ideal sobretodo en reparaciones grandes, por ejemplo muebles rotos, arreglar el toallero del baño o incluso reparaciones de exterior.

Loctite Hybrid Glue garantiza unos resultados perfectos de forma sencilla, ya que su envase es muy práctico, fácil de usar y aplicar, de gran tamaño (50 gramos) y preciso en aplicación. Por tanto es un producto apto para todo tipo de usuario, no sólo personas expertas en bricolaje.

El asociado a Bricogroup Tu Bricomarian abre un centro 'brico-outlet' en León

El pasado 26 de enero abrió sus puertas la nueva zona de oportunidades que ha destinado el socio de Bricogroup Tu Bricomarian en su local urbano, situado en pleno centro de la ciudad de León (calle Los Osorios, 11), de 300 metros cuadrados de exposición de artículos.
El balance de los dos primeros días (el día anterior a la apertura oficial también se dio una muy buena afluencia de público), confirma la estrategia comercial que seguirá Tu Bricomarian para dichos centros en cuanto a la variación constante de surtido, para ofrecer variedad a su clientela y que éstos puedan beneficiarse de soluciones prácticas a precios increíbles de una forma continua.

Este nuevo outlet de bricolaje y decoración supone el tercero para dicha enseña, ya que también posee zonas Brico-outlet en Oviedo y Gijón.

La firma Fermatos se incorpora a Fercodis en calidad de asociado

Fermatos es una empresa dedicada al suministro de materiales industriales, ferretería, fontanería, herramientas eléctricas y maquinaria agrícola especializada en la recogida de la aceituna.
El cash de Fermartos cuenta con 1.000 metros cuadrados de almacén y está situado en el polígono industrial Cañada de la Fuente de Martos (Jaén). Esta integración en Fercodis reafirma la idoneidad de esta central de compras y servicios para todos aquellos suministros y ferreterías profesionales que quieren seguir manteniendo su independencia frente a otras opciones en el sector.

El cash de Fermartos cuenta con 1.000 metros cuadrados de almacén y está situado en el polígono industrial Cañada de la Fuente de Martos (Jaén).

controlintegral.net

SOFTWARE DE GESTION
ESPECIALIZADO EN:

FERRETERIAS

BRICOLAJE

SUMINISTROS INDUSTRIALES

ALMACENES DE CONSTRUCCION

Actualizamos las tarifas de todas las cooperativas y centrales de compras

Península, Baleares y Canarias

Tel. 902 53 00 25
www.controlintegral.net

FerrCASH lanza nueva web

FerrCASH sigue avanzando en su proyecto de cadena de libre asociación y lanza una nueva web. Además de adaptar la web a su nueva imagen, en ella puede verse ahora todo más ordenado y accesible y la navegación es más intuitiva. Lo más novedoso y destacado es la facilidad para buscar el punto de venta de la cadena más cercano, "algo que sin duda los asociados agradecerán", afirman desde la central de compras. Desde la nueva web se mantiene el acceso a la zona de clientes, en la cual también se han implementado mejoras en los procesos de compra tanto asociados como de no asociados.

BricoFermin se adhiere a BricoGroup

Desde BricoGroup informan que, tras varios meses de negociación, Fermín Espín, consejero delegado de Bricolafer, S.L. y Bazarandona, S.L., que operan bajo la enseña comercial BricoFermin, yMiquel Esteba como presidente de BricoGroup Integral Europa, S.L., han firmado el contrato de adhesión que vinculará a estas sociedades a todos los efectos a partir de este ejercicio 2012.
BricoFermín, empresa con más de 25 años de historia al servicio del cliente en ferretería y bricolaje en la provincia de Murcia, cuenta con 3 puntos de venta en las localidades de Murcia, Molina de Segura y Lorca.

Acuerdo de colaboración entre Leroy Merlin y el Ayuntamiento de Albacete

Leroy Merlin ha firmado un acuerdo de colaboración en materia de empleo y formación con el Ayuntamiento de Albacete. El acto de firma del convenio contó con la participación de la alcadesa de Albacete, Carmen Bayod, y el concejal de Empleo, Industria, Tecnología y Comercio, Juan Marcos Molina. Por parte de Leroy Merlin asistieron el responsable de RRHH, Julián Barrasa, y el director de la propia tienda, Javier Rodes.
La nueva tienda de Leroy Merlin en Albacete, situada en el Centro Comercial Imaginalia, tiene prevista su apertura para junio de 2012 y ha supuesto una inversión de 20 millones de euros. Esta nueva tienda de Leroy Merlin en Albacete será la segunda de la compañía en Castilla-La Mancha. Leroy Merlin inauguró a finales del pasado año su primera tienda la región, concretamente en la ciudad de Toledo.

La nueva tienda de Leroy Merlin en Albacete, situada en el Centro Comercial Imaginalia, tiene prevista su apertura para junio de 2012.

MONTÓ
TIENDAS

Únete a
Tiendas Montó
y todo pintará mejor

Si tienes una tienda de pintura o estás pensando en abrir una, llámanos al **96 103 24 30** o escríbenos a **franquicias@tiendasmonto.com** e infórmate sin compromiso sobre cómo unirte a una de las mayores franquicias de tiendas de pintura de España.

Verás cómo todo pinta mejor.

- EXCELENTES CONDICIONES PARA EL FRANQUICIADO
- MARCA DE RECONOCIDO PRESTIGIO
- APOYO PUBLICITARIO Y DE MARKETING
- PRODUCTO PROPIO EXCLUSIVO
- MÁS DE 70 TIENDAS EN TODA ESPAÑA
- CON LA GARANTÍA DE MONTÓ PINTURAS

MONTÓ
TIENDAS

www.tiendasmonto.es

El modelo 2450E de MCM está diseñado para carpintería metálica y de aluminio

Cerradura de caja estrecha para perfil de cámara europea

Dentro de la gama de cerraduras de MCM - Metalúrgica Cerrajera de Mondragón, la firma con sede en Vitoria-Gasteiz dispone del modelo 2450E pensada para carpintería metálica y aluminio. Diseñada para perfil de cámara europea, su caja estrecha de la cerradura de 15 mm de ancho reduce la necesidad de mecanizado de los nervios y evita rotura del puente térmico.

Esta cerradura tiene un alto grado de seguridad activa, alta resistencia al apalancamiento lateral y frontal y es fácil de instalar. Además, es polivalente gracias a su picaporte ajustable y las distintas formas en frente y cerradero orientadas a la adecuación total al perfil. Es una cerradura con frente y cerradero de acero inoxidable AISI 304, confiriéndole una alta durabilidad, con el picaporte y la palanca niquelados, siendo resistente a la exposición y la intemperie, y superior a 200.000 ciclos de uso.

Es una cerradura de palanca basculante, con picaporte reversible y regulable de 11 a 17 milímetros, con posibilidad de palanca y rodillo (2541E), rodillo ajustable también de 11 a 17 mm y posibilidad de sólo palanca (2449E). La palanca basculante proyectada es de 25 mm, con la posibilidad de gancho (modelo G), cilindro Euro de exéntrica de 15 mm y distancia entre ejes de 85 mm. La entrada es de 22/30/35 mm con frente incluido y el frente plano de 22 mm. Con escudo de nylon negro.

En cuanto a los cerraderos, son fáciles de instalar en perfiles, disponibles en diferentes formas: estándar plano y opcional en U. Existe también la posibilidad de incorporar el cerradero ajustable horizonal y verticalmente y cerradero eléctrico específico. ■

Metalúrgica Cerrajera de Mondragón, S.A. MCM
Tel. 945 262 055
e-mail: comercial@mcm.es

Nuestro secreto, es el trabajo en equipo

Logística avanzada
Acciones comerciales
Proyectos de publicidad
Mejores negociaciones con proveedores
Soporte informático avanzado
Gestión de administración eficaz

Grupo CIFEC

Hazte socio Cifec
Si desea recibir más información visite www.cifec.es o contacte con comercial@cifec.es
Tel.: 937 715 959
Fax: 937 714 996

IRONSIDE®
The professionals' choice
CIFEC distribuidor oficial de IRONSIDE en España.

fergrup
CIFEC socio fundador de la central de compras de ferretería.

Ferreproxim

Tu próxima ferretería
Franquicias a partir de 100m²
Empiece su negocio con nosotros, llame al 93 771 59 62 o por info@ferreproxim.es

Grupo CIFEC

IFAM cuenta con una línea de candados y cerraduras de seguridad para diferentes aplicaciones

La seguridad ante todo

IFAM – Feliciano Aranzabal participó en la pasada edición de ExpoCadena donde pudo mostrar sus modelos más destacados en candados, indicados para aplicaciones muy diversas según las necesidades de cada usuario.

Así, los visitantes a la feria privada de Grupo Ehlis pudieron ver —y tocar— modelos como Gymlock, especialmente diseñados para su uso en taquillas, material deportivom etc., ofreciendo un alto nivel de seguridad. Disponible en dos colores, este candado está compuesto por un cuerpo macizo de latón bañado en color y de rodillos giratorios para su apertura sin llave, con posibilidad de personalizar la combinación.

Para altos vuelos

El modelo Tryplock ideal para viajes aéreos que cumple con la norma TSA y permite al servicio de seguridad del aeropuerto abrir y cerrar la maleta para su inspección sin dañar ni el equipaje ni el candado. Un producto ideal para viajar a países con estrictos controles de seguridad donde se corre el riesgo de que su maleta sea dañada para su registro. Los candados Tryplock tienen cuerpo de latón macizo con cubierta plástica en color negro y rodillos giratorios para su apertura sin llave, con posibilidad de elegir y programar la combinación deseada por el usuario.

Cilindro de leva variable

El cilindro europerfil de leva variable lleva pasador antitaladro y pitón endurecido. Está compuesto de cinco pitones, de manera que posibilita múltiples combinaciones, y muelles de acero inoxidable. Los acabados son en latón y níquel mate.

Cerradura de sobreponer B5

Feliciano Aranzabal ha desarrollado también la cerradura de sobreponer B5 compuesta de un cuerpo de acero, muelle en acero inoxidable y cilindro de cinco pitones con posibilidad de diferentes longitudes para una mayor seguridad. El pestillo de acero cromado y de dos vueltas, se presenta en 110, 160 y 200 milímetros. Utilizable para puertas de apertura izquierda o derecha. Suministrado con tres llaves niqueladas.

Especial para madera

Las cerraduras para embutir para madera W500 están compuestas de picaporte reversible, palanca y cilindro europerfil, con acabado latonado o niquelado. Estas cerraduras ofrecen la posibilidad de frente cuadrado o redondo. Con una distancia entre ejes de 85 milímetros, la entrada es de 40, 50 ó 60 mm. ■

Feliciano Aranzabal, S.A.
Tel. 943 712 121
ifam@ifam.es

Construyendo en equipo

Piensa en Big y acertarás

ÉQUIPE CYCLISTE

FDJ BigMat

Esta solución de Yudigar proporciona un máximo aprovechamiento del espacio

Soluciones de almacenamiento Rack A.R.: para productos de cualquier peso y dimensión

Desde hace varios años Yudigar, S.L.U. (Grupo HMY) ha potenciado en el sector ferretero el almacenamiento de las referencias en el espacio de venta para poder ampliar el espacio destinado a la exposición. El sistema Rack AR permite almacenar referencias dentro de la tienda con lo que se consigue restar metros de almacén en beneficio del espacio de venta. Dada la estructura del sistema, la parte superior permite almacenar productos de cualquier peso y dimensión.

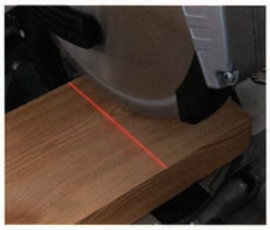
Asimismo se puede colocar una pasarela para manipular los productos o panelar toda la zona para ocultar el almacén en la tienda.

Además del aprovechamiento del espacio, el sistema Rack A.R. ofrece multitud de ventajas. Su formato y resistencia permiten almacenar productos de cualquier peso y dimensión en su parte superior, pudiendo dejar la parte inferior libre para la integración de una estantería convencional que se presenta con las características específicas que el producto o la sección requieran. El Rack no influye en el modo de exposición de la estantería, pero puede actuar como expositor en sí mismo, mostrando el producto montado en su entorno de uso o como soporte de la comunicación visual de la tienda.

Esta última función de soporte de decoración es otra de las ventajas más importantes del sistema Rack A.R de Yudigar, ya que además de ambientar la tienda y reforzar su identidad visual y señalética, permite ocultar la mercancía almacenada en la sala de ventas.

Además del mobiliario y la comunicación visual, Yudigar puede encargarse también de la rotulación de la fachada, contribuyendo a reforzar la imagen de la marca desde el exterior de la tienda.

Yudigar, S.L.U.
Tel. 976 793 050
comercial@yudigar.com



Tronzadora abatible portátil

Con mesa superior

Virutex comercializa la tronzadora abatible portátil TM33W de gran precisión y potencia, con mesa superior. Dotada de origen con un disco profesional de 300 mm de diámetro en metal duro y de 48 dientes, ofrece al profesional una capacidad de corte excepcional hasta 200 x 45 mm con el plato y cabezal a 0º.
El amortiguador de gas, su sistema de arranque suave y la doble transmisión por correas dentadas, sin ruidos de engranajes, garantizan un alto nivel de confort que se traduce directamente en un aumento de la precisión y por tanto de la calidad del trabajo a realizar.
El modelo TM33W está equipado con un freno del disco patentado (el cual detiene el disco en segundos tras desconectar el interruptor), seguro contra arranques accidentales por corte del suministro eléctricos, protección del disco sierra y conexión para aspiración externa. Además, incluye una mesa superior amplia para trabajos auxiliares, con sistema de regulación de altura mediante cremallera, lo que proporciona una regulación suave y precisa.
El corte es regulable de 0 a 55 mm y dispone de una regla con escala milimetrada para facilitar el corte. Permite adaptar una escuadra (opcional) para cortes guiados en ángulo.
La tronzadora está dotada con láser de precisión para facilitar el corte, con activación automática del mismo al poner la máquina en marcha. Incluye interruptor on/off, ideal para desactivarlo al trabajar con la mesa superior.

Virutex, S.A.
Tel.: 934329898
info@virutex.es
www.interempresas.net/P68932

Taladro percutor y miniamoladora

En maletín de PVC

Pasema comercializa Dk1154 Combo (HP1631 +GA 4530) compuesto principalmente por un taladro percutor y una miniamoladora en maletín de PVC.
El equipo básico se complementa con: llave de pivotes, protector disco, 2 empuñaduras, 1 disco de desbaste 115 mm y juego de brocas D-08660.

Pasema, S.A.
Tel.: 938853400
vendes.pasema@gmail.com
www.interempresas.net/P60886

Minitransporter

De gran capacidad, para uso agrícola o en la construcción

La empresa Antonio Moner, distribuye este minitransporter equipado con un motor de 4 T de 6,5 HP de potencia y con arranque manual autoenvolvente. Con una capacidad de depósito de 3,6 l, tiene una velocidad máxima de 4,8 km/h y 4 marchas (adelante 1 lenta /1 rápida y atrás 1 lenta/1 rápida). Admite una pendiente máxima superior > 20º (15º plena carga). Lleva caja extensible y la caja dúmper es opcional.
La carga máxima de este minitransporter es de 500 kg, con una dimensión de la máquina de 2.000 x 605 x 1.100 mm. Las dimensiones de la caja extensible son: longitud / anchura / altura: 1120 x 520 x 210 mm y la altura del manillar 890 mm. El ancho de oruga es de 180 mm y la distancia entre ruedas oruga de 240 mm. Pesa 180 kg.

Ribe - Antonio Moner, S.L.
Tel.: 972546811
ribe@ribe-web.com
www.interempresas.net/P68591

Decapante

Actúa sobre una gran variedad de soportes

El decapante Sinto es una innovación dentro del mercado como respuesta a la demanda de los clientes exigiendo productos eficaces y no peligrosos para el hombre ni para el medio ambiente. Sin solventes clorados ni nocivos, este producto no presenta los inconvenientes de los decapantes clásicos a base de cloruro de metileno.
Bajo la forma de una emulsión viscosa del tipo 'Gel', súperdecapante Sinto puede permanecer varias horas sobre una superficie vertical sin problema.
Multisoporte, no pega y es ultra-rápido. Para su aplicación basta con agitar rápidamente para decapar en profundidad todos los soportes (madera, metal, cemento, baldosas, hierro, piedra, cristal). Es Ideal para eliminar muy rápidamente lasures, pinturas, barniz, colas, masillas, enlucidos.

Comercial Máiquez NG, S.L.
Tel.: 972869128
comercialmaiquez@sinto.net
www.interempresas.net/P70494

Pulidora angular

Con control de velocidad constante

La pulidora angular de Varo de alta calidad cuenta con control de velocidad constante para asegurar una operación suave, estable y consistente. El arranque progresivo permite que el pulido se realice con fluidez a lo largo de la superficie.
Pule y abrillanta vehículos, barcos e incluso tareas de lijado se logran fácilmente con esta herramienta bien equilibrada. Puede cambiar rápidamente entre lijado y pulido gracias al nuevo sistema de fijación. Accesorios de alta calidad se incluyen en este kit para comenzar de inmediato.
Entre sus características técnicas destacan: potencia de 1.500 W; velocidad (sin carga): 1.000-3.000 rpm; superficie de lijado: 180 mm; y garantía de 3 años.

Varo Ibérica Bricolaje, S.L.
Tel.: 937597784
info.es@varo.com
www.interempresas.net/P64720

Cerradura de doble intervención

Con dos tipos de sistemas de amaestramiento

El desarrollo de la cerradura de doble intervención, pertenece a la serie 5920E, fabricada en Lince, asegurando así la fiabilidad del producto.

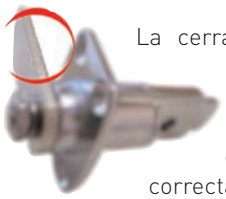
Es una respuesta a las actuales necesidades del mercado, cuyo destino y aplicación es la de facilitar el acceso a los cuartos de comunidades de vecinos, colegios, hoteles, residencias, edificios oficiales, etc, En definitiva, en todos aquellos lugares donde convivan varios proveedores (suministradores) de energías y servicios: electricidad, telecomunicaciones, gas, agua, basuras, entre otras. Aquí es donde la cerradura de doble intervención permite que 2 diferentes tipos de sistemas de amaestramiento coexistan y el personal autorizado pueda acceder de forma independiente.

La cerradura de doble intervención, 5923EDC, está preparada para acoplar dos cilindros de tipo Europerfil, con excéntricas de 15 mm y/o de 13,25 mm. Igualmente se puede combinar dos tipos de llaves: serreta y multipunto. Absolutamente compatible y combinable. El picaporte puede ser actuado a través de la nueca, mediante una manivela, o a través de uno de los cilindros montados, cualquier de los dos, indistintamente.

Lince - La Industrial Cerrajera, S.A.
Tel.: 946231722
lince@lince.com
www.interempresas.net/P68067

Cerradura de candado con pulsador

Para candado de 3 a 8 mm de arco



La cerradura de candado con pulsador Absa incorpora un novedoso sistema de pulsador que asegura el cierre de la cerradura cuando el candado está en su posición correcta. Es posible su instalación en puertas de hasta 20 mm de espesor de melamina, fenólico, metacrilato, etc.

También existe la posibilidad de utilizar candado de 3 hasta 8 mm de arco. Para evitar posibles aperturas fraudulentas, esta cerradura dispone de una lengüeta de 4 mm de espesor. Está disponible en 2 acabados: mate y brillante.

Talleres Absa, S.A.
Tel.: 935873610
comercial@keya.es
www.interempresas.net/P71675

Decapante semigelificado

Libre de disolventes clorados y disolventes volátiles

Los decapantes son productos muy utilizados en el mercado de las pinturas. El decapado consiste en un proceso, por el cual se elimina el barniz, pintura, etc. ya existente antes pintar o barnizar de nuevo la superficie. Se realiza siempre que la capa vieja de pintura se encuentra deteriorada, o también para asegurar una perfecta adherencia de la nueva capa de pintura.

Existen decapantes de diversos tipos, pero los más habituales son agentes químicos, capaces de penetrar a través de las diferentes capas de pintura hasta conseguir separarlas del soporte base (normalmente metal o madera). Todo ello debe ocurrir sin provocar daños en el soporte.

Quitamont Gel es un decapante libre de disolventes clorados y disolventes volátiles, mucho menos agresivo que los decapantes tradicionales. Posee un elevado poder humectante y penetrante, que atraviesa las viejas pinturas hasta llegar al soporte base sin causarle daños. Su acción penetrante sigue siendo rápida, se realiza en unos pocos minutos

Su formato semigelificado permite aplicarlo tanto en superficies verticales como horizontales, asegurando una alta penetración y una buena brochabilidad y reparto del producto.

Pinturas Monto, S.A.
Tel.: 961648339
comercial@montopinturas.com
www.interempresas.net/P71864

Centros de Bricolaje

www.aki.es
www.atb-bricolajes.com
www.atrida.es
www.bauhaus.es
www.bricogroup.com
www.bricodepot.es
www.cofac.es
www.bricoking.com
www.bricorama.es
www.habitacle.es
www.leroymerlin.es
www.bricor.es
www.bricomart.es
www.bricohouse.com

Cooperativas

www.coferdroza.es
www.cifec.es
www.coanfe.com
www.coarco.es
www.cofedal.es
www.cofedas.com
www.las-rias.com
www.unife.es
www.cofac.es
E-mail: coferpalsc@terra.es
www.coinfer.es
www.comafe.es
www.feasga.com

Grupos de Compra y Asociaciones

www.adefec.com
www.ancofe.com
www.aside.es
www.lamseuropa.com
www.nexo05.es
www.bigmat.es
www.cadena88.com

www.cecofersa.com
www.gcicentraldecompras.es
UCAF www.ucaf.es
www.unifersa.es
www.ferrokey.com
G26 Group www.g26.EU
www.fercodis.com
www.wurko.com
www.fergrup.com
www.ferrobox.com
agrefema GREMIO DE FERRETERÍA DE MADRID www.agrefema.org
SYGEF Group Servicios y Gestión Empresa Ferretera, S.L. www.sygef.com
www.galfer97.org
Gesin grupo de gestión industrial www.grupogesin.com
ferretería Ortiz www.ferreteriaortiz.es
adfb www.adfb.org

ÍNDICE DE ANUNCIANTES

ABUS Ibérica, S.L. 59
Bigmat Promaespaña, S.A. 75
"Bluemaster" by Celesa, S.A. 13
CIFEC - Coop. Industrial Ferreters Catalonia, S.C.C.L. 73
Cisa Cerraduras, S.A. (Ingersoll Rand Security Technologies) 37
Coleman España 61
Control Integral 69
Eurobrico - Feria de Valencia 8
Fábrica de Arandelas y Juntas, S.A. 77
Fediyma vzw - European Federation of DIY Manufacturers 35
Feliciano Aranzabal, S.A. Portada
Ferrotall, S.L. 19
Gedore Ibérica, S.L. Int. portada, 3
Genergy España 33, 64
Hispano Industrias Svelt, S.L. 47
Imcoinsa 1985, S.A. 17
Inoxibar Int. Contraportada
Instalaciones Madrid-Geck 66
Metalúrgica Cerrajera de Mondragón, S.A. 63
Pasema, S.A. 51
Petronas 65
Pinturas Monto, S.A. 71
Ribe - Antonio Moner, S.L. 45
Rolser, S.A. 6
Sparky Telecom S.L. (Duplimax) 11
Talleres Absa, S.A. 29
Talleres de Escoriaza, S.A.U. - Grupo Assa Abloy 57
Tomás Bodero, S.A. Contraportada
Varo Ibérica Bricolaje, S.L. 14, 15
Yudigar, S.L.U. (Grupo HMY) 67

Interempresas.net

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)	COMPRAR	PRECIO EXTRANJERO (precios sin IVA)	COMPRAR
AGRICULTURA Y GANADERÍA	9	72 €	☐	165 €	☐
HORTICULTURA	6	48 €	☐	109 €	☐
PROFESIONALES Y CENTROS DE JARDINERÍA	4	32 €	☐	73 €	☐
VITIVINÍCOLA	4	32 €	☐	73 €	☐
PRODUCCIÓN ALIMENTARIA	4	32 €	☐	73 €	☐
DISTRIBUCIÓN ALIMENTARIA	4	32 €	☐	73 €	☐
ENVASE Y EMBALAJE	4	32 €	☐	73 €	☐
EQUIPAMIENTO INDUSTRIAL	4	32 €	☐	73 €	☐
OBRAS PÚBLICAS	6	48 €	☐	109 €	☐
URBANISMO Y MEDIO AMBIENTE	4	32 €	☐	73 €	☐
CONSTRUCCIÓN	4	32 €	☐	73 €	☐
INDUSTRIA METALMECÁNICA	11	88 €	☐	202 €	☐
INDUSTRIA DE LA MADERA	4	32 €	☐	73 €	☐
FERRETERÍA	4	32 €	☐	73 €	☐
QUÍMICA Y LABORATORIOS	4	32 €	☐	73 €	☐
PLÁSTICOS UNIVERSALES	9	81 €	☐	186 €	☐
ARTES GRÁFICAS	6	48 €	☐	109 €	☐
AUTOMATIZACIÓN Y COMPONENTES	4	32 €	☐	73 €	☐
NAVES INDUSTRIALES	4	32 €	☐	73 €	☐

DATOS PERSONALES

Empresa _____ N.I.F. _____

Nombre _____ Apellidos _____

Dirección _____

Población _____ C.P. _____

Teléfono _____ Fax _____

E-mail _____

FORMA DE PAGO

☐ DOMICILIACIÓN BANCARIA

Nombre y Apellidos del titular _____

Código de cuenta de cliente (C.C.C.)

Entidad | Agencia | DC | Nº de Cuenta

Fecha / /20

FIRMA DEL TITULAR

☐ TARJETA DE CRÉDITO

Nombre y Apellidos del titular _____

Número tarjeta _____ Fecha de caducidad _____

La suscripción se renovará anualmente salvo orden en contra del suscriptor

Puede enviar este boletín por fax al 93 680 20 31 o por e-mail: suscripciones@interempresas.net
O bien por correo postal a nova àgora, s.l. C/ Amadeu Vives, 20-22 • 08750 MOLINS DE REI (Barcelona)

INOXIBAR®

Desde 1974

Pasión por la cocina
Pasión por las cosas bien hechas

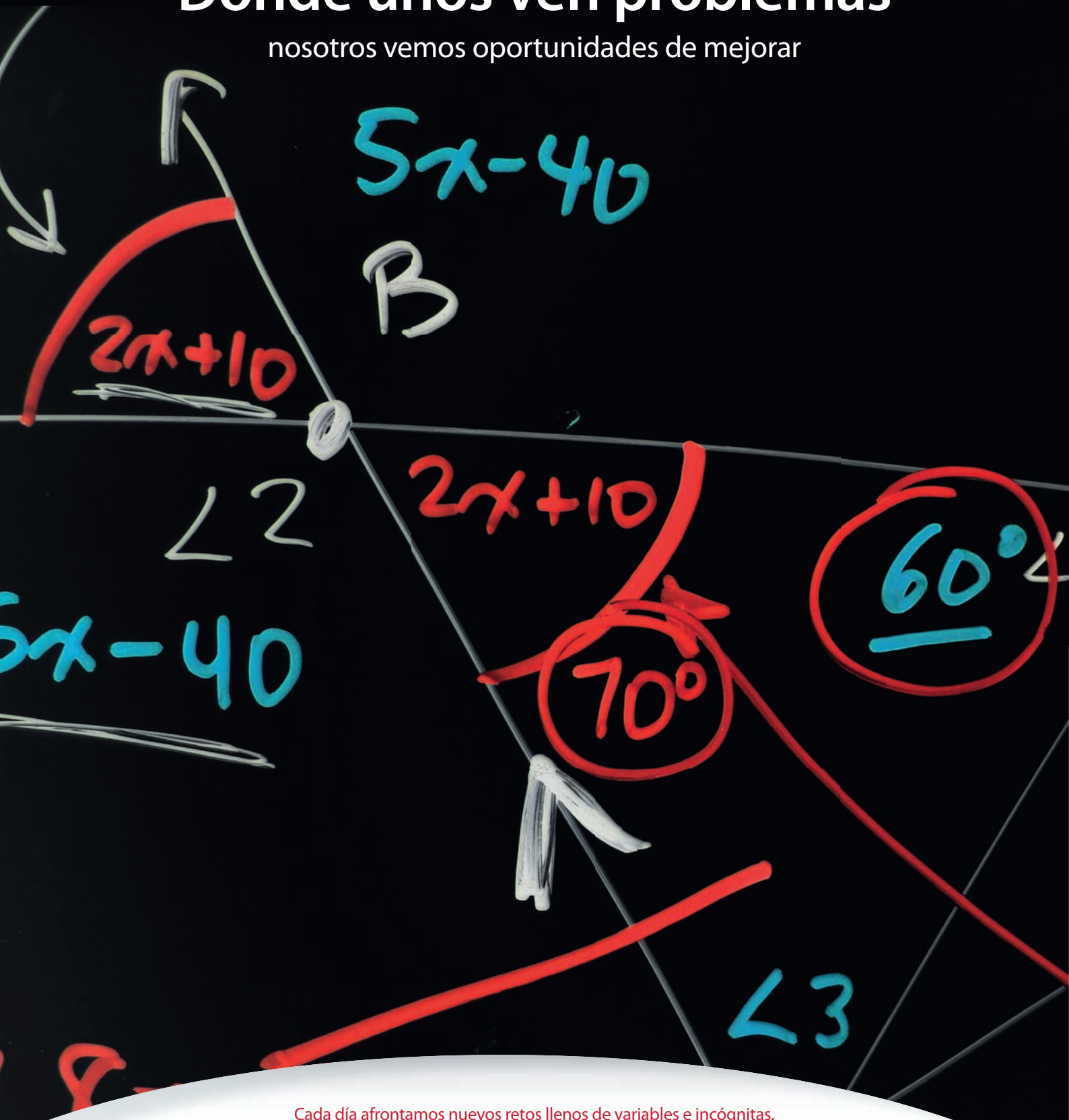
Por ello fabricamos el mejor menaje de cocina que hoy en día se puede encontrar en el mercado. Nos esforzamos a diario, innovamos, investigamos nuevos materiales, nuevos sistemas de fabricación y nuevos diseños para llevar a su cocina y mesa los mejores utensilios de menaje. Nuestros productos satisfacen al cliente más exigente, sea un profesional de la cocina o una ama de casa que desea lo mejor para ella y los suyos. El secreto reside en más de 45 años en el mercado fabricando lo que nuestros clientes desean. Conozca nuestro catálogo y déjenos asesorarle, estamos para ofrecerle lo que más le conviene: La máxima calidad a buen precio.

THE STAMP OF QUALITY

www.inoxibar.com

Donde unos ven problemas

nosotros vemos oportunidades de mejorar



Cada día afrontamos nuevos retos llenos de variables e incógnitas.

La continua especialización en cada producto, una variada oferta en cursos de formación y los nuevos servicios de asesoramiento online, **resultan clave en nuestra constante superación.**

TOMÁS BODERO

SOLUCIONES PARA LA PROTECCIÓN DE LA MANO

www.quierounguante.es GuantesTB http://www.facebook.com/Guantes.Tomas.Bodero

Descubre toda nuestra gama y series en: **www.tomasbodero.com** Más de 500 referencias para el profesional.