www.interempresas.net

Entrevista a Enrique Coco, director de desarrollo de Bricoking

Eurobrico e Iberflora cierran la edición de 2012 con buen sabor de boca

El Corte Inglés se pasa al modelo 'urbano' de tiendas Bricor

Nace Girtena, empresa innovadora en el sector del bricolaje de calidad para el jardín

INOXIBAR®

Desde 1974

THE STAMP
OF QUALITY
INOXIBAR
INOXIBAR
Máxima Calidad en
Acero Inoxidable
www.inoxibar.com

Interempresas.net

WWW.INTEREMPRESAS.NET

[INFORMACIÓN PARA EMPRESAS Y PROFESIONALES]

Director
Ibon Linacisoro

Redactora Jefa
Nerea Gorriti

Redactor Jefe Delegación Madrid
David Muñoz

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

redaccion@interempresas.net

Edita
nova àgora, s.l.
[GRUPO INTEREMPRESAS]

Director General
Albert Esteves Castro

Director Adjunto
Àngel Burniol Torner

Director Técnico y de Producción
Joan Sánchez Sabé

Director Comercial
Aleix Torné Navarro

Directores de Área
Angel Hernández, Ricard Vilà

Publicidad
comercial@interempresas.net

Administración
administracion@interempresas.net

Suscripciones
suscripciones@interempresas.net

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

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

nova àgora, s.l.
Amadeu Vives, 20-22 - 08750 Molins de Rei (Barcelona)
Tel. (+34) 93 680 20 27 - Fax (+34) 93 680 20 31
comercial@interempresas.net - www.interempresas.net

Delegación Madrid
, :0 6 :89 :8 0 .:.5 :8 0 28 4 4 38 :
04A 4 6 9 8 .6 .0:4 6

Tirada, difusión y audiencia en internet auditada y controlada por:

Nova Àgora es miembro de:

Sumario

ÉPOCA 2ª Nº 956 / 2012 - 4

7 ÁNGULO CONTRARIO

El estado emocional de cerdos, galgos y podencos

7 EDITORIAL

Negotium in urbe

9 EL PUNTO DE LA i

Al fondo, a la izquierda

10 NOTICIAS

18 INFORAMA

18 Punto de vista:
Entrevista a Enrique Coco, director de desarrollo de Bricoking
"Las señas de identidad de Bricoking City son surtido y precio, potenciando el autoservicio"

20 Eurobrico e Iberflora cierran la edición de 2012 con buen sabor de boca

24 El Corte Inglés se pasa al modelo 'urbano' de tiendas Bricor

26 La I+D de Catral se centra en el jardín y la decoración

28 Nace Girtena, empresa innovadora en el sector del bricolaje de calidad para el jardín

30 Mundo jardín
Gardena recibe un primer premio en los II premios Garden

32 NCC se presenta en sociedad con una clara apuesta por las ventas

34 Ferroforma muestra sus mejores galas en su presentación oficial en Barcelona

38 Bauhaus invierte 30 M€ en su primera tienda en las Islas Baleares

40 Entrevista a Josep Alcaraz, director de los salones Expohogar
"El visitante valora de Expohogar tener todos los proveedores juntos y poder ver y tocar el producto"

42 Oster amplía su gama de batidoras de vaso con la presentación de dos nuevos modelos

44 Apostando por la máxima seguridad para los trabajos en altura

46 Adiós a las quemaduras en el lugar de trabajo

50 Nuevas normas del calzado para uso profesional

54 Los nuevos modelos de Panter combinan confort, seguridad y diseño

56 Una nueva pintura adecuada para alérgicos y asmáticos

58 El bricolaje pierde peso en la televisión

62 Dactilia, un guante para manejar pantallas táctiles en condiciones de frío

63 Innovación, sostenibilidad e internacionalización, los ejes de Construmat 2013

66 TECNIRAMA

72 GUÍA DE LA DISTRIBUCIÓN

Candados, Cerraduras, Cilindros... La seguridad que buscas

WWW.IFAM.ES

Feliciano Aranzabal S.A. Notario Etxagibel 4, 20500 Mondragón Spain
Telf.- 943 71 21 21 Fax.- 943 79 21 78

El estado emocional de cerdos, galgos y podencos

Ibon Linacisoro
ilinacisoro@interempresas.net

Investigadores del IRTA, del Departamento de Agricultura de la Generalitat de Catalunya, van a estudiar cómo el estado emocional del cerdo afecta a su bienestar y, en consecuencia, a la calidad de su carne. Un cerdo malhumorado o tensionado acabará en un plato que no dará satisfacción al comensal, quien saldrá del restaurante maldiciendo su elección entre tanta suculencia, volverá al trabajo y a su hogar y transmitirá su desagradable experiencia con el cerdo entre sus compañeros y familiares, quienes se sumarán a la protesta y dirán cosas como "ya no hay cerdos como los de antes". Es curioso porque sabemos que el bienestar animal es un concepto que incluye tanto la salud física como mental del animal, y aunque existan indicadores sobre el confort, el hambre, la salud o las lesiones que pueda padecer un animal, todavía faltan por desarrollar medidas sobre el estado emocional de los animales de granja. Sabemos también que esto es atribuible al humano, cuyas similitudes con el cerdo son cada vez mayores. Y tampoco vamos a decir que no se atienda a estas cuestiones, pero, la verdad, en una España deprimida, con los ciudadanos en declive emocional, no parece que se estén trabajando demasiado los asuntos del ánimo, ni entre desempleados, ni entre empleados con el futuro más inseguro de los últimos tiempos… si es que hubo futuro en el pasado. Según los especialistas de la Asociación Española de Especialistas en Medicina del Trabajo (AEEMT) "la incertidumbre acerca del futuro hará que el estrés en el trabajo sea la epidemia de la próxima década". Un reciente estudio señala que hasta el 62% de los trabajadores españoles afirma estar más estresado que el año pasado.

Ante este panorama se agradecen iniciativas como la de Irún de este mes de septiembre para aliviar el alma de los mortales cuyas carnes están tensas. Esta localidad guipuzcoana ha acogido la feria del cannabis más grande de Europa. Siempre habíamos liderado el movimiento de la paella más grande del mundo, el embutido más largo de Europa o el club de fútbol que más gasta, pero hasta ahora se nos había resistido el sector del Grow. Iniciados y no iniciados, profesionales y amateurs, todos encontraron su hueco en una feria en la que tanto los 200 expositores como las numerosas jornadas acercaron la felicidad y la sonrisa a una sociedad humana cuyo bienestar, como el de la sociedad cerda, debe ser revisada.

Dejadnos, amigos del IRTA, deciros algo, aun a riesgo de participar en esta fiesta sin invitación. Todos queremos que los cerdos estén contentos, pero no dejemos de lado, por favor, a los galgos y a los podencos. Porque ese correr suyo para cazar a los conejos, esa amenaza a nuestro modelo de convivencia sólo denota su infelicidad e insatisfacción. ¡Cuán bien estarían cerdos, galgos y podencos en la feria del Grow buscando esa sonrisa que la vida les niega pero la hierba les proporciona!

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

EDITORIAL

Negotium in urbe

El sector del bricolaje ha (re)descubierto el potencial que supone la ciudad, la urbe, y por ende el ciudadano, para su negocio. Cercanía, rapidez, servicio, son algunos de los atributos que definen las nuevas propuestas de enseñas de la talla de Bricoking o Bricor. Tras el 'boom' de los centros comerciales y los grandes almacenes de bricolaje, ferretería, decoración donde el consumidor podía pasar horas en una experiencia que iba mucho más allá de la compra, ahora reaparecen las tiendas urbanas. Menores dimensiones para una necesidad más próxima. Eurobrico, el último encuentro del sector celebrado en Valencia, fue el escenario donde la marca de bricolaje de El Corte Inglés hizo su presentación oficial y donde Bricoking mostró también su nueva apuesta. Son la respuesta al cambio de mentalidad del consumidor, ahora quizá más racional.

Eurobrico sirvió también de termómetro de un mercado que, sin presentar la fiebre de años anteriores, parece que va recuperando lentamente el calor. A ello contribuyen movimientos entre cooperativas, léase Solfer, NCC, etc., a fin de racionalizar un sector altamente atomizado. Algo que sin duda agradecerán empresas y distribuidores, pequeñas y grandes ferreterías.

También Eurobrico fue el marco elegido por una nueva empresa, Girtena, para su puesta de largo oficial y presentar amplia oferta de soluciones sostenibles de la marca Tenax, que comercializa en exclusiva, buscando cubrir un nicho de mercado de productos plásticos para el sector de la brico-jardinería de calidad en España. Y es que la celebración conjunta del salón de la ferretería y el bricolaje + Iberflora, el certamen dedicado al jardín, supuso una ventaja para aquellas empresas que tienen un pie en cada lado, como es también el caso de Catral, cuya nueva etapa destaca por su apuesta por la innovación y la sostenibilidad de sus productos.

Sin embargo, y como no podía ser de otra manera, el sector de la ferretería es de todo menos tranquilo y, cuando aún no nos hemos recuperado de la resaca de Eurobrico nos encontramos de lleno en los preparativos de Ferroforma, que abrirá sus puertas del 12 al 15 de marzo en el BEC. Una edición que apuesta aún más por la participación internacional, lo que es ya una necesidad para el sector, por las jornadas paralelas, mayor actividad y que se celebrará sólo en días laborables pensando en atraer más al visitante profesional. Interempresas estará de nuevo en Feria de Bilbao para tomarle el pulso al mercado, confirmar la tendencia positiva iniciada en Eurobrico y esperando ver a todas aquellas empresas y distribuidores sin los que el sector tendría una cara muy diferentes. Porque, y recogiendo el guante del lema de Ferroforma —'Construyendo Ferroforma entre todos'—, el mundo de la ferretería y el bricolaje es un trabajo de muchos, no de unos pocos.

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

www.hmy-group.com

FERRETERÍA BRICOFAC, Calpe (Alicante)

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

el punto DE LA i

Albert Esteves
aesteves@interempresas.net

Al fondo, a la izquierda

Por formación y temperamento yo me he considerado siempre un liberal. Nunca he simpatizado con los partidos de izquierda doctrinaria y soy abiertamente crítico con la gestión realizada por el último gobierno socialista en España. Vaya esto por delante porque no quisiera pasar por sospechoso de querer llevar el agua a mi molino ideológico. Todo lo contrario.

Hay que reconocer, y está a la vista de todos, que las políticas de corte liberal impulsadas por la Unión Europea, el Banco Central Europeo y el Fondo Monetario Internacional, auspiciadas por Alemania y sus acólitos, y exigidas con la máxima severidad a los países con graves problemas financieros, no sólo no han servido para mejorar sus economías sino que las están hundiendo cada vez más sin que se vislumbre el más leve atisbo de recuperación. El énfasis creciente en la reducción draconiana de gastos e inversión pública, las subidas de impuestos indirectos que gravan y contraen el consumo y, al mismo tiempo, las generosas ayudas a la gran banca para sanear sus balances, están dejando un rastro de empobrecimiento general, de aumento de la desigualdad social y de devastación del tejido empresarial con especial incidencia en pequeñas y medianas empresas y en autónomos. Vamos de mal en peor, tanto en España como en Italia, Portugal, Irlanda o Grecia. Y Francia empieza a tambalearse. Pese a ello, los rectores del orden económico se empecinan en sus políticas de ajuste radical, insensibles a sus nefastas consecuencias, como aquellos generales de la Segunda Guerra Mundial que sin temblarles el pulso ordenaban bombardear y destruir ciudades enteras.

Pero empiezan a vislumbrarse alternativas, otros caminos que debieran ser explorados. En Islandia, salvando las distancias, están saliendo de la crisis (creció el 3% en 2011) mediante una moratoria sobre la deuda y políticas de ajuste fiscal centradas en las rentas más altas. Según un informe del Instituto Alemán de Investigación Económica (DIW) un impuesto del 10% sobre los patrimonios de más de 250.000 euros, aplicado una única vez ('one off') afectaría sólo a un 8% de la población alemana y recaudaría ¡un 9% del PIB!. Y no haría falta aumentar el IVA o las retenciones que destruyen las clases medias y dañan gravemente el consumo. También propone la compra forzosa de deuda pública por parte de las grandes fortunas. Políticas redistributivas de este tipo son defendidas ahora por los partidos de izquierda en toda Europa: el Sinn Fein en Irlanda propone un impuesto de 1% a patrimonios de más de un millón de euros y un tope salarial de 100.000 euros para los funcionarios, el SP en Holanda pide gravar con un 65% las rentas superiores a 150.000 euros, Syriza en Grecia llega al 75% para las superiores a 150.000 euros. Incluso partidos liberales como el inglés empiezan a proponer medidas similares. Más allá de los políticos, basta con leer los artículos de reputados economistas como Joseph Stiglitz, Paul Krugman, (ambos premio Nobel), Simon Wren-Lewis o el ex-secretario del Tesoro Larry Summers, entre muchos otros, para encontrar acérrimos defensores de este tipo de políticas redistributivas.

Las políticas de ajuste draconiano y las subidas de impuestos sobre las clases medias están dejando un rastro de empobrecimiento general, de aumento de la desigualdad social y de devastación del tejido empresarial

Pero es en Francia donde podremos ver sus resultados a corto plazo. El nuevo presidente François Hollande ha anunciado un ajuste de 30.000 millones de euros, de los cuales 10.000 serán aportados por los gravámenes a las rentas más altas (un 75% a los que ingresan más de un millón de euros) y otros 10.000 por un nuevo tipo impositivo sobre las grandes empresas. Va a encontrar numerosos y poderosos adversarios en los grandes lobbies financieros y empresariales. Pero habrá que estar atentos porque si los resultados le acompañan podríamos estar ante un punto de inflexión que permitiría corregir el rumbo, cambiar radicalmente de políticas y ver por fin la luz al final del túnel.

En España estamos hundidos y, en mi opinión, todavía no hemos tocado fondo porque las consecuencias de los ajustes, los ya implantados y los que nos van a imponer, deprimirán aún más la economía española durante 2013. Pero tengo la esperanza de que, una vez en el fondo, sabremos encontrar la salida. Y a lo mejor, por esta vez, la salida la encontramos al fondo, a la izquierda.

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

NOTICIAS

Ega Master expone sus herramientas industriales en Emaf 2012

Ega Master expondrá con stand propio en Emaf 2012, donde se presentarán sus últimas novedades en herramientas industriales, antichispa, titanio no magnética, Atex, VDE, ESD y subacuático.
La Feria Internacional de Máquinas, Equipos y Servicios para la Industria, que tendrá lugar en Porto del 21 al 24 de noviembre, es la más importante de Portugal y en ella estarán presentes todos los principales especialistas del mercado.

Velilla Confección Industrial inaugura outlet online

Si hace unos meses Velilla presentaba un área específica para clientes, dentro de su sitio web, que incorporaba un gran número de prestaciones pensadas para facilitar la labor de los usuarios, ahora su proceso de mejora le ha llevado a implementar un outlet, disponible sólo para clientes registrados. Ofreciendo a los usuarios una herramienta de compra en la que encontrar un gran número de productos a precios muy competitivos, manteniendo el sello, la calidad y el servicio que caracterizan a la compañía. A través del área de cliente, se accede a la nueva sección del outlet, en la que se pueden encontrar existencias limitadas de productos Velilla habitualmente disponibles en varias tallas y colores, que están a la venta a precios excepcionales por períodos determinados de tiempo. De esta manera la empresa puede liquidar excedentes de stock y sus clientes beneficiarse de oportunidades únicas en vestuario laboral.

Leroy Merlin abre su novena tienda en la Comunidad Valenciana

Leroy Merlin ha invertido 24 M€ en esta nueva tienda, situada en el centro comercial Zenia Boulevard de La Zenia (Orihuela).

Leroy Merlin ha inaugurado su nueva tienda en La Zenia (Orihuela), la número 55 en España y la novena de la compañía en la Comunidad Valenciana. Al acto asistieron el director general de la compañía en España, Ignacio Sánchez Villares, el director de la propia tienda, Jorge Redó, así como diferentes miembros del Comité de Dirección de Leroy Merlin España. El director general de Leroy Merlin destacó el fuerte impulso que durante 2012 se ha dado a la presencia de la compañía en la región, con la apertura de dos nuevas tiendas, concretamente en Elche y esta última en Orihuela. Según Sánchez Villares, las nueve tiendas de Leroy Merlin en la Comunidad suponen un pilar fundamental en el desarrollo del negocio de la compañía a nivel nacional.

Herter presenta TFA, su marca de distribución en exclusiva en España

TFA, con fábrica en Alemania, es una marca de prestigio en material de medición meteorológica que cuenta con una amplia gama de productos de gran calidad, atractivo diseño y un precio muy competitivo, entre los que se encuentran: estaciones meteorológicas domésticas, termómetros digitales y analógicos, higrómetros, barómetros, relojes, avisadores, pulsómetros, cuentapasos, etc. Todos los productos TFA se pueden visualizar en el catálogo digital disponible en la página web www.herter.es.

WD-40 valora positivamente su participación en el I Encuentro Solfer

WD-40 Company asistió al I Encuentro de Negocios Solfer que se celebró el 28 y 29 de septiembre en la Feria de Muestras de Zaragoza, con un balance más que satisfactorio según informan desde la empresa. En los dos días del evento, los socios de Cecofersa, Coarco y Coferdroza, que forman el grupo Solfer, pudieron aprovecharse de las ofertas que WD-40 Company preparó para la ocasión.

En el encuentro se presentaron los nuevos productos de la compañía como el formato WD-40 Doble Acción 250 ml y el Lavamanos de Grasa de la gama 3-En-Uno Profesional.

LA MEJOR GAMA, CALIDAD Y SERVICIO EN HERRAMIENTA DE CORTE

BLUE-MASTER® by celesa 1987 25 2012

CELESA S.A. Polígono Industrial Astolabeitia C/Matxingoia 2 48220 ABADIANO - ESPAGNE
Tel: +34 946232532 Fax +34 946201763 Email export@bluemaster.es Web www.bluemaster.es

Se presenta el nuevo almacén que Bricomart abrirá en Valladolid

La Agencia de Innovación y Desarrollo Económico de Valladolid acogió el acto de presentación del proyecto que la empresa Bricomart promueve en esta ciudad castellano-leonesa, consistente en la apertura de un gran almacén de este grupo especializado en bricolaje y construcción, que se ubicará en el polígono San Cristóbal y generará ochenta empleos directos.

José Maria Elorza, director general de la Fundación Txema Elorza

A petición del Patronato de la Fundación Txema Elorza, José María Elorza ha aceptado asumir la dirección general de la misma. El nombramiento, que se acordó en la reunión que el patronato mantuvo el día 3 de octubre, en Valencia, coincidiendo con Eurobrico, ha sido comunicado ya a los patrocinadores del VI Premio Txema Elorza, quienes se felicitaron por su incorporación al día a día de la Fundación.
José María Elorza es el padre de Txema Elorza. En su larga trayectoria profesional desempeñó tareas de dirección comercial en el sector ferretero, fundamentalmente en la firma TESA; Talleres de Escoriaza, donde se jubiló en los primeros años de la primera década del siglo XXI.

Bricoking adquiere Ardy, la segunda cadena española de distribución de bricolaje

Bricoking ha adquirido Ardy Bricolage, la mayor distribuidora de bricolaje de Levante y la segunda a nivel nacional. Mediante este acuerdo, Bricoking incorpora a su cadena los seis establecimientos de Ardy situados en las localidades de Gandía, Finestrat (Benidorm), Onteniente, Torrevieja, Villarreal y Xátiva, afianzando su presencia en Levante, donde ya dispone de un centro en Peñíscola. Con esta adquisición, Bricoking suma cerca de un centenar de empleados a su plantilla y 26.000 nuevos metros cuadrados de superficie comercial, alcanzando así un total de 470 trabajadores y 96.000 metros cuadrados.
Esta operación pone de manifiesto el momento de desarrollo en el que se encuentra el sector del bricolaje y consolida a Bricoking como líder de su sector en España, con una previsión de facturación para 2013 de 71 millones de euros.
Juan José Jaén, presidente y consejero delegado de Bricoking, ha destacado que "la integración de Ardy en Bricoking será rápida ya que ambas compañías comparten una cultura y formas de entender el negocio muy similares, como ofrecer una buena relación calidad-precio en sus productos y un excelente nivel de servicio a sus clientes".
Tras la incorporación de los centros Ardy, Bricoking cuenta con una red de 32 establecimientos en las comunidades de Castilla-León, Castilla-La Mancha, Cataluña, Comunidad Valenciana, Andalucía, Cantabria, Murcia, Navarra, Canarias, Galicia y Madrid. Juntos suman alrededor de 96.000 metros cuadrados comerciales a disposición del público, en los que se da trabajo en torno a 470 personas.

ExpoCadena 2013 tendrá también un certamen virtual

Como novedad y complemento a la feria ExpoCadena, que se celebrará en Ifema los días 22 y 23 de febrero de 2013, el Grupo Ehlis realizará por primera vez un 'Certamen Ferial Virtual' entre los días 9 y 22 de septiembre del mismo año.
Según ha comunicado Ehlis, "la idea de la realización de este evento es ofrecer a nuestros asociados la posibilidad de complementar las compras efectuadas durante la feria ExpoCadena de febrero, y fortalecer los lazos comerciales que unen a asociados y proveedores de nuestro grupo".
Esta ExpoCadena Virtual será exclusiva para proveedores y asociados asistentes a la feria presencial de febrero de 2013, y no tendrá ningún coste adicional para los participantes.

Hepyc RF, satisfecha por su participación en Solfer

El fabricante de herramientas de corte Hepyc RF se muestra muy satisfecho por los resultados obtenidos en el Primer Encuentro de los Negocios de Solfer, celebrado recientemente en el recinto ferial de Zaragoza.
Durante los dos días de duración de la feria, representantes de Hepyc RF atendió a las numerosas visitas de los asociados, con la mayoría de los cuales ya existía una relación comercial antes de unirse bajo la enseña de Solfer, "y los socios se mostraron muy activos en lo que a pedidos se refiere". Aunque la mayor parte de ellos ya conoce la extensa gama que aglutina el catálogo del fabricante no quisieron desaprovechar la ocasión para conocer de primera mano las principales novedades, como el servicio de herramienta especial, con precios y plazos muy competitivos.
La dirección comercial de Hepyc RF valora muy positivamente dicho encuentro por su efecto dinamizador en la actividad del sector y porque además brinda la oportunidad de tener un trato directo, afianzar y estrechar lazos entre proveedores y asociados.

Indaux presenta su renovada imagen en IWF Atlanta 2012

La firma fabricante de herrajes española Indaux participó en la edición 2012 de la feria IWF (Estados Unidos), y por primera vez bajo su propia marca y stand, con el objetivo de presentar de primera mano sus últimas innovaciones y productos, ya que hasta ahora lo hacía a través de su socio comercial local. Indaux aprovechó este certamen ferial, que se celebró del 22 al 25 de agosto en el Georgia World Congress Center de Atlanta, para dar a conocer al mercado americano su recientemente renovada identidad corporativa, que se lanzó en Europa el año pasado.

Nuevo catálogo de Herramientas de Mantenimiento Ingersoll Rand

Ingersoll Rand presenta su nuevo catálogo de Herramientas de Mantenimiento 2012-2013 en el que se presentan en 24 páginas, 150 productos de la marca con información detallada e ilustrada, para facilitar el proceso de elección y compra a los usuarios de esta gama comercial.

El catálogo se encuentra dividido en dos categorías: herramientas de batería y neumáticas, y hace un amplio recorrido por las llaves de impacto, de carraca, atornilladores, taladros, amoladoras, pistolas neumáticas de silicona, martillos, lijadoras y pulidoras, entre otros.

HMY Yudigar, premio a la innovación en el 'IBM Retail Store Solutions' de Londres

IBM, multinacional estadounidense situada en el octavo puesto del ranking mundial de las empresas más innovadoras, celebró en Londres la conferencia 'IBM Retail Store Solutions'. Durante la misma, se premió a HMY Yudigar con el galardón a la empresa colaboradora más innovadora, un premio a nivel europeo que certifica el nivel de colaboración, la constante evolución y la calidad de respuesta en los proyectos del grupo al lado de IBM.

Röhm lanza una campaña de promoción para su portabrocas Extra-RV hasta fin de año

Röhm ha puesto en marcha una campaña de promoción por el que comprando el modelo Extra-RV metálico por cantidades, se obtengan regalos como surtidos ibéricos o paletillas ibéricas.

La calidad de los porta brocas Röhm se logra apostando por las técnicas más avanzadas y modernas de fabricación. Y el modelo Extra-RV es el mejor ejemplo de ello. Con bloqueo radial, sin llave, es ideal para taladradoras y atornilladores con acumulador o red, con hexágono para el montaje o el desmontaje.

Grupo BdB edita un nuevo catálogo para baño y complementos

El Grupo BdB ha editado una guía que ofrece un gran abanico de artículos para la renovación y la mejora del baño. Bajo el lema 'Tu baño renovado y a la última', la campaña recopila una selección de productos como muebles de baño, espejos, sanitarios, platos de ducha, lavabos, grifería, mamparas, columnas y bañeras, accesorios y complementos así como soluciones constructivas con listelos decorativos, bloques de vidrio y mosaico vítreo.

Celesa lanza un nuevo 'Catálogo de Expositores Bluemaster 2012'

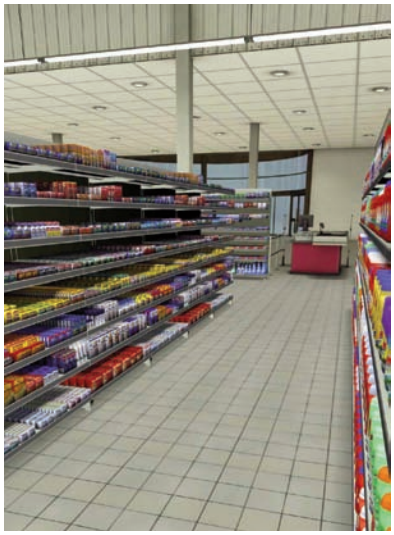
Tras la buena acogida por parte de los clientes del 'Catálogo Bluemaster 2012' lanzado el pasado mes de julio, y con motivo de la celebración de Celesa, S.A. del 25 aniversario de su fundación, se presenta este octubre el nuevo 'Catálogo de Expositores Bluemaster 2012'. De esta manera la empresa conmemora su aniversario "de la mejor forma que sabemos hacer", ofreciendo a sus clientes su amplia gama de herramienta de corte presentada en blíster y funda.
Dentro de las novedades de este catálogo destacan los portabrocas industriales y profesionales en blíster, hojas de sierra oscilantes en blíster y muchas más novedades que completan las familias ya existentes.

La caída de ventas en el sector del bricolaje europeo continúa en el 3er T de 2012

Las ventas 'like for like' de bricolaje en Europa siguen sufriendo descensos notables por la bajada de consumo generalizada en el continente. Noruega y Rusia siguen manteniendo crecimientos de dos dígitos, 10 y 11% respectivamente, pero éste se ha visto ralentizado. En el primer trimestre era de un 13% en ambos casos.
Mientras tanto, España e Irlanda junto con Croacia siguen registrando unos descensos de ventas muy fuertes. España ha pasado a un 10% mientras que Irlanda y Croacia registran un 13% y 12%. Todavía está por confirmar que los malos resultados en España hayan sido por la subida del IVA posterior al verano, pero no cabe duda que es un factor que habrá influido.
Otros países como Alemania que tenían crecimientos hasta el 2 trimestre han pasado a ligeras caídas de consumo (1%) o Finlandia que ha registrado un -2%.

Dassault Systèmes lanza 'Perfect Shelf', su nueva solución para las cadenas comerciales

Dassault Systèmes (DS) lanza una nueva experiencia de solución industrial para las empresas de bienes de consumo envasados (CPG) y compañías retail, denominada 'Perfect Shelf'. Esta solución aprovecha el modelado y visualización 3D avanzados para suministrar visiones realistas de los pasillos de las tiendas, permitiendo que el proceso de diseño de la experiencia de compra sea significativamente más rápido, con un mayor alcance y flexibilidad y a un menor coste. Al modelar las estanterías virtuales y abastecerlas con realistas representaciones en 3D de los productos, basadas en fotografías 2D, las marcas y los comerciantes pueden diseñar eficazmente las baldas de las estanterías, etc.



Al modelar las estanterías virtuales y abastecerlas con realistas representaciones en 3D de los productos, basadas en fotografías 2D, las marcas y los comerciantes pueden diseñar eficazmente las baldas de las estanterías.

El primer concurso de escaparatismo de Rolser ya tiene ganadores

Rolser ya ha decidido los ganadores del primer concurso de escaparatismo. "Por nuestra parte estamos muy contentos por la respuesta de nuestros clientes, aunque esperamos que en la próxima convocatoria todavía podamos contar con más participantes", han comunicado desde la empresa.
A finales de año 2011, Rolser convocó a sus clientes por medio de sus comerciales, redes sociales, etc. a participar en los dos primeros concursos de escaparatismo con productos Rolser. A los clientes interesados, la compañía les mandó las bases del concurso y así empezó uno de los nuevos proyectos de Rolser para este año.

A la izquierda, el escaparate de Óscar Navarro y Alicia Rezola de la Tienda Ámbit Huarte (Navarra), primer premio en el concurso de Escaparate Exterior. A la derecha, los premiados durante su visita a las instalaciones de Rolser, junto a Joan Server, su presidente ejecutivo y fundador.

Cofac publica dos nuevos folletos dedicados a la calefacción y la repostería

Vigente del 16 de octubre de 2012 al 22 de enero de 2013, el nuevo folleto sobre 'Calefacción' de Cofac incluye, en sus 20 páginas, todo lo necesario para el invierno: termoventiladores, estufas, calefactores, radiadores, emisores térmicos, humidificadores, accesorios para chimeneas, biochimeneas, alfombrillas eléctricas y bolsas calientes, etc.

Asimismo, la asociación de ferretería ha lanzado también folleto 'Especial Repostería', de 8 páginas, que incluye todos los gadgets y utensilios de cocina para crear cookies, fondants, cupcakes, bizcochos, lollipops, etc.

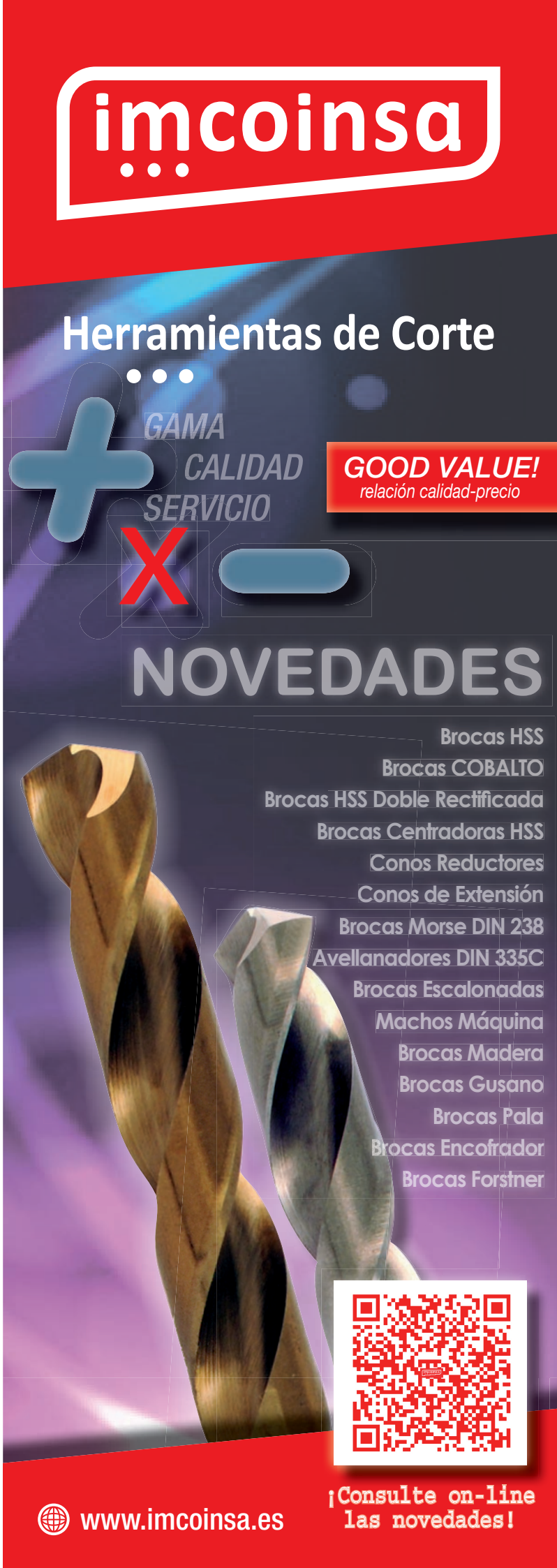
Tecnalia, seleccionado por la ACC para el control de calidad de pinturas y barnices

Tras la publicación y proceso de contratación del correspondiente concurso público, la Agència Catalana del Consum ha seleccionado a Tecnalia como laboratorio de referencia para realizar estudios de contenido de VOC de diferentes muestras de pinturas y barnices. Tras llevar a cabo las actuaciones inspectoras y de control de mercado programadas en este sector, la Agencia Catalana del Consumo trabajará con los laboratorios de análisis y emisiones de Tecnalia para llevar a cabo diferentes estudios. La agencia lleva a cabo esta actuación con el fin de asegurar el cumplimiento de las normas en materia de etiquetado, información y características de composición y seguridad de los productos puestos al alcance de los consumidores.

En los laboratorios de Tecnalia se llevarán a cabo las analíticas correspondientes para evaluar el cumplimiento de pinturas y barnices tomadas del mercado de acuerdo a la legislación vigente. Foto: Ratnesh Bhatt.

De julio a septiembre, Cadena 88 incorpora 15 nuevos asociados

Durante los pasados meses de julio a septiembre, 15 nuevos establecimientos se han incorporado a la central de servicios de ferretería Cadena 88. Se trata de Ferretería Cami, de Petrer (Alicante); Ferreteria Sicilia, de Santa Coloma de Gramenet (Barcelona); Ferreteria Safont, de Matadepera (Barcelona); Casa Pastor, S.L., de Algeciras (Cádiz); Ferretería El Dindo, de Alameda (Granada); Ferretería Duque, de Ayamonte (Huelva); Ferretería Pastrana y Álvarez, de Pola de Gordón, (León); Ferretería Hogar El Puente, S.L., de Burela (Lugo); Suministros Grupo Norte-3, S.L., de Madrid; Infeco 97, S.L., de Alcobendas (Madrid); Ferretería y Saneamientos Flomer, S.A., de Madrid; Ferretería Bueu, de Bueu (Pontevedra); Almacén de ferretería Muñoz, de Lora del Río (Sevilla); Ferrafás, S.L., de Fasnia-Santa Cruz (Tenerife); y Metalfix Suministros Industriales de Ribarroja de Turia (Valencia).



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

"Las señas de identidad de Bricoking City son surtido y precio, potenciando el autoservicio"

Bricoking se planteó hace unos tres años un crecimiento medio de unas 15 tiendas anuales. Sin embargo, la realidad a menudo se interpone en la ruta marcada, exigiendo a las empresas la búsqueda de alternativas adecuadas al modelo de negocio. Moverse, o moverse, en resumen. Así de claro lo debían tener en la enseña cuando trazaron el nuevo concepto, "urbano, moderno" de tienda de ciudad; Bricoking City. Más próxima a un consumidor que también ha modificado su perfil en los últimos tiempos.

Entrevista a Enrique Coco, director de desarrollo de Bricoking

Esther Güell

El nuevo concepto Bricoking City, ¿parte de una estrategia de largo recorrido o de la situación propia del sector y la economía en general?

Desde hace 3 años la enseña ha trabajado en el desarrollo y crecimiento vía franquicias, en la línea de nuestro socio Hubo en Bélgica. Se trata de una fórmula de medianas superficies, que plantea un hándicap: la falta de financiación por parte de los bancos que dificulta desarrollar un negocio de 2.000 metros cuadrados. Por ello, hemos tenido que reaccionar.

Además, hay una segunda razón y es que la crisis conlleva un replanteamiento del tiempo y el espacio de las personas y nos ha devuelto el concepto de 'consumo urbano'. Ahora, el consumidor quiere un modelo de negocio moderno, con un servicio amplio, pero también cercano y fácil. Un consumo que se puede hacer a 200 metros del domicilio, no en un gran centro comercial a las afueras de una ciudad.

Éstas han sido las bases para llevar a cabo el proyecto Bricoking City, y con muy buenos resultados, lo cual nos lleva a seguir apostando por él.

¿El concepto de tienda urbana va más ligado a la idea del DIY, aunque quizá tiene poca tradición en España?

Absolutamente. Si bien nuestro sector ha sufrido, como todos, la bajada del consumo, quizá no tanto como era de esperar. Porque a falta de nueva construcción, las reformas han ganado terreno. Dependerá de los trabajos, pero sí es cierto que el bricolaje es una de las tareas que el consumidor más se ha animado a realizar. La pintura es el mejor ejemplo. Es un sector que no ha decrecido y cada día hay productos más fáciles de aplicar. Del mismo modo, hay muchos profesionales que, sin trabajo en empresas de construcción, se dedican precisamente a trabajos de bricolaje y

reformas y a precios mucho más competitivos que hace unos años.

Para el concepto de Bricoking City, ¿de qué tipología de espacios se trata?
Son establecimientos entre 300 y 800 metros cuadrados, pero no es una limitación estricta sino un baremo, porque debemos adaptarnos a las posibilidades que hay en las ciudades. Es muy complicado encontrar locales diáfanos, de características determinadas, en una sola planta y con un tamaño concreto. Lo más habitual son locales entre 250 y 350 metros cuadrados.

¿Y qué productos se podrán encontrar en estas tiendas?
Como no podía ser de otro modo, tenemos que 'sacrificar' algunas líneas de producto que no son viables en estos establecimientos. Por espacio y por eficiencia. En su día adaptamos el modelo de gestión de nuestro socio belga que establece la rentabilidad por metro lineal. Así que buscamos aquellas soluciones que nos permitan desarrollar de manera eficiente cuantos más metros lineales mejor para atender las necesidades del consumidor urbano. Ello supone renunciar a ofrecer el servicio de corte de madera, por ejemplo, que necesita mucho más espacio. Aun así, sería absurdo no aprovechar las sinergias de nuestras tiendas Bricoking y nuestro servicio logístico. Para ello, en los establecimientos Bricoking City instalamos un terminal de venta por catálogo, con pantalla táctil, de modo que el consumidor puede hacer la compra de cualquier producto disponible en Bricoking y lo recibe en el plazo de una semana en su domicilio al mismo precio que si lo hubiera adquirido en una tienda Bricoking.

Una solución muy ligada con el concepto de e-commerce
Efectivamente. También estamos desarrollando un servicio de tienda online desde el propio punto de venta.

¿No será motivo de conflicto con sus franquiciados?
Pensamos que no, aunque sí nos lo hemos planteado, porque es cierto que en muchos casos los socios corporativistas ven en la tienda online una amenaza. Pero nuestra percepción es que el consumidor online tiene un perfil muy concreto, no le gusta ir a la tienda, de modo que no resta a la tienda convencional. Aun así, articularemos determinadas soluciones para que el franquiciado no se sienta ofendido pero hay que entender que es una estrategia de venta más y es mejor ofrecer el servicio que no ofrecerlo.

Como enseña Bricoking, ¿tienen previsto algún plan de aperturas hasta final de año?
Lo cierto es que las líneas marcadas hace 3 años de abrir 15 tiendas anuales —5 vía crecimiento orgánico, 5 vía adquisición y 5 vía franquicia— no se están cumpliendo por la situación que nos ha tocado vivir. Pero sí tenemos interesantes proyectos en marcha como la apertura en noviembre en Écija (Sevilla). También tenemos previsto abrir dos tiendas City lo antes posible en el entorno urbano de Madrid y Barcelona porque necesitamos testear el comportamiento del modelo en grandes urbes. En el caso de Madrid se trata de un mercado masificado a base de grandes superficies, y en el caso de Barcelona por el comercio tradicional y urbano, donde las cooperativas son, precisamente, muy fuertes. Y a nivel de franquiciados tenemos varios proyectos en cartera e interés de agentes tanto del sector como ajenos a él.

Frente a competidores como puede ser Bricor con su nueva fórmula de centro urbano, ¿cuáles son sus rasgos diferenciadores?
Pienso que todos estamos buscando nuestro espacio e imagino que ellos también deben adaptarse a la situación. En nuestro caso, adaptamos el modelo de negocio de éxito de Bricoking al entorno urbano, aunque quizá es demasiado pronto para trazar claramente una línea diferenciadora entre Bricor y Bricoking: ellos tienen dos centros urbanos y nosotros tres. Sin embargo, ellos definen a su consumidor como 'marquista', alguien que busca marcas determinadas mientras que yo discrepo. Precisamente creo que el sector del bricolaje no es 'marquista'. También en la fórmula de venta nos diferenciamos. En Bricoking apostamos por el autoservicio, buscando una fórmula de tienda urbana y moderna pero sin mostrador. Nuestra seña de identidad será ofrecer surtido y precio, acompañado por una potente comunicación en el punto de venta final, de modo que el propio metro lineal sea el propio 'vendedor' del producto, aportando la información más completa posible del producto. ■

Un nuevo concepto a pie de calle para el bricolador

Bricoking City se plantea como una tienda de bricolaje próxima y funcional en formato de libre servicio situada a pie de calle y pensada para entornos urbanos y semiurbanos. Una tienda diseñada para ofrecer soluciones sencillas de bricolaje, para aquellas tareas que cualquier usuario, sea profesional o aficionado, necesite realizar de modo rápido y simple. Con un mínimo de 5.000 referencias de productos agrupados en distintas categorías, como pintura, herramienta, ferretería, mueble kit, decoración y cocina, dispuestas en formato de libre servicio en la estela del DIY (Do it yourself) muy extendido en diversas partes de Europa pero que en España aún tiene un largo recorrido como hábito de consumo.
Bricoking City viene a sumarse a la fórmula Bricoking que cuenta, actualmente, con 28 establecimientos repartidos por todo el territorio nacional; Castilla-León, Castilla-La Mancha, Cataluña, Comunidad Valenciana, Andalucía, Cantabria, Murcia, Navarra, Canarias, Galicia y Madrid.
Especializada en la venta y distribución de productos para ferretería y bricolaje, esta enseña cuenta, además, con el respaldo de uno de los más importantes operadores del sector en el ámbito internacional: la firma belga Hubo, que congrega más de 140 tiendas superando los 400 millones de euros en ventas. Asimismo, es miembro de Bricoalliance, la central de compras europea.

Eurobrico e Iberflora cierran la edición de 2012 con buen sabor de boca

Los esfuerzos realizados por la organización de la 41ª edición de Iberflora y 7ª convocatoria de Eurobrico dieron sus frutos. Si bien el sector no está pasando por su mejor momento, una obviedad, sí es cierto que el ambiente era de moderado optimismo entre los expositores y de interés por parte de los visitantes, al margen del negocio que generara la feria, mucho más difícil de valorar al cierre del salón.

Esther Güell

Alejandro Roda, director del certamen, se mostraba orgulloso de las buenas sensaciones y la acogida por parte de los expositores de los "esfuerzos realizados por la organización".

Ambos certámenes protagonizaron un cambio de tendencia en la celebración de este tipo de eventos. Tanto en Iberflora como Eurobrico se concentró una mayor actividad y sobre todo con un espíritu de trabajo renovado, tal y como subrayaron los presidentes de ambas muestras.

Vicente Peris Alcayde, presidente de Iberflora, afirmó que esta edición de la muestra supuso un punto de inflexión y que por fin en 2012 el certamen ha resurgido con fuerza. "Este año además —explicó— se han cerrado muchos pedidos algo que hacía tiempo no ocurría en el marco de ninguna muestra y hemos apreciado desde primeras horas de su puesta en marcha, un ilusión tanto entre los compradores como entre nuestros expositores".

Por su parte, Luis Franco, presidente de Eurobrico, se pronunció en la misma línea, subrayando que "la gente ha notado que trabajamos para un nuevo proyecto. El sector ha participado e incluso para aquellos que quizás tienen menos presencia, como es el caso de la tienda de proximidad, la presentación de Bricor arrojó esperanza sobre las posibilidades de este segmento".

Este "nuevo proyecto" al que se refería el director del certamen supuso la celebración de los Premios Eurobrico, las Olimpiadas del Bricolaje y una serie de charlas y jornadas paralelas que venían a engrosar el interés del salón en sí. En ellas, además de la presentación de Bricor de su modelo de tienda urbana, la Afeb organizó una charla, la primera jornada, para presentar las novedades de su departamento tecnológico con el objetivo de fomentar el uso de las TIC entre sus asociados con instrumentos como linkedin, su nueva web y el espacio 'Rincón del Bricolaje' desde el

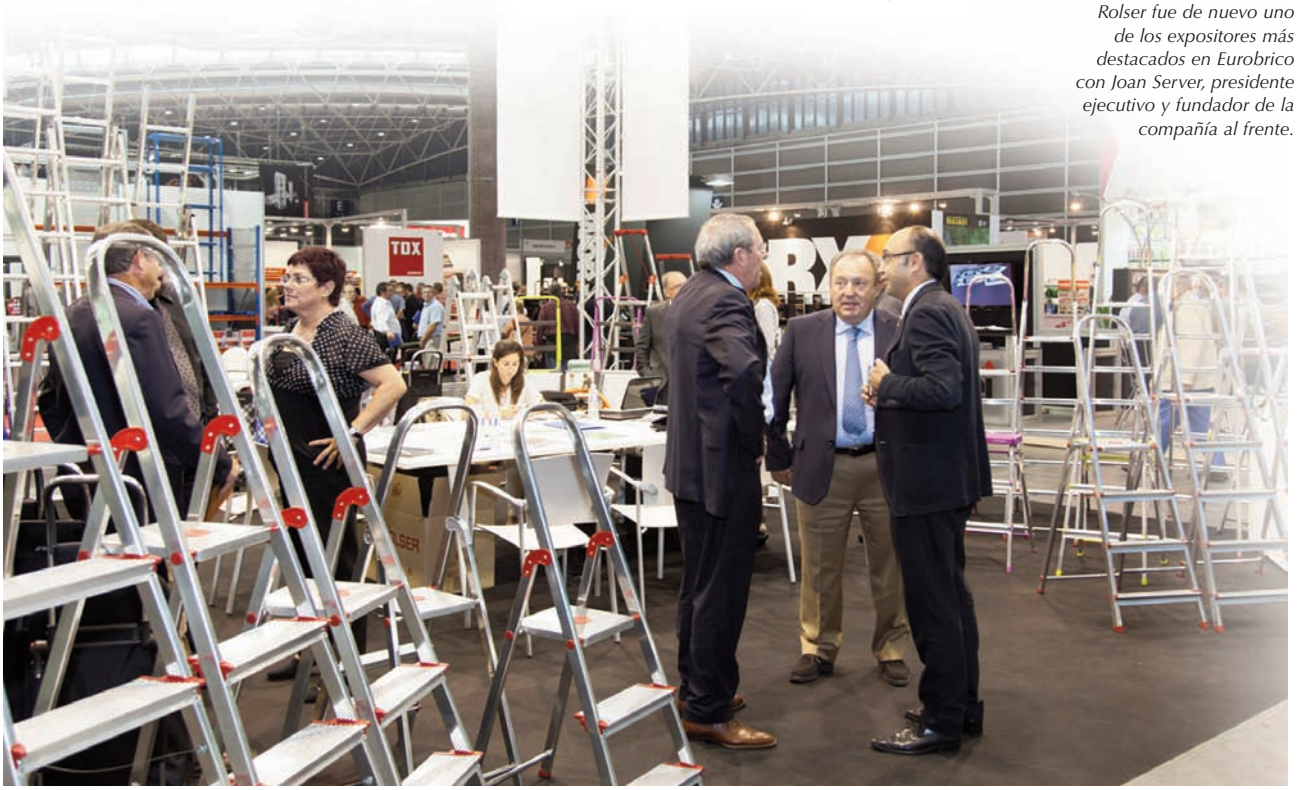
Tomás Bodero asistió en esta edición con un nuevo expositor para el profesional de la distribución.

que se pretende impulsar mucho más la relación distribuidor-cliente. Los responsables del proyecto, Daniel Mundt y Daniel Mancha, fueron los encargados de presentar esta iniciativa que pretende "crear un espacio para asociados de la Afeb para colgar productos y vídeos demostrativos". Además, y fiel al estilo 2.0 que respira el 'Rincón del Bricolaje', al tratarse de una comunidad, "los usuarios podrán interactuar".

También Bricoking aprovechó Eurobrico para dar a conocer su modelo de negocio Bricoking City, que Enrique Coco nos explicó detalladamente. Se trata de un concepto de tienda de bricolaje próximo y funcional, en formato de libre servicio, situada a pie de calle en entornos urbanos y semiurbanos y cuya vía de crecimiento principal será la franquicia. En octubre de 2011 la enseña abría la primera tienda Bricoking City en Vilalba (Lugo), seleccionada por sus características poblacionales para la implantación de este modelo. En febrero de 2012 abrió el segundo centro en Vigo (Pontevedra), que Bricoking utiliza para testar el comportamiento de este modelo en localizaciones diferentes en cuanto a la conformación de sus núcleos. La cadena está apostando por este modelo de negocio y, tras las primeras pruebas, prevé cerrar el año con dos nuevas aperturas.

"No innovar puede suponer el fin de una actividad comercial"

Asimismo, Eurobrico fue también el escenario de charlas más dirigidas al empresariado del sector, como la realizada por el experto en marketing Antonio Valls, Managing director de SystemShop Consulting, que alertaba de la necesidad de innovar para no quedar relegado en un segundo plano. Porque, para Valls, "la innovación en los puntos de venta de bricolaje es tan importante que, si no se lleva a la práctica, puede acabar con el negocio". Por ello, Antonio Valls transmitió a los profesionales una serie de consejos sobre lo que se entiende como innovación, dónde y cómo



Rolser fue de nuevo uno de los expositores más destacados en Eurobrico con Joan Server, presidente ejecutivo y fundador de la compañía al frente.

Aprovechando su presencia en Eurobrico 2012 BTV celebró con clientes y amigos sus 50 años de historia con optimismo y un mensaje esperanzador, confiando en el sector y el trabajo duro y constante.

aplicarla, referido especialmente a los negocios de bricolaje. Así, indicó que es necesario llevar a la práctica las ideas innovadoras que se plantean y cifró en 19 los puntos clave para poder innovar en el punto de venta. Algunos de ellos son tan relevantes como el color o la imagen corporativa, "ya que es lo que más retiene el cliente, es el ADN de la empresa", junto con la entrada al establecimiento que, en su opinión, "debe ser un espacio de transición que prepare al cliente para la compra". Valls también recomendó cuidar especialmente el sonido ambiente, la iluminación o la rotulación, así como las líneas de caja, que han de ser ágiles y con personal preparado. También apostó por superar la división almacén-tienda, para reducir costes por metro cuadrado y la cantidad de stock.

En relación a las tendencias futuras de la actividad comercial, Valls señaló que "nos encaminamos hacia una experiencia de compra más humana", gracias a la cual se va a recuperar la figura del comercio de proximidad, que puede aportar un trato más cercano y un conocimiento muy profundo del cliente habitual. También advirtió que el cliente "va a ser cada vez más exigente y más maduro", cosa que obliga a estar innovando constantemente para atraer su atención y a disponer de personal muy preparado "que conozca y prescriba el producto que está vendiendo". ■

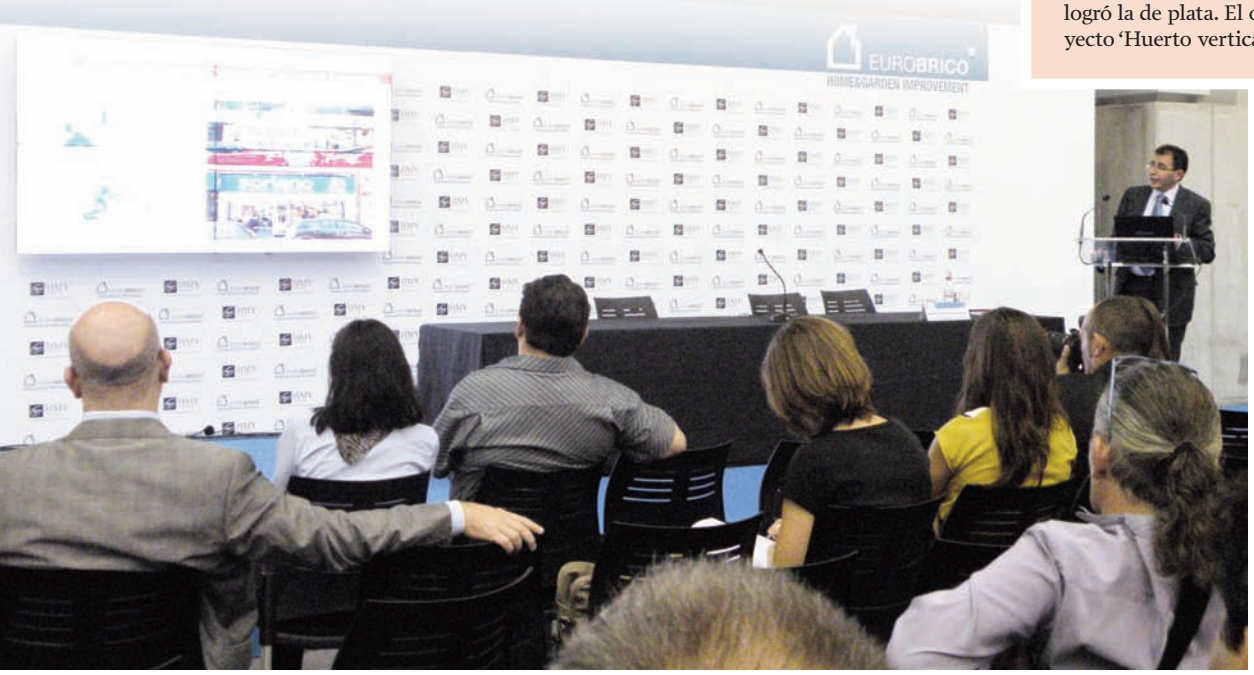
Los premios Eurobrico Producto Estrella distinguen a las novedades más relevantes del certamen

Por primera vez, el certamen organizó sus propios premios, los Eurobrico Producto Estrella, una novedad de este año junto a las Olimpiadas del Bricolaje.

El objetivo de estos galardones es potenciar a las empresas y entidades más punteras del certamen y reconocer el esfuerzo innovador de éstas. Un jurado compuesto por profesionales del sector de la distribución fueron los encargados de elegir a los premiados entre todos los productos que configuraron la pasarela de novedades 2012, pertenecientes en tres categorías: bricolaje, decoración-menaje y jardín.

Guillermo Leal, presidente de la Asociación de Distribuidores de Ferretería y Bricolaje, fue el encargado de conceder los premios junto al presidente de Eurobrico, Luis Franco. El premio Eurobrico Producto Estrella 2012 en la categoría de bricolaje correspondió al producto 'Ángel Enchufe Deslizante', de Sistemas Metalper. En la categoría decoración-menaje el reconocimiento fue para el bolígrafo decorador 'Delicia' de Tescoma España y, por último, en jardín se llevó el premio la mesa 'Vegtrug', indicada especialmente para el cultivo de hortalizas y plantas en espacios pequeños, creada por Hang Swelek.

La entrega de los premios Eurobrico Producto Estrella también sirvió de marco para otorgar las medallas de la Olimpiada del Bricolaje que Briconatur realizó en el marco del salón y que contó con la participación de 20 alumnos de Formación Profesional que trabajaron durante las tres jornadas del certamen. La medalla de bronce fue para el proyecto 'Tumbona para jardín' mientras que 'Mesa y silla de jardín' logró la de plata. El oro fue para el proyecto 'Huerto vertical'.



Antonio Valls mostró durante su charla el trabajo realizado por SystemShop Consulting para Ferretería Soriano, donde plasmó sus tesis sobre marketing.

NUEVA MATRIX

NUEVO DISEÑO Y NUEVAS FUNCIONES PARA UNA DUPLICACIÓN DE ALTA CALIDAD.

LA HISTORIA CONTINÚA

NUEVA GAMA MATRIX EVO Y PLUS

SI. **somos el fabricante líder en máquinas duplicadoras y llaves**

SI. **la primera Matrix vió la luz hace ya 18 años**

SI. **hemos mejorado la mejor máquina de puntos del mercado**

SI. **queremos compartir con todos Ustedes este nuevo lanzamiento**

SILCA
el fabricante de máquinas duplicadoras y llaves que empieza por SI

http://www.facebook.com/Silca.Duplicadoras.de.Llaves

SILCA KEY SYSTEMS S.A.
BARCELONA C/Santander 73A, 08020 - Tel. +34 934981400 Fax +34 932788004
www.silca.es

El Corte Inglés se pasa al modelo 'urbano' de tiendas Bricor

Eurobrico 2012 fue el escenario elegido por la cadena de bricolaje de El Corte Inglés, Bricor, para presentar su fórmula de tienda urbana. En su intervención, Pablo de la Torre, director general de Bricor, acompañado en la mesa por el presidente de Eurobrico, Luis Franco, y Diego Luis Martí, director general adjunto de Bricor, anunció que en los próximos dos años la enseña de El Corte Inglés para el sector DIY tiene prevista la apertura de nuevas tiendas con una media de uno al mes.

Esther Güell

Hasta el momento han abierto las primeras tiendas de bricolaje urbano, dos concretamente, en Madrid, de unos 2.500 metros cuadrados, "pero el objetivo es estar presentes con este formato en todos los centros El Corte Inglés ubicados en el entorno urbano de las principales ciudades españolas", expuso De la Torre.

De izq a dcha: Pablo de la Torre, director general de Bricor; Luis Franco, presidente de Eurobrico; y Diego Luis Martí, director general adjunto de Bricor.

Para ello, han desarrollado una nueva propuesta de establecimientos Bricor "que viene a completar nuestra actual red de tiendas y grandes superficies dedicadas al mundo del bricolaje y la ferretería". En reto será contar con una tienda de estas características en todos los centros en los próximos dos años.
Según explicó, "con esta nueva iniciativa el proyecto Bricor —que se inició hace 6 años cuando se presentó como proyecto de empresa— renace", pero adaptando el concepto inicial de Bricor a la situación económica actual de España y Portugal y apostando por el futuro mercado del DIY (Do it yourself), por supuesto sin abandonar los otros grandes establecimientos que Bricor posee también". De hecho, el primer centro Bricor dedicado a la ferretería y bricolaje abrió sus puertas en 2006 y la última apertura fue en Portugal, de 11.000 metros cuadrados, en julio de 2011.

"Tenemos un plan ambicioso pero realista"

Las nuevas 'tiendas urbanas' Bricor, que tendrán una superficie de entre 1.300 y 3.000 metros cuadrados, priorizarán la iluminación, el bricolaje, la puintura, el jardín urbano, etc. De la Torre espera, además, que "ayude a derivar clientes a las tiendas de mayor superficie, donde los clientes encontrarán también ordenación y decoración".

De la Torre explicó que con esta nueva iniciativa, el proyecto Bricor —que se inició hace 6 años cuando se presentó como proyecto de empresa— "renace, pero adaptando el concepto inicial de Bricor a la situación económica actual de España y Portugal".

Según explicó durante la presentación el director general de Bricor, "tenemos un plan de implantación ambicioso pero también realista, porque el mercado existe aunque es difícil hacerse un hueco en él. Y la optimización del metro cuadrado es una buena herramienta, poder ofrecer una nueva oferta al cliente que ya tenemos". Además, recordó el potencial del grupo empresarial de El Corte Inglés, que cuenta con centros por los que pasan al año 16 millones de personas, así como con una tarjeta de consumo, la de El Corte Inglés, "que es las más utilizada en España".

Asimismo, De la Torre afirmó que "el cliente de El Corte Inglés es marquista y está muy acostumbrado a que se le atienda", invitando a las marcas a sumarse al nuevo proyecto empresarial de la enseña Bricor. "Es el momento de embarcarse en esta iniciativa porque además en nuestra empresa apostamos por la industria nacional", añadiendo que "necesitamos contar con las marcas líderes porque nuestros clientes las demandan". ■

Próxima parada...

Para este año, y continuando el ambicioso plan marcado por la firma, Bricor prevé abrir 4 nuevas tiendas ubicadas en el Paseo de la Castellana, otra en San José de Valderas (Madrid), una tercera en Málaga y una más que no pudo concretar durante la presentación pero que confirmarán próximamente.

KEYA

Nueva cerradura electronica, ahora con **más** funciones

Intercambiabilidad

Código de 4 dígitos

Teclado ergonómico

Avisadores acústicos

Funcionamiento autónomo

Indicadores luminosos

Especialmente diseñado para ambientes húmedos

Real time clock

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

TÜVRheinland CERT ISO 9001

La I+D de Catral se centra en el jardín y la decoración

En Eurobrico 2012 Catral participó con diferentes novedades entre las que destacó LOP (Lighted Organic Polymer), la gran novedad presentada por la firma, un nuevo material ecológico, desarrollado y patentado por la empresa alicantina.

LOP (Lighted Organic Polymer), el nuevo material ecológico desarrollado y patentado por Catral, ha tenido una gran acogida entre los profesionales del sector.

Esta séptima edición de Eurobrico, en las han participado un total de 672 firmas expositoras representantes del mundo del jardín y el bricolaje, ha sido positiva para Catral, según valoran desde la empresa. La celebración conjunta de ambos salones ha sido favorable para la empresa puesto que está suficientemente bien implantada tanto en el mercado del bricolaje y como el de la jardinería.

Así, la empresa acudió a la feria con dos objetivos. Primero, dar a conocer las nuevas propuestas para la próxima campaña. Un total de 8 nuevos productos, dirigidos tanto a los mercados más consolidados de la empresa (jardín y bricolaje), como a nuevos sectores objetivo como el de la decoración o el contract. En segundo lugar, Catral quiso transmitir al mercado el proceso de innovación y dinamismo en el que está inmersa la empresa, potenciando la frescura de su nueva imagen corporativa.

LOP, un compuesto ecológico, sostenible, ligero, flexible y resistente

LOP (Lighted Organic Polymer) ha sido la novedad que más impacto ha causado entre los visitantes profesionales. LOP es un material espumado aligerado resultante de la combinación de material orgánico y polímero. El resultado es un compuesto ecológico, sostenible, ligero, flexible y resistente, cuyo recibimiento en la feria augura un gran éxito comercial. LOP se ha presentado en Eurobrico con dos configuraciones de producto: tejido con alambre para cerramiento y como enrejado decorativo. La previsión de la empresa, dada la versatilidad de LOP, es aplicarlo progresivamente a otro tipo de producto como mobiliario, pérgolas, suelo, vallado y otras estructuras.

Catral planteó, además, dos propuestas innovadoras para el sector de la decoración basadas en flores, frutas y verduras decorativas. Lo destacable de estas nuevas líneas de producto está en su presentación en el punto de venta. El objetivo es ofrecer al

En Eurobrico Catral también mostró sus propuestas para invernaderos urbanos o los árboles decorativos para el sector Contract.

canal de decoración pequeños espacios en los que fomentar el DIY ('Do it yourself', hazlo tú mismo) aplicado a la decoración, popularizando el uso de este tipo de decoración. La oferta se complementa con múltiples accesorios como rellenos, cintas de yute e incluso esencias para usar las flores como ambientadores.

También destacó la familia de árboles decorativos dirigida al sector Contract, en especial, los ejemplares de palmeras de más de 5 metros de altura. Además, la empresa ha aportado sus soluciones al concepto de huerto urbano, con varios modelos de invernaderos y la gama Kit Planter que permiten tener un pequeño huerto en el mínimo espacio. Finalmente, la familia Wally ha tenido su protagonismo con la incorporación de Wally Grass, un césped en formato moqueta que se puede utilizar tanto en interior como en exterior. ■

Velilla Confección Industrial, la experiencia de vestir al trabajador

Más información en: **www.velilla confeccion.com/prendas-av**

Velilla Alta Visibilidad

Amplitud de soluciones para hacernos visibles en cualquier situación

serie 174

2 / 2 — Cat.II. EN 340 EN 471

Polo de alta visibilidad de manga larga, realizado en tejido transpirable y un bolsillo. Cintas reflectantes en pecho, espalda y mangas.

colores:

19-naranja flúor — 20-amarillo flúor

serie 175

1 / 2 — Cat.II. EN 340 EN 471

Polo bicolor de alta visibilidad de manga larga, realizado en tejido transpirable y un bolsillo. Cintas reflectantes en pecho, espalda y mangas.

colores:

70-amarillo flúor / azul marino — 90-amarillo flúor / gris — 110-amarillo flúor / verde — 210-naranja flúor / azul marino

Nuestro objetivo es dar el mejor servicio. Avanzamos contigo, crecemos para ti.

velilla — disvel — v-pro — vértice

velilla

Nace Girtena, empresa innovadora en el sector del bricolaje de calidad para el jardín

Girtena, la nueva firma especializada en brico-jardinería que distribuirá en exclusiva en España los productos Tenax, estuvo presente en la séptima edición de Eurobrico, la Feria Internacional del Bricolaje, que del 3 al 5 de octubre se celebró en Feria de Valencia. La nueva compañía acudía por primera vez al salón con el objetivo de presentar su oferta de productos y las últimas novedades del sector de la jardinería, el bricolaje y la decoración.

El nuevo proyecto responde, según la nueva empresa, a la necesidad de cubrir un nicho de mercado de productos plásticos para el sector de la brico-jardinería de calidad en España, un segmento de actividad que gana cada vez más adeptos en nuestro país. Girtena acercará a los consumidores una amplia oferta de soluciones sostenibles de la marca Tenax, con el objetivo de ofrecer los mejores estándares de calidad y servicio en el mercado.

Oriol Moreno, director de Girtena, explica que "la estrategia de la nueva compañía pasa por ofrecer productos de alta calidad, sostenibles, que se adapten a las necesidades de los consumidores para vestir sus terrazas y jardines y ofrecer el mejor servicio a clientes y profesionales del sector".

La oferta de productos Tenax que Girtena ofrece comprende mallas plásticas y metálicas para cercados, mallas de sombreo y ocultación, setos y cañizos artificiales, césped artificial, mosquiteras, films y mallas de protección para cultivos, bolsas para cultivo doméstico, celosías, tutores para plantas, borduras decorativas para parterres, etc., además de una amplia gama de accesorios.

La sostenibilidad es, junto con los altos niveles de calidad y servicio, uno de los puntos fuertes de Girtena ya que las soluciones Tenax logran

Oriol Moreno, director de Girtena, en el stand de la firma en Eurobrico.

minimizar el consumo de plástico gracias a la sofisticada tecnología de fabricación, en cuyo proceso se utiliza plástico 100% reciclable.

Soluciones para vestir jardines

Las soluciones Tenax que Girtena distribuye en exclusiva en España son el complemento ideal para decorar cualquier rincón de jardines y terrazas. La amplia gama incluye materiales de ocultación, sombreo o decoración, hasta césped artificial o elementos de protección para terrazas, jardines o cultivos. Las soluciones de ocultación incluyen la gama DIVY, a partir de setos artificiales o la gama Rustic, que ofrece la misma función pero a través de cañizos que reproducen el bambú o el mimbre.

Los setos artificiales Tenax se pueden utilizar en diferentes aplicaciones: para proteger un balcón de forma original, para renovar un viejo vallado o para recubrir temporalmente una cerca mientras crecen flores y plantas. No siempre los productos naturales representan la mejor solución para ocultar. Por ejemplo, en las zonas húmedas como los alrededores de piscinas o estanques, el bambú se pudre rápidamente albergando además insectos molestos.

La gama de soluciones incluye césped artificial que reproduce a la perfección el césped natural y permite un ahorro en el mantenimiento. Tenax presenta cinco modelos diferentes de césped artificial con altura y colores de hierba diferentes. Siempre verdes y en perfecto estado, no es necesario cortarlos, desbrozarlos o regarlos y pueden utilizarse tanto en interior como en exterior para decorar alrededores de piscinas, como solución definitiva para zonas de difícil ajardinamiento o para renovar una terraza o un balcón. Compuestos de hilos de plástico cosidos sobre un soporte de drenaje, pueden lavarse con agua, no requieren mantenimiento y pueden instalarse fácilmente siguiendo simples instrucciones.

Tenax también tiene productos para aquellos que no desean renunciar al placer de cultivar cuando no se dispone de un pequeño huerto o jardín. Para ellos está especialmente dirigida la nueva línea de vistosos contenedores, económicos y muy prácticos, que se adaptan a todo tipo de espacios y que permiten crear un rincón verde en el balcón o en la terraza. Los contenedores de la línea Grow están realizados en polietileno con tratamiento anti UV, son muy resistentes y disponen de agujeros en el fondo para expulsar el exceso de agua.

El know-how de Tenax y la experiencia de Giró, clave en la consolidación del proyecto

Girtena surge de un acuerdo entre dos grandes grupos industriales: Grupo Giró y Grupo Tenax. Ambos grupos son referentes mundiales en sus respectivas actividades y especialistas en la conversión de plásticos, con un consumo anual de más de 40.000 toneladas y con una facturación conjunta cercana a los 200 millones de euros. Gracias al modelo empresarial del Grupo Giró se ha conseguido una diversificación de actividades que ha permitido, además de un crecimiento continuo, la creación de sinergias dentro del Grupo y una calidad y competitividad óptima en su sector.

Como resultado de esta colaboración, Girtena distribuirá los productos de brico-jardinería Tenax en España ofreciendo un servicio óptimo a consumidores, clientes y profesionales del sector, a través de una red de ventas con cobertura nacional, contando con una oficina comercial y un centro logístico propios en una superficie de más de 20.000 m^2. ■

Gardena recibe un primer premio en los II premios Garden

Husqvarna group, con sus marcas Gardena y McCulloch, presentó en Eurobrico sus novedades 2013, apostando por la innovación. Gardena, especialista en riego, mostró en su stand sus nuevos aspersores para riego enterrado, riego de superficie, y micro riego, y su nueva gama de roll-up con el nuevo roll-up con sistema de batería. Además, en exclusividad, Gardena lanzó sus 2 nuevos robot cortacésped que garantizan un corte perfecto del césped de forma totalmente autónoma, pudiendo cortar superficies de césped hasta 700 metros cuadrados.

Por otro lado en la feria pudo verse la gama completa de maquinaria McCulloch, que destaca por su diseño y la potencia de sus máquinas. La marca McCulloch presentó su nueva gama de tractores, el nuevo tipo de máquina "front mower" y su nueva gama de cortacéspedes.

Reconocimiento a la marca Gardena en los II Premios Garden

En el marco de Iberflora, se hizo entrega de los II Premios Garden, cuyo objetivo es premiar la idoneidad profesional y los valores empresariales dentro del sector de las plantas y los espacios verdes. En ellos, la marca Gardena se impuso a otras candidaturas y fue galardonada con el primer premio en la categoría de 'Mobiliario, accesorios y sistemas para el jardín' por su nuevo aqualímetro Gardena, que permite a los "los amantes del jardín pueden ver y controlar de forma precisa su consumo de agua cuando riegan".

Recogió el premio Justine Second, responsable de Marketing de Husqvarna, División Consumer.

Stand de Gardena-McCulloch en Eurobrico 2012.

Las herramientas Combisystem garantizan una gran ergonomía y un trabajo agradable y eficaz.

La gama Combisystem se enriquece con el portaherramientas, un práctico colgador para guardar las herramientas de casa o el jardín.

Guardar las herramientas de modo práctico y flexible

El sistema Combisystem de Gardena es un ingenioso sistema que permite elegir la combinación mango-herramienta mejor adaptada a cada necesidad y/o al tamaño del usuario. Las herramientas Combisystem garantizan al jardinero aficionado o profesional una gran ergonomía y un trabajo agradable y eficaz sin apenas esfuerzo.

Ahora, la gama Combisystem se enriquece con el portaherramientas, un práctico colgador para guardar las herramientas de casa o el jardín, herramientas Combisystem, accesorios con sistema de conexión OGS y otros accesorios. El portaherramientas está constituido por un listón de aluminio con soporte de plástico reforzado con fibra de vidrio, ganchos de acero galvanizado, y revestimiento anti deslizante. Para mayor facilidad de instalación, los tornillos y tacos vienen incluidos. Además, para una total flexibilidad, Gardena ofrece también el colgador de herramienta, que se puede utilizar como un gancho adicional para el portaherramientas, o para fijar directamente a la pared.

Combisystem Gardena ofrece todo un conjunto de herramientas y accesorios prácticos, fáciles de usar y seguros, que nos resultarán de gran utilidad y ayuda en un gran número de los trabajos de jardinería. ■

NCC se presenta en sociedad con una clara apuesta por las ventas

El pasado 16 de octubre el Estadio Santiago Bernabéu de Madrid acogió la presentación oficial de la nueva enseña Central de Compras de Ferretería NCC, S.L., nacida de la disolución de Fergrup a primeros de octubre —anunciada a primeros de mes coincidiendo con Eurobrico 2012— que se sumaba a la de Ancofe del mes de julio. Al encuentro asistieron unos 300 profesionales del sector, la mayor parte de los cuales procedían de las principales firmas proveedoras de España.

En la presentación oficial pusieron de manifiesto los principales objetivos de esta nueva formación, que responde a un ambicioso proyecto en el cual participan Cifec, Cofac, Coanfe, Cofedas, Coinfer, Comafe, Iruña, las Rías y Unife y del cual se desvincula Unifersa de mutuo acuerdo.

Francesc Martínez, presidente de Cifec y ahora de NCC, Óscar Madrid, presidente de Ancofe antes de su disolución, y Pere Díaz, presidente de Fergrup, fueron los encargados de presentar las líneas maestras del proyecto. Así, el primero hizo un repaso de los puntos fuertes de la nueva enseña, poniendo especial énfasis en que será un proyecto donde las ventas tendrán un papel fundamental, por encima de las compras. También comentó que una de las prioridades será crear una cadena de ventas segmentada en función de los distintos puntos de venta que requiera el consumidor.

Pere Díaz incidió, en su intervención, en la necesidad de "modernizar los acuerdos comerciales con los proveedores, aportando valor añadido", garantizando que NCC el único interlocutor con los proveedores.

Por su parte, Óscar Madrid insitió que el proyecto quiere ser un revulsivo para el sector, afirmando que éste "debe adaptarse y transformarse de acuerdo con las necesidades y demandas de los clientes".

Óscar Madrid, presidente de Comafe, durante la presentación.

9 socios, 400.000 m² en salas de ventas y 120.000 m² de almacenes

NCC actualmente dispone de 9 socios —Cifec, Coanfe, Cofac, Cofedas, Coinfer, Comafe, Iruña, Las Rías y Unife— con los que garantiza la presencia de tiendas en todo el territorio español

Con una cifra de negocio de los casi 1.500 puntos de venta que supera los 750 millones de euros, NCC cuenta con 400.000 metros cuadrados dedicados a salas de venta y más de 120.000 a almacenes centrales, dotados de las últimas tecnologías en radiofrecuencia y almacenaje inteligente.

La central se dirigirá desde un consejo de administración, formado por los presidentes de las cooperativas que la integran, y un comité de gerentes que coordinara al consejo comercial, jefes de producto, departamento de tecnología informática y administración. La sede se ubicará en Barcelona, en las antiguas instalaciones de Fergrup. ■

Con una cifra de negocio de los casi 1.500 puntos de venta que supera los 750 M€, NCC cuenta con 400.000 m² dedicados a salas de venta y más de 120.000 a almacenes centrales.

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

Ferroforma muestra sus mejores galas en su presentación oficial en Barcelona

Cerca de un centenar de profesionales del sector de la ferretería asistieron el pasado día 18 de octubre a la presentación de la 20ª edición del certamen Ferroforma/Bricoforma, que se celebrará del 12 al 15 de marzo de 2013 en Bilbao Exhibition Centre. En la presentación, a cargo del presidente del Comité Técnico Asesor del certamen, Fernando Bautista, el director general de BEC, Xabier Basañez y la directora de Ferroforma/Bricoforma, Arrate Tellaetxe, se dieron a conocer las pautas, novedades y ventajas de la 20ª edición de la Feria Internacional de la Ferretería y el Bricolaje de Bilbao bajo el lema 'Construyendo Ferroforma entre todos'.

Esther Güell

Arrate Tellaetxe expuso durante su intervención que esta edición pondrá sobre la mesa sus 40 años trabajando por y para el sector. "Desde 1974 cuando nació, este certamen ha crecido en internacionalización y en sectores de referencia, con la incorporación en 2004 del sector del bricolaje como tal con Bricoforma".

Tellaetxe hizo también un repaso a los datos de la edición anterior, de 2011, que tildó de éxito, e hizo hincapié en la necesidad de continuar trabajando en el mismo sentido: "En todos estos años la feria ha evolucionado en

De izq. a dcha.: Arrate Tellaetxe, directora de Ferroforma/Bricoforma, Fernando Bautista, presidente del Comité Técnico Asesor del certamen, y Xabier Basañez, director general de BEC.

más y mejor, siguiendo el camino marcado por los expositores, porque es una feria que trabajar para el sector y con el sector", —en una clara alusión al mensaje que este año quiere transmitir: 'Construyendo Ferroforma entre todos'—, "una conexión directa con el sector y sus necesidades reales volverán a ser el rasgo distintivo. Ejemplo de ello ha sido la creación este año de las Comisiones de Trabajo".

La directora destacó también las diferencias más significativas para esta edición como será la celebración de la feria en días laborables, martes a viernes, con el fin de aprovechar sinergias más profesionales y garantizar visitas de mayor contenido técnico, y la modificación del horario adecuándolo a los que se llevan acabo en otros ferias europeas, de 9 a 18 horas, y adelantando así la entrada y el cierre del evento. El objetivo es, para

El acto de presentación en la Ciudad Condal congregó a más de un centenar de profesionales del sector de la ferretería y el bricolaje.

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

Ferroforma refuerza sus proyectos de colaboración en EE UU

El contacto con asociaciones, grupos de compra y organizadores de ferias ha marcado la visita del equipo comercial de Ferroforma-Bricoforma a Estados Unidos, un mercado que los propios expositores del certamen han señalado como "de interés prioritario".
Allí, los representantes de Bilbao Exhibition Centre han desarrollado una intensa agenda de reuniones en la que destacan los encuentros con responsables de las principales asociaciones del sector, NRHA (National Retailers Hardware Association), IHA (International Hardware Association) y NFDA (National Fastener Distributors Association), la Feria de referencia en Norteamérica, "National Hardware Show" de Las Vegas, y la corporación internacional Ace Hardware.
Las entrevistas con todos ellos han permitido ofrecer una visión en profundidad de la cita del próximo mes de marzo, recordar su valor estratégico en los años impares como puerta de acceso a profesionales y empresas europeos, y plantear nuevas fórmulas de colaboración. El programa de delegaciones de compradores es uno de los mejor valorados, por lo que los responsables de Ferroforma-Bricoforma han puesto un especial énfasis en trasladar esta iniciativa destinada a captar profesionales internacionales con gran capacidad de compra.
También en Canadá, éste ha sido uno de los aspectos más señalados en las reuniones mantenidas con asociaciones y medios de comunicación especializados. Como primer resultado visible de este trabajo, Ferroforma-Bricoforma ha tenido una presencia destacada en la Conferencia de la asociación Hardlines, celebrada los días 25 y 26 de octubre, que reunió a los principales distribuidores de ferretería y bricolaje canadiense.
Por su parte, Turquía es un país clave para Ferroforma-Bricoforma, no sólo por su situación actual de crecimiento sostenido, que ofrece buenas perspectivas, sino por su posición geográfica estratégica. Prácticamente todos sus importadores y distribuidores, además de atender la demanda nacional, exportan a los países vecinos como Armenia, Irán, Irak, Azerbaiyán, Croacia, Bulgaria, Jordania....lo que multiplica su potencial como puerta de entrada a Oriente Medio, Norte de África y Europa del Este. Las reuniones con estos importadores y distribuidores han dado resultados muy positivos, y ya se ha comenzado a trabajar en la organización de propuestas para que visiten el certamen en marzo, con un programa adaptado a sus necesidades.

2013, doble: aumentar la profesionalidad de la feria, que les sea útil a los expositores y visitantes, pero potenciar a la vez el ocio e impulsar visitas a la ciudad de Bilbao, "por lo que estamos trabajando para alcanzar acuerdos con establecimientos para incentivar estas visitas".
Asimismo, realizó un repaso a las ventajas económicas que se ofrecen a las empresas expositoras a la hora de contratar sus espacios como son las tarifas preferentes, bien por ser expositor de las últimas ediciones, como por metros cuadrados contratados y su contratación en unas fechas concretas, además de mantener las tarifas de la última edición y "packs de contratación de stands " que engloban alojamiento, manutención, aparcamiento, etc., a precios muy reducidos.
Arrate Tellaetxe mencionó también el trabajo desarrollado hasta el momento para captar visitantes compradores. Según señaló, el BEC está llegando a acuerdos con grupos de compra nacionales como Herramex, con el que ya venía colaborando, pero también internacionales como el National Hardware Show las Vegas, la Exponacional Ferretera Argentina, la Exponacional Ferretera México, con la que están aún en negociaciones) o la International Hardware Association (EE UU). También están negociando con grandes superficies como Leroy Merlin y AKI para su participación en 2013. Dentro de esta campaña de captación de compradores destacó los viajes de promoción desarrollados Bilbao Exhibition Centre a países objetivo como Canadá, Brasil, México, EE UU, Colombia, Reino Unido, Alemania, Francia, Portugal y Turquía.

Un salón con más actividad

En la estela de los últimos tiempos, en que las ferias necesitan aportar un mayor incentivo a visitantes y expositores, también Ferroforma/Bricoforma 2013 pondrá en marcha una completa agenda de actos paralelos y jornadas. Como ejemplo, la directora del certamen expuso las presentaciones de delegaciones de compradores extranjeros invitados de determinados países que expondrán las ventajas y dificultades a la hora de exportar sus naciones.
También se organizarán unas jornadas técnicas que versarán sobre dos grandes ámbitos: 'Gestión de la empresa' y el sector ferretero/bricolaje en la era digital.
Al finalizar su exposición tomó la palabra Ander Albinarrate, gestor de servicios técnicos de Bilbao Exhibition Centre, quien presentó una ponencia dirigida a destacar la importancia de la 'reputación online' de la empresa. ■

Un premio al sector

Asimismo, la edición de 2013 incluirá también un con concurso de diseño e innovación, se hará entrega de los premios 20 Aniversario durante la celebración del mismo y del 'premio a la mejor puesta en escena'.

HILATURAS PERIO, S.L.

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

CUERDAS CORDELES HILOS

CORDELERÍA POLIPROPILENO

CORDELERIA NYLON

CORDELERIA CAÑAMO

CORDELERÍA PLASTICO/RAFIA

CORDELERIA SISAL

REDES Y OTROS

Bauhaus invierte 30 M€ en su primera tienda en las Islas Baleares

El director general de Bauhaus en España, Bart Ginneberge, expresó la voluntad de la empresa de crear "un edificio moderno, atractivo para el cliente y respetuoso con el medio ambiente".

El pasado 20 de septiembre el director general de Bauhaus en España, Bart Ginneberge junto con el alcalde de Marratxí, Tomeu Oliver, han realizado los actos simbólicos de la primera palada y de la colocación de la primera piedra de la que será la nueva tienda de la compañía, la primera en las Islas Baleares.

El proyecto supone una inversión estimada de 30 millones de euros y ocupará 32.000 metros cuadrados de suelo en el municipio de Marratxí. Más de 14.000 metros cuadrados se destinarán a zona comercial y el aparcamiento contará con capacidad para 400 vehículos.

El director general de Bauhaus en España, Bart Ginneberge, expresó la voluntad de la empresa de crear "un edificio moderno, atractivo para el cliente y respetuoso con el medio ambiente, capaz de ahorrar energía a través de placas solares y fotovoltaicas y reutilización de aguas pluviales". Así, la nueva construcción estará en sintonía con los más de 6.000 metros cuadrados de zona arbolada que rodean el nuevo centro de la compañía.

La nueva filosofía de construcción de Bauhaus no sólo se presenta más respetuosa con el entorno y más comprometida con la sostenibilidad medioambiental, sino que incorpora nuevos servicios que buscan facilitar y hacer más agradable la experiencia de comprar en Bauhaus. Para ello, la nueva tienda de Marratxí presenta una novedad única, el Drive In: 2.750 metros cuadrados para que los clientes que realicen grandes compras puedan cargarlas directamente en sus coches sin tener que realizar el trayecto hasta el aparcamiento con la carga.

Además de la zona comercial habitual de los centros Bauhaus, el de Marratxí contará también con las secciones especializadas Mundibaño y CityGarden, dando respuesta a la demanda de los clientes de hallar todo lo necesario para el hogar bajo un mismo techo. Más de 1.000 metros cuadrados de diferentes ambientes de baños y cocinas y cerca de

3.300 metros cuadrados con la mayor variedad de productos para el jardín. Bauhaus refuerza así su apuesta por la decoración integral del hogar, más allá de ser el referente en bricolaje y taller.

También durante el acto celebrado el día 20, Ginneberge mostró la voluntad de la empresa de generar un efecto positivo en la economía local a través de la inversión y creación de puestos de trabajo estables. En este sentido, una vez el centro abra sus puertas, se calcula que se crearán más de 300 empleos entre directos e indirectos.

El alcalde de Marratxí, Tomeu Oliver, puso el acento en dicho efecto positivo que supone la implantación de esta multinacional en la isla y ha expresado su total satisfacción y agradecimiento a la empresa Bauhaus por haber apostado por Marratxí como lugar donde establecer su superficie comercial. Oliver afirmó que "con la firma futura de un convenio de colaboración se ratificará que el Ayuntamiento actúe como mediador público en el proceso de selección del personal". Finalmente, manifestó que "la implantación de la multinacional pone de manifiesto la apuesta de la empresa privada por Marratxí como municipio abierto al incremento de su tejido empresarial".

Al acto también asistieron diferentes autoridades como el director general de Comercio y Empresa, César Nuño Pacheco Cifuentes, el regidor de Industria, Turismo y Comercio, Juan Femenías; la regidora de formación y ocupación, Catalina Bujosa; el regidor de Contratación y Vías y Obras, Sebastián Frau; el director de Urbanismo, Julio Alba; la Arquitecta municipal, Caridad Umarán y el Coordinador de Servicios Jurídicos de Urbanismo, Gabriel Llorens. ■

La fecha de inauguración del centro está prevista para el próximo verano 2013.

"El visitante valora de Expohogar tener todos los proveedores juntos *y poder ver y tocar el producto*"

El mercado de la decoración e interiorismo está estrechamente ligado a las diferentes épocas del año. Así, mientras en la edición de Expohogar Primavera domina aquello relacionado con el aire libre y el ocio, Navidad marca la tendencia mayoritaria de la de Otoño. Y la edición de 2012 no ha sido menos. El recinto de Montjuïc era todo un escaparate de iluminación navideña, renos gigantes y Santa Claus en tamaño natural, además de bisutería y artículos de regalo.

Esther Güell

Para Josep Alcaraz, una ventaja de Expohogar Otoño es "contar con un importante mercado tanto en Cataluña como Baleares, Andorra, Valencia y Sur de Francia, donde el consumo se anima especialmente cuando se aproximan las fechas navideñas".

Josep Alcaraz, director de los salones Expohogar

En total unos 8.500 visitantes pudieron conocer las propuestas de temporada de los 125 expositores. Es una feria pequeña pero "el mercado es el que es y no podemos engañarnos", tal como afirma el director de ambas ediciones, Josep Alcaraz.

Haciendo un balance de la feria, ¿han cumplido con las expectativas?

El balance sería moderadamente optimista, podría decirse. Ha sido un año muy duro, la situación es difícil y las expectativas era relativamente bajas porque en ferias previas que celebradas este año en toda Europa los resultados fueron negativos. Para nosotros, los resultados han sido un poco mejores de lo esperado, pero no para tirar cohetes. Nuestra ventaja es contar con un importante mercado tanto en Cataluña como Baleares, Andorra, Valencia y Sur de Francia, donde el consumo se anima especialmente cuando se aproximan las fechas navideñas.

Ciertamente en esta edición la mayor parte de expositores pertecenen a decoración, no hay menaje.

Efectivamente. En las ferias de regalo que se celebran en España la mayor parte de expositores provienen del sector de la decoración y el inte-

riorismo, bisutería y complementos de moda. El sector del menaje utiliza otros canales de distribución como ferias exclusivas de ferretería o de hostelería, como Hostelco, donde la colectividad puede adquirir este tipo de productos.

A grandes rasgos, ¿cómo se reparte la zona expositiva por sectores?
Encontramos mucho regalo y mucha bisutería, además de una parte de decoración. En total han sido 125 expositores, 5 más que en la pasada edición, un incremento pequeño pero que, tratándose de este mercado y teniendo en cuenta la situación en la que estamos, nos hace sentir muy orgullosos.

¿Y qué tipo de visitante tienen?
Básicamente pequeños comercios, detallistas, distribuidores, aunque también hay algún mayorista, pero son los menos. La ventaja para la tienda es que aquí tiene a todos los proveedores juntos, con las mismas ofertas que se suman a descuentos y promociones propias de la feria. Además, aquí pueden ver y tocar el producto, no son catálogos en papel o en Internet.

Expohogar celebra dos ediciones al año: Otoño y Primavera. ¿Qué diferencias hay entre ambas?
Básicamente el tipo de producto. La edición de otoño está enfocada a la campaña de Navidad; el 60% de las ventas del sector son para estas fiestas; así que los productos que encontramos en esta edición son para esta temporada. En primavera encontramos regalos y bisutería enfocada a tienda turística, de costa, etc., aunque también más textil y artículos para el hogar.

Es una feria tradicional, 100% de compra-venta. ¿Hay algún proyecto para introducir otros formatos como cursos de escaparatismo, por ejemplo?
Ya se había hecho y sí nos lo planteamos para el futuro, porque en estos momentos el sector no está para ello. Pero Expohogar había incluido escaparatismo, interiorismo, clases para envolver regalos, de arreglos florales, etc. Y la intención es recuperarlos para un futuro no muy lejano, hacia 2014, pero para ello tenemos que llegar a acuerdos con cada uno de estos sectores.

Es una feria 100% comercial, con visitantes profesionales del sector, "básicamente pequeños comercios, detallistas, distribuidores, aunque también hay algún mayorista".

Expohogar Primavera se celebrará en Fira de Barcelona, recinto de Montjuïc, del 26 al 29 de enero de 2012

Para finalizar, ¿qué penetración tiene en este mercado el concepto e-commerce?
Es muy difícil de valorar. Es importante en cuanto a la exposición y visualización de productos. Todos los expositores tienen páginas web donde están expuestos y todos pueden conocer las novedades. Pero estamos hablando de un tipo de producto que hay que tocar. Así que, para la primera compra creo que sí debe costar mucho. Quizá es más útil para siguientes pedidos donde se trata de renovar stock. ■

Expohogar Otoño se concentra principalmente en la campaña de Navidad y es que "el 60% de las ventas del sector son en estas fiestas".

Oster amplía su gama de batidoras de vaso con la presentación de dos nuevos modelos

Ante la inminente llegada del invierno Oster ha ampliado su gama de batidoras de vaso con la introducción de dos nuevos modelos diseñados para triturar todo tipo de alimentos y realizar las mezclas más homogéneas. Las características de estas batidoras facilitan el preparado de cremas, purés, zumos, batidos y también cócteles.

El modelo 6826 Nickel puede batir todo tipo de ingredientes e incluso picar hielo sin dificultad.

El modelo 6826 Nickel se presenta en acabado níquel. Gracias a su potente motor de 450 W y a su cuchilla de acero inoxidable de diseño exclusivo, es capaz de batir todo tipo de ingredientes e incluso picar hielo sin dificultad. Además, posee un control de 12 velocidades y una función 'pulse' para un licuado más versátil. Incorpora una jarra de vidrio refractario con capacidad para 5 tazas (1,25 l) resistente a arañazos y a cambios extremos de temperatura, por lo que es posible limpiarla en el lavavajillas.

El modelo Delighter dispone de un motor de 450 W y un panel de 6 velocidades que se adapta a las necesidades de cada receta. Su jarra de vidrio de gran capacidad de 1,75 litros (equivalente a 7 tazas) permite triturar y licuar grandes cantidades de alimentos, y además se puede limpiar en el lavavajillas porque es resistente a arañazos y cambios bruscos de temperatura. El diseño exclusivo de sus cuchillas de acero inoxidable puede con todo tipo de alimentos, incluso hielo. Disponible en diferentes colores.

Ambas batidoras disponen del exclusivo sistema patentado de acople All Metal Drive y transmisión totalmente metálicos que le otorgan una durabilidad muy superior a otras batidoras de vaso.

La jarra de vidrio de gran capacidad de 1,75 litros del modelo Delighter permite triturar y licuar grandes cantidades de alimentos, así como limpiarla en el lavavajillas.

ASSA ABLOY es el líder global en soluciones para apertura de puertas

TESA

ASSA ABLOY

Talleres de Escoriaza, S.A.U. - Grupo Assa Abloy
Barrio de Ventas, 35 • 20305 Irun (Guipuzcoa)
Tel. 943669100 • Fax 943633221
tesalocks@tesa.es • www.tesa.es

TESA exporta el 40% de su producción en más de 70 países, destacando Latinoamérica, Oriente Medio, Europa y países del Norte de África. **ASSA ABLOY** es el líder global en soluciones para apertura de puertas. Con más de 150 empresas operando en más de 40 países y más del 10 por ciento del mercado mundial. Con 30.000 empleados y ventas de más de 3.000 millones de Euros, disponemos de la mayor gama de soluciones para apertura de puertas.

Apostando por la máxima seguridad para los trabajos en altura

Domin es una línea semiprofesional con acabados de alta calidad, estable, robusta y al mismo tiempo muy ligera.

Plabell sigue trabajando para combinar fiabilidad, ligereza y a la vez seguridad en sus sistemas de elevación, ya sean andamios o escaleras, de uno o dos accesos y tanto para amateurs como profesionales. Ello les ha llevado a desarrollar diferentes opciones y modelos entre los que destacan la Domin, con un refuerzo posterior, o la Tamin, ligera y fácil de mover.

La línea Domin pertecene a la gama Proline de Plabell y está pensada para cubrir las necesidades de amateurs y profesionales. Se trata de una línea semiprofesional pero con acabados de alta calidad que destaca por su gran estabilidad y robustez siendo al mismo tiempo muy ligera. Su perfil de aluminio de 50x20 milímetros asegura su firmeza con un refuerzo posterior en intersección con peldaños de apoyo de 12 centímetros de anchura. Puede soportar hasta 150 kilos de peso.

Plabell la presenta como "una de las escaleras más seguras del mercado por su antideslizante en la base de las patas". Las medidas van desde los 63 centímetros de altura del último peldaño hasta los 180 centímetros, con una anchura de la base que va desde los 40 hasta los 52 centímetros, según el modelo. Además, son muy ligeras, desde los 3,6 kilos de la pequeña de la serie hasta los 7,8 de la más grande.

Formada por 6 diferentes modelos de diversas alturas, esta escalera está pensada para las personas que quieran realizar en su casa trabajos con toda seguridad o para aquellos profesionales que quieran los mejores atributos de las escaleras profesionales.

Taban es ideal para los sectores de limpieza, almacenistas, talleres etc.

La escalera Doble está disponible en una amplia gama de modelos desde 3 a 7 peldaños.

Escalera con doble subida para trabajos prologados

La escalera Doble de Proline, fabricada en aluminio, destacable por ser muy ligera. Tiene la ventaja de la maniobrabilidad para trabajos prolongados, permitiendo la posición erguida o sentada del operario para su total libertad de movimiento, estabilidad y comodidad: sus peldaños tienen una anchura de 80 milímetros, lo que la convierte a la escalera Doble en una herramienta muy útil, resistente y segura.
Está disponible en una amplia gama de modelos desde 3 a 7 peldaños. Además, es muy estable gracias a su amplia base y a partir del modelo de 5 peldaños la Doble escalera de Proline queda asegurada por sus 4 tirantes inferiores, que son también de gran utilidad para su fácil transporte. Este modelo cumple con la normativa EN 131.

El andamio Quic Torre es ampliable hasta 6,6 metros de altura, con su base plegable, lo que permite la rápida movilidad en espacios estrechos.

Taban, la escalera de alta seguridad y fácil movimiento

Taban es un taburete con barandillas de una salida de la marca Proline. Se trata de una escalera sólida, práctica y segura para trabajos carga y descarga con riesgo a caída. Ideal para los sectores de limpieza, almacenistas, talleres etc. Taban está fabricada totalmente en aluminio, que aúna un amplio espacio de trabajo en su plataforma, de 600 x 660 centímetros, con una gran seguridad gracias al zócalo para los pies y un parapeto de 1 metro de altura, con barandillas a ambos lados y anchos peldaños de 83 milímetros de profundidad y superficie antideslizante.
La escalera Taban destaca por su barra antiapertura y su fácil transporte, convirtiéndose en una herramienta muy práctica y de gran movilidad, provista de dos ruedas de goma y cuyo peso no supera los 22 kilos en la versión más pequeña y los 32 para la más grande.
Los seis modelos de la serie Taban van desde el más pequeño, Taban 3 con una altura de escalera de 180 centímetros y una altura de la plataforma de 80, hasta el Taban 8 con una altura de escalera de 312 centímetros y una plataforma de 212 de altura.
Además, la serie Taban cumple con la normativa PREN131-7, relativa a la seguridad de escaleras con plataforma y además sostiene hasta 150 kilos de peso.

Quic Torre, el andamio plegable

Conscientes de que sus clientes necesitan el mejor material al mejor precio, Plabell ha trabajado duro para sacar al mercado productos cada vez más económicos pero sin perder la calidad que le es habitual. Productos que mantengan sus altos estándares de fiabilidad, seguridad y diseño pero adecuados en precios a los tiempos que corren, teniendo siempre en mente las necesidades de sus clientes.
Uno de estos diseños es el andamio Quic Torre, fabricado íntegramente en aluminio estrusionado de 42 milímetros de diámetro y tablero finlandés para los pisos de trabajo con puerta. Especialmente indicado para profesionales que requieren trabajar en espacios de difícil acceso, a diferentes alturas, y con la necesidad de tener al alcance las herramientas.
Destaca por la ligereza y resistencia del aluminio, además de su movilidad con sus 4 ruedas de alta resistencia andamio-plegable con freno. Su configuración queda asegurada mediante tirantes y patas estabilizadoras y, opcionalmente, puede colocarse una escalera interna.
Este andamio es ampliable hasta 6,6 metros de altura, con su base plegable, lo que permite la rápida movilidad en espacios estrechos. ■

Adiós a las quemaduras en el lugar de trabajo

El 9 de octubre, Xavier Puig, responsable de Marketing de Mapa Spontex Ibérica, SAU, presentó en Madrid la nueva gama de guantes de protección frente al calor de Mapa Professionnel, la cual presenta notables diferencias respecto a las versiones que hasta ahora venían comercializando en el mercado los diferentes fabricantes.

David Muñoz

En Europa, cada minuto, una persona sufre quemaduras en el lugar de trabajo. El 50% de éstas se producen en el sector de la metalurgia y en las industrias de la alimentación y química. "Los productos existentes para la protección contra el calor se basan en tecnologías con muchos años. Es un sector que ha experimentado muy poca innovación, lo que ha provocado un déficit en aspectos como la destreza o el conocimiento sobre cómo seleccionar el producto más adecuado", indicaba Xavier Puig en la rueda de prensa.

Hasta ahora, lo habitual para protegerse del calor era emplear guantes de vulrizo o de fibras aramidas, que aumentaban de grosor de forma directamente proporcional a la temperatura de los productos que se tenían que manejar. Eso conllevaba lógicamente una pérdida de tacto y de destreza en la manipulación de estos materiales, en ámbitos tan diversos como las fundiciones, la fabricación de neumáticos, la soldadura, la inyección de plásticos, el montaje en automoción o la manipulación de piezas cerámicas, entre otros muchos.

Xavier Puig, responsable de Marketing de Mapa Spontex Ibérica, SAU, durante la rueda de prensa.

A pesar de estas carencias los fabricantes no han prestado durante los últimos años una especial atención al segmento de los guantes de protección térmica, quizás porque éstos sólo representan una pequeña parte (tan sólo un 6%) de los 490 millones de euros en los que está estimado el mercado de los guantes sintéticos de protección en Europa (Inglaterra, Alemania, Francia, España e Italia - Fuente: Mapa Professionnel).

Mapa Professionnel, como empresa de referencia en la industria de los guantes de protección, ha querido dar un paso adelante en el segmento térmico lanzando al mercado una nueva gama de productos "inteligentes" dirigidos exclusivamente a los profesionales, para que los operarios puedan escoger la versión que mejor se adapta a sus necesidades particulares.

Normativa aplicable

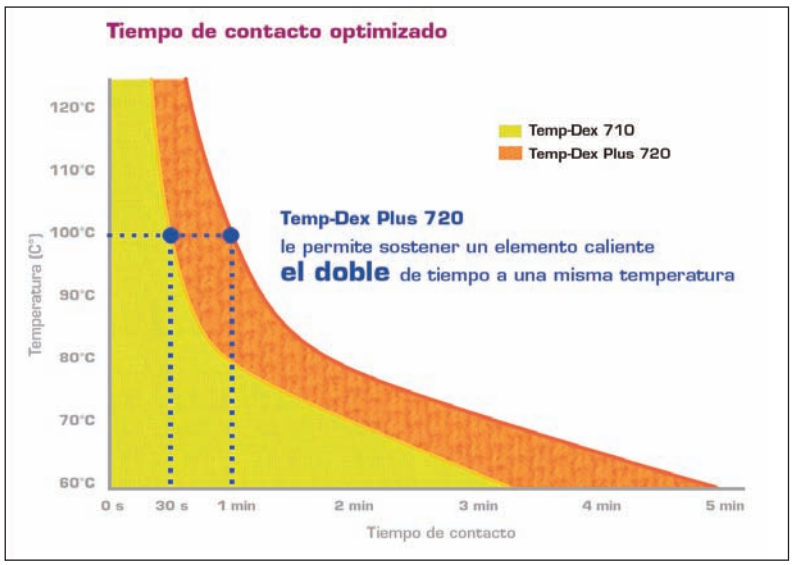
Los guantes de protección frente al calor y el fuego se rigen por la normativa EN 407, en la que se especifica los métodos de ensayo, las exigencias generales, los niveles de eficiencia térmica y el marcado de los productos. Esta norma marca cuatro niveles de protección de acuerdo al aislamiento que ofrezca el guante ante la transmisión a su interior de las altas temperaturas (Nivel 1-100 °C; Nivel 2 – 250 °C; Nivel 3- 350 °C y Nivel 4 -500 °C). Concretamente emplea el concepto "aislamiento térmico", que indica que se necesitan más de 15 segundos para aumentar la temperatura interna del guante en 10 °C en un entorno a temperatura ambiente y con un contacto constante con la pieza caliente. Por poner un ejemplo, un guante de nivel 2 permite manipular una pieza a 250 °C durante 15 segundos sin que se transmita a la mano un aumento de temperatura de 10 °C.

De todas formas, esta norma sólo clarifica el nivel de aislamiento térmico pero no tiene en cuenta variables importantes como la resistencia térmica (capacidad de un material de no deteriorarse a temperaturas elevadas), el entorno de trabajo (seco, moderadamente húmedo/aceitoso o húmedo/químico) o el tiempo de contacto (continuo o intermitente).

Respuesta de Mapa

Para dar respuesta a estas limitaciones de la norma EN 407, Mapa Professionnel cuenta en sus laboratorios con una máquina específicamente diseñada para simular el uso de los guantes en condiciones reales, con una presión equivalente a sostener un elemento de 1 kg de peso. Un sensor térmico mide en todo momento la temperatura del guante, pudiendo con ello crear lo que Mapa Professionnel ha denominado "curvas de contacto", unas gráficas que tienen por variables la temperatura de la pieza manipulada y el tiempo de contacto con ésta, permitiendo con ello conocer claramente cuál es el modelo de guante indicado para cada aplicación.

Además, para profundizar en esta idoneidad, la compañía también pone a disposición de los profesionales otra útil herramienta de búsqueda, la llamada "guía de selección", que añade a la temperatura del elemento manipulado y al tiempo de contacto, otra variable importante como es el entorno de trabajo (seco/bastante limpio; levemente húmedo o aceitoso; o húmedo/químico).



Curva de contacto desarrollada por Mapa Professionnel.

Cinco modelos

A día de hoy, Mapa Professionnel ofrece cinco modelos en su gama de guantes para protección térmica. El Temp-Dex 710 es un guante

Gama de guantes de protección térmica de Mapa Professionnel.

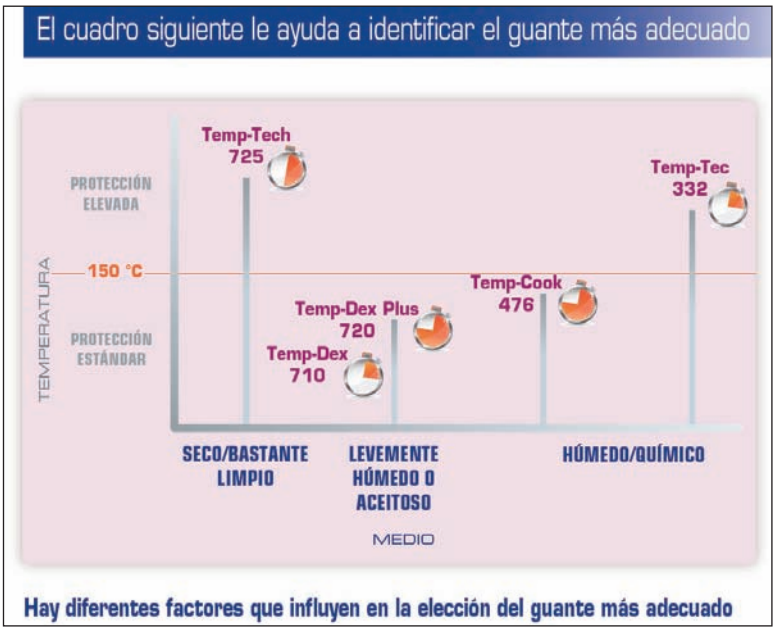
fino con forma anatómica que garantiza destreza en el manejo de los materiales. Ofrece una alta resistencia a la abrasión, lo que alarga su vida, y gracias al recubrimiento de nitrilo que lleva, puede trabajar en entornos moderadamente aceitosos. Permite trabajar a temperaturas de hasta 125 °C.

El Temp-Dex Plus 720 también cuenta con un recubrimiento de nitrilo y mediante un soporte textil a base de fibras aramidas se asegura igualmente una alta protección frente a cortes. Su interior es de algodón, lo que además de protección ofrece confort. Su resistencia al calor de contacto es de nivel 2.

Escalando en la gama encontramos el modelo Temp-Tech 725, "el clásico para protección térmica en entornos secos", que además dota de una buena protección frente a cortes. Cuenta con una manga de cuero para proteger también el antebrazo.

Especialmente dirigido a la restauración, el guante Temp-Cook 476 proporciona higiene y protección para temperaturas de hasta 150°C. Es 100% estanco y gracias a su color blanco/crema se ajusta a los estándares de vestimenta de la restauración fuera del hogar.

Por último, Mapa Professionnel ofrece el modelo Temp Tec, un guante muy polivalente de alta resistencia química (ácidos, disolventes alifáticos, etc.) debido al espesor del material empleado. Presenta una doble capa de algodón y, gracias al tratamiento antideslizante, facilita un buen agarre de los materiales húmedos. ■



Guía de selección.

Mapa Professionnel, una referencia en el mundo del guante

Mapa Professionnel está integrada dentro de la estructura del grupo estadounidense Jarden (4.000 millones de euros de facturación, 24.000 empleados, más de cien marcas comercializadas y un crecimiento medio interanual del 20%). Concretamente, Mapa Spontex forma parte de la línea de negocio 'Branded consumables' del Grupo Jarden. Entre otros logros de Mapa Spontex están el ser el primer fabricante mundial de celulosa y el segundo productor mundial de guantes reutilizables.

El objetivo de Mapa Professionnel, como señalaba Xavier Puig, es "ser líderes en el diseño y desarrollo de equipos de protección individual (EPI's) de alta calidad mediante un enfoque en la innovación". Para ello su visión pasa por estar lo más próximo a los profesionales para conocer sus necesidades y desarrollar así productos adaptados a éstas, algo que consigue gracias a un equipo de marketing de producto de dedicación exclusiva a esta actividad.

Mapa Spontex cuenta actualmente con ocho fábricas repartidas por el mundo, de las que tres de ellas están centradas en la producción de guantes (dos en Malasia y otra en Brasil).

La compañía cuenta hoy en su gama con más de 200 tipos de guantes segmentados por tipo de protección (químico, corte, térmico, etc.) y por sector de actividad (alimentación, ambientes críticos, etc.).

XVI Congreso AECOC de Ferretería y Bricolaje

13 - 14 DE FEBRERO 2013. MADRID

RESERVE ESTAS FECHAS EN SU AGENDA

- **El Punto de Encuentro** entre fabricantes, distribuidores, centrales de compra, cooperativas y asociaciones
- Con los **directivos** de las **compañías líderes** del sector
- Las **estrategias** más **destacadas**

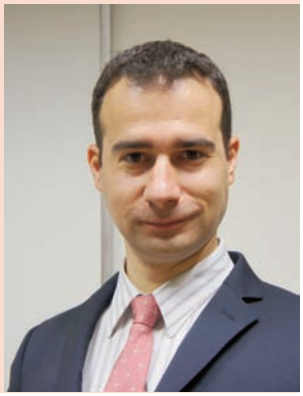
una cita única
¿se la va a perder?

más información

www.aecoc.es/eventos/congresofyb

Nuevas normas del calzado para uso profesional

El pasado mes de febrero se publicaron en el Diario Oficial de la Unión Europea (DOUE) (1) las nuevas normas de calzado para uso profesional EN ISO 20344:2011 - Equipos de protección personal. Métodos de ensayo para calzado (ISO 20344:2011) y EN ISO 20345:2011- Equipo de protección individual. Calzado de seguridad (ISO 20345:2011), que sustituyen en esta publicación a las correspondientes versiones de 2004 y sus enmiendas de 2007. La fecha límite para obtener presunción de conformidad, que viene reflejada en el DOUE, es el 30-6-12 en ambos casos.



Javier Díaz, técnico de Asepal

Por otro lado, en ese mismo mes de febrero se aprobó la norma EN ISO 20347:2012 - Equipo de protección personal. Calzado de trabajo (ISO 20347:2012), que sustituye a la norma EN ISO 20347:2004 y su enmienda de 2007. Aunque esta nueva norma aún no se ha publicado en el DOUE, está previsto que lo haga en la próxima edición del listado de normas armonizadas para la Directiva 89/686/CEE. La norma EN ISO 20346:2004 para calzado de protección y su enmienda de 2007 permanece sin cambios.

En este documento se darán los aspectos más relevantes que introducen estas nuevas normas en relación con sus predecesoras.

Variación de las normativas

Norma anterior	Norma por la que se sustituye	Publicación en el DOUE	Fecha límite
EN ISO 20344:2004 - Equipos de protección personal. Métodos de ensayo para calzado	EN ISO 20344:2011 - Equipos de protección personal. Métodos de ensayo para calzado	Si	30-6-12
EN ISO 20344:2004/A1:2007			
EN ISO 20345:2004 - Equipos de protección individual. Calzado de seguridad (ISO 20345:2004)	EN ISO 20345:2011 - Equipos de protección individual. Calzado de seguridad (ISO 20345:2011)	Si	30-6-12
EN ISO 20345:2004/A1:2007			
EN ISO 20347:2004 - Equipos de protección personal. Calzado de trabajo (ISO 20347:2012)	EN ISO 20347:2012 - Equipos de protección personal. Calzado de trabajo (ISO 20347:2012)	No	-
EN ISO 20347:2004/A1:2007			

Requisitos para calzado resistente al deslizamiento (debe cumplirse una de las tres)

	Coeficiente de fricción mínimo	Marcado en el EPI
Resistencia al deslizamiento en suelo de baldosa cerámica con SLS		SRA
Deslizamiento de tacón hacia delante	≥0.28	
Deslizamiento plano hacia delante	≥0.32	
Resistencia al deslizamiento en suelo de acero con glicerol		SRB
Deslizamiento de tacón hacia delante	≥0.13	
Deslizamiento plano hacia delante	≥0.18	
Resitencia al deslizamiento en suelo de baldosa cerámica con SLS y resistencia al deslizamiento en suelo de acero con glicerol		SRC
Deslizamiento de tacón hacia delante (SLS Y baldosa cerámica)	≥0.28	
Deslizamiento plano hacia delante (SLS Y baldosa cerámica)	≥0.32	
Deslizamiento de tacón hacia delante (acero y glicerol)	≥0.13	
Deslizamiento plano hacia delante (acero y glicerol)	≥0.18	

Por otro lado, la resistencia a los hidrocarburos que en la versión de 2004 y su enmienda de 2007 era un requisito obligatorio para el calzado de seguridad según EN ISO 20345, pasa ser un requisito opcional en la versión de 2011, por lo que el calzado que alegue cumplimiento con esta condición deberá llevar marcado el símbolo FO.

Algunas nuevas definiciones

Se introduce la definición para un nuevo tipo de calzado. Hablamos del calzado híbrido, una variación del calzado clase II (todo polimérico o todo de caucho) que incorpora otro material el cual extiende el corte.

Variaciones en los requisitos básicos del calzado

Los requisitos de resistencia al deslizamiento que antes se especificaban en el EN ISO 20345:2004/A1:2007 y en EN ISO 20347:2004/A1:2007, se incorporan ahora al cuerpo de la norma.

Se trata de un cambio de forma, no de fondo, ya que los requisitos no sufren alteración. Los requisitos de resistencia al deslizamiento establecen que el calzado debe alcanzar unos valores para los mínimos para los coeficientes de fricción, en una de las tres situaciones que se exponen en la Tabla 1. Cada una de estos supuestos lleva asociado un marcado determinado que debe reflejarse en el calzado.

Cambios en el contenido en Cromo VI

Los materiales de piel que se incorporen en el calzado, como en los cortes de piel, lengüetas o plantillas de piel, deben presentar un contenido de Cromo VI que no excederá los 3,0 mg/kg cuando se ensaye según el método de la norma ISO 17075.

El Óxido de Cromo (VI) (CrO_3) es una sustancia es corrosiva para los ojos, la piel y el tracto respiratorio. Uno de sus usos se da en la industria de curtido de pieles, donde se ha constatado la relación entre la exposición al Cr (VI) de estos trabajadores y la incidencia del cáncer.

Las vías de exposición más habituales son cutánea, nasal y digestiva. El contacto prolongado o repetido puede producir sensibilización de la piel. Mientras que la exposición prolongada o repetida por inhalación puede originar asma. La sustancia puede afectar al tracto respiratorio, riñón, dando lugar a perforación del septo nasal, alteración renal.

Esta sustancia es carcinógena para los seres humanos. Puede causar daño genético hereditario en células germinales humanas. (2)

Esta modificación del requisito es en realidad un cambio en el método analítico con el que se determina el contenido de Cr VI en las partes del calzado elaboradas en piel. En la norma EN ISO 20345:2004 la determinación se hace con el método que se da en EN ISO 20344:2004 y el contenido en Cr VI no debía ser detectable cuando se utilizaba el método analítico que se detallaba en esa norma.

Cambios en los requisitos adicionales del calzado de seguridad

En la versión definitiva de la norma, han desaparecido las suelas de alta resistencia eléctrica como requisito adicional. Este requisito estaba presente en los borradores generados durante el proceso de elaboración de la norma. Por lo que los requisitos opcionales relativos a las propiedades eléctricas del calzado se ciñen al calzado aislante de la electricidad, el calzado antiestático y el calzado conductor.

Tabla 2 Requisitos adicionales para el calzado de seguridad y de trabajo

Requisito	Símbolo
Resistencia a la preforación	P
Calzado conductor	C
Calzado antiestático	A
Calzado aislante de la electricidad	Doble triángulo más:
	o - Uso en instalaciones de tensión nominal de hasta 1000 V en corriente alterna y 1500 V en corriente continua
	OO - Uso en instalaciones de tensión nominal de hasta 500 V en corriente alterna y 750 V en corriente continua
Aislamiento frente al calor	HI
Aislamiento frente al frío	CI
Absorción de energía en la zona del tacón	E
Resistencia al agua	WR
Protección del metatarso	M (sólo para calzado según EN ISO 20345:2012)
Protección del tobillo	AN
Resistencia al rote	CR
Resistencia a la penetración y obsorción de agua (en el corte)	WRU
Resistencia al calor por contacto (en la suela)	HRO
Resistencia a los hidrocarburos de la suela	FO

Por otro lado, el símbolo de marcado para el calzado aislante de la electricidad que se indicaba en EN ISO 20345:2005 y que se representaba mediante la letra "I", ha pasado a armonizarse con la denominación que se utiliza para todos los equipos destinados a trabajos en tensión, y que en el caso del calzado se especifica en la norma EN 50321 (doble triángulo con la clase 0 o 00, según corresponda).
Por lo tanto, los requisitos aplicables al calzado de seguridad según EN ISO 20345:2011 y EN ISO 20347:2012 son los que aparecen en la Tabla 2.

Plantillas resistentes a la perforación

Para las plantillas resistentes a la perforación no metálicas, se ha introducido una modificación según la cual, cuando se ensaye la plantilla usando una fuerza de al menos 1100 N, la punta de la aguja de ensayo no penetrará a través de la muestra de ensayo. Para alcanzar el resultado "pasa", la punta de la aguja de ensayo no sobresaldrá la muestra de ensayo. Esto se comprobará por ensayo visual, cinematográfico o detección eléctrica.
Por otro lado, las plantillas anti-perforación metálicas debido al nuevo ensayo de resistencia a la corrosión que obligará a que las nuevas plantillas sean de acero sin estaño
Debido a las dificultades a las que se enfrenta la industria para adaptarse a este cambio en particular, la federación francesa de calzado y SYNAMAP han solicitado a la ESF que presente ante el comité permanente sobre la 89/686/CEE una petición de que el periodo de transición se prolongue de forma que el calzado según la versión de 2007 pueda seguir produciéndose hasta el 31-12-13 y se alargue su comercialización hasta el 31-12-14. Estos periodos de transición permitirían una adaptación de los productos de 2007 razonable, teniendo en cuenta que estos no ofrecen problemas de seguridad.

Un periodo de coexistencia mayor

En un principio, la Comisión Europea había fijado un periodo de transición entre las nuevas normas y la versión del 2004 que acaba el 30 de Junio. Durante este periodo ambas versiones de las normas tendrían presunción de conformidad con los Requisitos Esenciales de Salud y Seguridad de la Directiva 89/686/CEE. Finalizado este periodo, la versión de 2004 perdería presunción de conformidad y entre

Cambios relevantes en el marcado

Como ya se comentó al principio de este artículo, las nuevas versiones de las normas, contemplan un tipo de calzado que se denomina calzado híbrido. En este sentido se ha añadido un nuevo símbolo de marcado adicional para la categoría de calzado híbrido. El símbolo SBH, para el calzado según EN ISO 20345:2011 y OBH para el calzado según EN ISO 20347:2012 indican que el calzado cumple con los requisitos básicos que se exigen en cada una de las normas.
Adicionalmente, se ha introducido una exigencia adicional al marcado, para que en caso de que el calzado presente cualquier marcado adicional relacionado con la seguridad, el fabricante deberá proporcionar pruebas que apoyen la indicación y se dará una explicación en la información para el fabricante. Por ejemplo, si aparece un marcado "resistente al ácido", al menos la suela habrá sido ensayada según EN 13832-1 (degradación) y se cumplirán los requisitos de EN 13832-3:2006, 6.2.2.6.

otras cosas, todas las inspecciones de mercado serían llevadas a cabo según los criterios de la nueva versión de la norma.

Cuando ya la norma estaba aprobada y el periodo de transición estaba casi a punto de finalizar, se detectó un problema: los fabricantes de plantillas anti-perforación no metálicas que suministran a la industria del calzado no tenían tiempo para cambiar sus medios de producción para satisfacer toda la demanda del mercado según los nuevos requisitos.

A su vez, existía un problema similar con las plantillas anti-perforación metálicas debido al nuevo ensayo de resistencia a la corrosión que obligará a que las nuevas plantillas sean de acero sin estaño.

Asepal, la federación francesa de calzado y el sindicato francés Synamap solicitaron a través de la European Safety Federation (ESF) la presentación ante el comité permanente sobre la 89/686/CEE de una petición para que el periodo de transición se prolongase de forma que el calzado según las versiones antiguas pueda seguir produciéndose hasta el 31-12-13 y se alargue su comercialización hasta el 31-12-14. Estos periodos de transición permitirían una adaptación de los productos de 2007 razonable, teniendo en cuenta que las versiones antiguas de las normas no ofrecen problemas de seguridad.

Finalmente la decisión de la Comisión Europea sobre ampliar el periodo de transición de las nuevas versiones de las normas de calzado ha sido la de prolongar la presunción de conformidad 12 meses en lugar de los 18 meses que se pedía. Así, por tanto, la nueva fecha límite establecida para que el calzado que se ponga en el mercado cumpla con la nueva versión de la norma es el 30/06/2013. ■

Bibliografía

- Comisión Europea. Diario Oficial de la Unión Europea. EUR-Lex.europa.eu. [Online] Febrero 16, 2012. http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=OJ:C:2012:045:0001:0024:es:PDF. C 45/22.
- Comité Internacional de Expertos del IPCS. Instituto Nacional de Seguridad e Higiene en el Trabajo. Fichas FISQ. [Online] http://www.insht.es/InshtWeb/Contenidos/Documentacion/FichasTecnicas/FISQ/Ficheros/1101a1200/nspn1194.pdf.
- CEN. EN ISO 20345:2011 Equipo de protección individual. Calzado de seguridad (ISO 20345:2011).
- CEN. EN ISO 20347:2012 Equipo de protección personal. Calzado de trabajo (ISO 20347:2012).

www.buff.eu

Buff®

THE ORIGINAL MULTIFUNCTIONAL HEADWEAR

Since 1992

Polar BUFF®, mantiene la temperatura corporal en clima frío extremo.

Polar BUFF® es el tubular fabricado con Thermolite® cosido a una pieza de forro polar Polartec®. Gracias a la combinación de los dos tejidos mantiene la temperatura corporal y combate la pérdida de calor en actividades a muy bajas temperaturas.

Algunos diseños incorporan dos bandas reflectantes 3M Scotchlite™ que añaden visibilidad a la prenda cuando ésta se utiliza en condiciones de poca luz.

POLARTEC Climate Control Fabrics

THERMOLITE

3M Scotchlite™ Reflective Material

Polygiene Fresh in Action

Buff® is a registered trademark property of Original Buff, S.A. (Spain)

Los nuevos modelos de Panter combinan confort, seguridad y diseño

Panter participó una edición más en la pasada Eurobrico celebrada en Valencia para presentar unas variadas propuestas dirigidas al mercado de la ferretería y la bricojardinería así como sus novedosas e innovadoras tecnologías aplicadas a la protección de los pies.

Rocío Pajares, directora general de Panter, con dos de los diferentes modelos expuestos en Eurobrico 2012.

Panter Creative es un calzado de seguridad con atractiva estética, presentando la apariencia de un zapato casual ligero de inspiración sport.

Entre ellas se encuentran la línea Panter Multifunción, calzado de seguridad muy versátil y adaptable a diversas actividades y ocupaciones laborales. Dentro de esta gama, Sumun y Pandion son las últimas propuestas de la compañía destinadas a la protección de los pies en muy diversos contextos, siendo compatible para vestir tanto para el trabajo (industria, construcción o bricolaje, etc) como para el tiempo libre. Estas nuevas propuestas presentan un diseño actual siguiendo las últimas tendencias del mundo de la moda, dando como resultado un calzado de seguridad de atractiva apariencia deportiva y estética polivalente. Los modelos Sumun y Pandion cumplen la norma UNE-EN ISO 20345, reuniendo las mejores prestaciones y tecnologías fruto de la constante investigación de Panter en el campo del calzado de seguridad.

También se expuso la gama Panter Oxígeno, línea de calzado de seguridad que integra el nuevo y revolucionario sistema creado por la firma, un evolucionado mecanismo impermeable y transpirable, que parte de un compuesto de membrana integrado en la propia suela, logrando que el calzado transpire por la parte anterior de la misma, consiguiendo así la efectiva transpirabilidad del pie. El sistema Panter Oxígeno evacúa el sudor y regula la temperatura interior del pie garantizando un excelente confort. Esta línea que ha sido diseñada libre de componentes metálicos, además de ser un calzado de seguridad impermeable y transpirable, ofrece una protección y comodidad inigualables, fruto del diseño perfectamente estudiado de su suela además de la idoneidad de sus componentes.

Los visitantes también pudieron ver de cerca las ventajas de Panter Creative, "el perfecto equilibrio entre diseño y seguridad". En esta nueva gama Panter ha aplicado las últimas tendencias y el I+D+i más avanzado en pro-

Zion Metal Free es la apuesta de Panter por un calzado de seguridad totalmente libre de componentes metálicos avalado por la normativa internacional (UNE EN ISO 20345).

Crampones Panter ajustables a la suela

Posibilitan la adherencia a superficies heladas, afianzando el pie al terreno con total seguridad. Estos crampones han sido diseñados en aluminio y cuentan con una estructura a medida de la suela de la bota adaptándose milimetricamente al perfil de la misma. Su parte inferior dispone de una serie de puntas afiladas que penetran en el hielo, la nieve o la escarcha de forma eficaz. Los crampones resultan ideales para todos aquellos trabajos que se desarrollan en entornos de frío extremo, siendo además de gran comodidad para el usuario, por su fácil quita y pon, ya que van incorporados en la misma suela y sólo se extraen cuando el momento lo requiere.

tección, dando como resultado un calzado de seguridad con tecnología y estética de vanguardia. Esta nueva propuesta ha sido diseñada bajo los últimos parámetros cientifico-tecnológicos de Panter, experimentados en su laboratorio de I+D+i, lo cual les ha permitido obtener un calzado de seguridad con atractiva estética, presentando la apariencia de un zapato casual ligero de inspiración sport. Esta estética funcional y moderna, permite la adecuación de esta gama en distintos ámbitos, resultando aptos para vestir tanto dentro como fuera del trabajo.

Sin componentes metálicos

Por otra parte, Zion Metal Free es la nueva apuesta de Panter por un calzado de seguridad totalmente libre de componentes metálicos avalado por la normativa internacional (UNE EN ISO 20345) y capaz de cubrir las necesidades de protección del profesional a un coste razonable. Esta nueva gama viene compuesta por 4 propuestas, 2 botines: Super Forja Totale y Super Yunque Totale y 2 zapatos: Super Ferro Totale y Super Numan Totale. Todos ellos diseñados con una moderna estética trekking-deportiva, con materiales muy duraderos y fuertes, lo cual asegura una larga vida al calzado de seguridad.

Calzado con nombre y apellido

Panter pone a disposición de los consumidores la posibilidad de personalizar el calzado de seguridad o de uso profesional que adquieran, adaptándose a las necesidades de imagen y uniformidad de su empresa o negocio. Precisamente por su condición de fabricante, Panter puede introducir esta innovación en el diseño de sus prototipos o en los materiales y colores, obteniendo de esta forma un producto final que cumpla con las condiciones estéticas que el cliente solicite.

El cuidado de la uniformidad laboral es un factor en alza de gran importancia en las organizaciones ya que contribuye a reforzar su imagen corporativa, convirtiéndose en un fuerte símbolo identificativo del grupo humano que la representa. ■

Panter ofrece este servicio de personalización del calzado contribuyendo a potenciar y destacar la imagen de marca de empresas y empleados, a través de un diseño a la carta del producto que adquieran.

Una nueva pintura adecuada para alérgicos y asmáticos

El pasado 8 de octubre, Xylazel, empresa del sector químico del Grupo Zeltia, presentó en Madrid, Xylazel Aire Sano, la primera pintura española avalada por la Sociedad Española de Alergología e Inmunidad Clínica (Seaic), que garantiza que cualquier persona que vaya a entrar en contacto con este material no se va a ver expuesta a sustancias que pueden agravar los síntomas de patologías como alergias o asma.

David Muñoz

Xylazel lanza una nueva línea de productos relacionados con la salud, que tiene como principal objetivo contribuir a mejorar la calidad de vida de las personas. Xylazel Aire Sano es una pintura ecológica y al agua que no emite, después de su aplicación, sustancias significativamente sensibilizantes o que puedan causar irritación. Como señalaba José Ramón Álvarez Sacristán, director de I+D, Calidad y Control de Xylazel, "Xylazel Aire Sano se alinea con las actividades del Grupo Zeltia enfocadas a la salud y supone una apuesta definitiva por ofrecer productos cada vez más seguros, saludables y respetuosos con el medio ambiente".

Como una iniciativa pionera en España, la pintura Xylazel Aire Sano cuenta con el aval de la Sociedad Española de Alergología e Inmunidad Clínica (Seaic), cuyo miembro de la Junta Directiva y jefe del servicio de Alergia de la Fundación Jiménez Díaz, el Dr. Joaquín Sastre, alababa las características del nuevo producto desarrollado por el Grupo Zeltia. "Este tipo de iniciativas son excelentes y ponen de manifiesto el marcado carácter social de la industria y su compromiso por mejorar la calidad de vida de los pacientes y de la sociedad en su conjunto", manifestaba.

En nuestro país, según se señalaba en la rueda de prensa, existen actualmente más de diez millones de personas con algún tipo de alergia y más de tres millones padecen asma. La incidencia de estas patologías, además, no para de crecer con los años, estando estimado que en 20 años será alérgica la mitad de la población, en todo el rango de edades. Por todo ello, Xylazel se ha propuesto mejorar la calidad de vida de estas personas con su nueva pintura Xylazel Aire Sano.

De izda a dcha: Dr. Fernando Mugarza, director de Comunicación del Grupo Zeltia; José Ramón Álvarez Sacristán, director de I+D, Calidad y Control de Xylazel; Dr. Joaquín Sastre, miembro de la Junta Directiva de la Sociedad Española de Alergología e Inmunología Clínica (Seaic) y jefe de Servicio de Alergia de la Fundación Jiménez Díaz de Madrid; y René Pétit Martínez, director del Servicio Técnico y Desarrollo de Xylazel.

"Las personas que, como los asmáticos, presentan una hiperreactividad de sus bronquios a determinadas sustancias, también pueden

verse afectadas por el uso de pinturas y barnices, que desprenden sustancias volátiles irritantes, sobre todo durante el proceso de secado", explicaba el doctor Joaquín Sastre.
En este sentido, a través de un estudio realizado en Tecnalia, se ha comprobado que todas las emisiones de Xylazel Aire Sano están dentro de los límites de seguridad y que, por tanto, no comportan un riesgo como irritantes para pacientes con problemas respiratorios.

Máximas garantías

En un país como España donde, a pesar de la crisis, se consume cerca de un millón de toneladas de pintura, con uno de los mayores consumos per cápita de Europa, Xylazel ha querido dar un paso más en la garantía de calidad de sus nuevos productos al no solo querer cumplir con la normativa vigente sino también contar con el aval de Seaic.
En el ámbito más técnico, José Ramón Álvarez destacaba especialmente tres características de Xylazel Aire Sano: "desde el punto de vista líquido, no lleva productos tóxicos ni cancerígenos; al no llevar disolventes, las personas no se ven expuestas a este tipo de sustancias sensibilizantes una vez que la pintura seca; y es un producto de gran calidad que puede aguantar perfectamente en exteriores".
El alto contenido en resinas que tiene esta nueva pintura le dota además de una alta resistencia a la abrasión, alarga su durabilidad y facilita su limpieza. De momento, la nueva línea Xylazel Aire Sano ha salido al mercado en ocho colores y un blanco, combinables entre ellos, y como manifestaba José Ramón Álvarez, el impacto inicial está siendo muy positivo, logrando en estos primeros días más de 130 puntos de venta. La intención de Xylazel es comercializar este producto en tiendas especializadas de pintura, en centros de bricolaje/decoración y en el canal de ferretería.

En los envases de la pintura Xylazel Aire Sano se puede apreciar el sello de Seaic.

Ámbitos de aplicación

Las especiales características de Xylazel Aire Sano hacen que esta pintura no sólo sea apta para domicilios donde habiten personas asmáticas o alérgicas, sino también para lugares públicos donde en cualquier momento pueden acceder personas con estas patologías (geriátricos, guarderías, hospitales, etc.) y, en definitiva, para cualquier cliente que quiera disfrutar de un ambiente sano y limpio. Así lo confirmaba René Petit Martínez, director del Servicio Técnico y Desarrollo de Xylazel: "En un mercado cada vez más exigente y preocupado por cuestiones relacionadas con la salud, Xylazel Aire Sano constituye una apuesta de futuro que ya en otros países del norte de Europa ha tenido muy buena acogida, no solamente entre las personas que padecen asma o algún tipo de alergia, sino también en aquellos colectivos de población especialmente sensibilizados con el consumo de productos limpios".
Al superar los requisitos medioambientales de la UE, como la certificación A+, "pretendemos facilitar a los consumidores una alternativa saludable, al mismo tiempo que ofrecemos una amplia gama de colores para satisfacer los gustos más exigentes y actuales en materia de decoración", concluía René Petit Martínez. ■

En España, existen actualmente más de diez millones de personas con algún tipo de alergia y más de tres millones padecen asma

Envase de pintura Xylazel Aire Sano.

Xylazel, S.A., compañía participada por el Grupo Zeltia al 100%, está ubicada en Porriño (Pontevedra) y ha centrado su actividad en la fabricación y comercialización de pinturas y barnices, especializada en productos protectores y decorativos de la madera y el metal dirigidos a los segmentos de bricolaje, profesional e industrial. Está situada a la cabeza del sector en la protección de madera y metal, siendo la empresa pionera y quien desarrolló la cultura de la protección de la madera en España.

El bricolaje pierde peso en la televisión

En 1994 inició su andadura en televisión Bricomanía, dando el pistoletazo de salida a una moda que perduró durante años y que convirtió al bricolaje en uno de los temas estrella de las parrillas televisivas. Bricomanía, con un 20% de share en sus inicios, se instaló en el día a día de todos los españoles hasta convertise en la 'Biblia' de todos los manitas del hogar. Y bajo su estela nacieron programas como Bricolocus, Bricodeco, Bric, Decogarden..., que sin alcanzar el éxito de Bricomanía, si se labraron su particular audiencia. Hoy, casi 20 años después de ese 'boom', sólo resisten en antena Bricomanía y Decogarden, con un público fiel pero unos índices de audiencia que no superan el 2%.

Bricomanía, con 700 programas a sus espaldas, continúa emitiéndose con el incombustible Kristian Pielhoff como presentador al frente.

Víctor Comas

Bricomanía cumplió el pasado mes de julio su programa número 700, todo un mérito en unos momentos en que se realizan producciones super millonarias que no aguantan más de dos semanas en antena. El "éxito" particular de Bricomanía –éxito entre comillas porque su declive en audiencia ha sido constante en los últimos años– no debe impedirnos ver que el estrellato del bricolaje en televisión ha llegado a su fin.

Causas de la decadencia

La crisis es, sin duda, una de las causas que ha provocado la perdida de interés hacia este tipo de programas. Aunque las soluciones que proponen están enfocadas a provocar un ahorro aparente -por qué comprar una caseta para el perro o un armario zapatero, si te lo

Bricomanía fue todo un fenómeno de audiencia televisiva con una cuotas de seguimiento que alcanzaron en su día el 20% del share.

puedes construir tu mismo-, a la hora de la verdad el material y el equipo necesario para llevar a cabo cualquiera de los trabajos citados supone un desembolso no asumible por muchas economías familiares. Ante este tipo de situación la audiencia lo tiene claro. No interesa un tipo de programa hecho para explicar cosas que no se podrán hacer.

Otra de las razones del declive de los programas dedicados al bricolaje es el propio cambio generacional que ha sufrido la sociedad en estos últimos 20 años. ¿Alguien tiene tiempo hoy para el bricolaje?. ¿Tiene sentido hablar hoy de bricolaje como una actividad de ocio?.

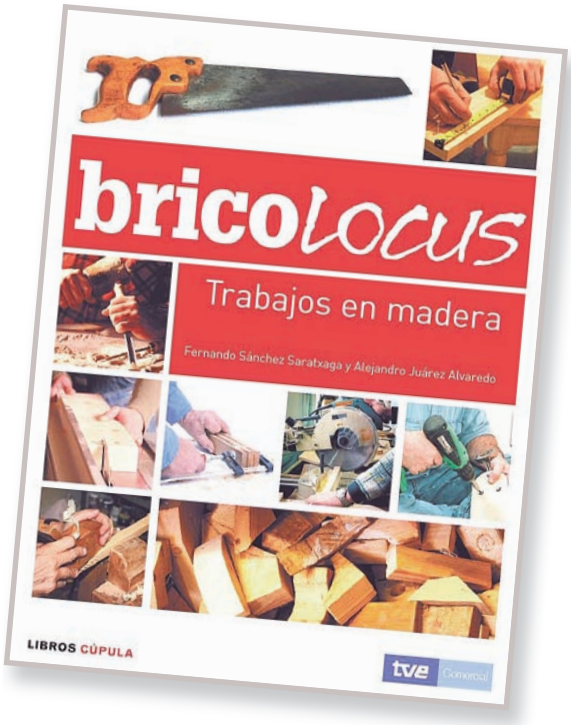
Finalmente hay quien atribuye a la propia televisión la culpa de la perdida de audiencia de este tipo de programas. El continuo desplazamiento de los programas por diferentes cadenas y en diferentes horarios ha dificultado que las emisiones especializadas en bricolaje hayan podido incrementar su número de espectadores. Si a esto se le suma la suspensión repentina de algunos programas y la reorientación de contenidos de ciertos canales temáticos, la verdad es que no faltan argumentos para culpabilizar a la propia televisión de la decadencia de los programas de bricolaje.

La evolución del bricolaje televisivo

La aparición en TVE de Bricomanía en 1994 marcó una nueva etapa en el desarrollo del bricolaje en España, una actividad prácticamente desconocida para el gran público por aquellas fechas. Bricomanía logró que muchos espectadores perdieran el miedo a hacer sus propios trabajos en casa, además de difundir otra manera de disfrutar del ocio. Tras él, surgieron otros programas, especialmente con la aparición de las cadenas temáticas, aunque ninguno ha llegado nunca a eclipsar la fama de este espacio pionero. Entonces parecía que el bricolaje se había convertido en el tema televisivo de moda, algo similar a lo que ocurre ahora con los mini programas de recetas de cocina.

Bricomanía mantuvo su papel de programa estrella hasta 2005. Su audiencia inicial de un 20% del share se mantuvo prácticamente inalterable hasta esa fecha en la que sumó una cuota de pantalla del 18,1%. A partir de ahí, y según cifras de Kantar Media, se inicio el descenso de la audiencia con unos índices del 16,9% en 2006, 15,7% en 2007, 11,9% en 2008 y 9,8% en 2009 en la primera emisión del programa en Antena 3.

Junto a Bricomania convivieron en pantalla durante varios años programas como Bricolocus y Bricodeco, por citar los dos más representativos. Bricolocus fue un programa que



Al igual que Bricomanía, Bricolocus también generó una extensa producción literaria impresa en torno a los contenidos desarrollados en el programa de TV.

Decogarden, presentado por Yolanda Alzola, es la segunda oferta televisiva, y no hay más, que podemos ver actualmente relacionada con el mundo del bricolaje.

siempre contó con una audiencia mucho más modesta y que intentó emular la exitosa fórmula de Bricomanía, sin conseguirlo. Después de un tiempo en La 2 de TVE, Chello Comunicación adquirió los derechos de emisión para su canal temático DeCasa, pero en la actualidad el espacio ha desaparecido (la empresa que lo realizaba, Onis Comunicación, ha cesado su actividad). En cuanto a Bricodeco, que también se emitía en DeCasa, su formato evolucionó hacia temas relacionados con el 'lifestyle', el bienestar, la familia… y se fue alejando del 'hazlo tú mismo'. Después de una desaparición temporal, Bricodeco reapareció en La Otra de Telemadrid, que compró en 2009 los derechos por dos años. Ya no se emite.

La oferta actual

Desde finales de 2010, Bricomania y Decogarden, ambos programas producidos por la productora Bainet, tienen su espacio en el canal Nova de Antena 3, cadena con un target centrado en el público femenino. 'Bricomanía', que continúa siendo presentado por el incombustible Kristian Pielhoff, se emite los sábados con una audiencia media del 1,5% (102.000 espectadores) de share y un 1,6% de target comercial. Por su parte Decogarden, que se emite los domingos por la mañana, presentado por Yolanda Alzola, tiene una audiencia media del 2% (174.000 espectadores) y un target comercial del 1,8%. Nada que ver estas cifras con las audiencias millonarias de finales de los 90, pero sí lo suficientemente precisas para evidenciar que sigue existiendo un público fiel a este tipo de espacios. Desde esta base, y teniendo en cuenta que las tiendas de bricolaje continúan creciendo, quizás habría que pensar que es posible recuperar unas audiencias que en su día mostraron su interés por el bricolaje.

¿A quién le interesa hoy el bricolaje televisivo?

Según el análisis de las audiencias, Bricomanía, pese a emitirse en un canal dedicado al público femenino como Antena Nova, es seguido por más hombres que mujeres, un 1,9% del total de la audiencia masculina, frente al 1,1% del total de la audiencia femenina. En cuanto a edades, el veterano programa tiene mayor audiencia en la franja entre 45 y 54 años donde logra alcanzar un 3,2% de cuota de pantalla. También superan la media los jóvenes de 25 a 34 años con un 2,2%, la horquilla entre 35 y 44 años con un 1,5% y los espectadores que se encuentran entre los 55 y 64 años con un 1,8%. Por áreas geográficas, es Castilla - La Mancha la comunidad autónoma con más interés por 'Bricomanía' con un destacable 3,4%.

Por su parte, Decogarden resulta ser más interesante para las mujeres ya que consigue entre el público femenino una audiencia media del 2,1%. La audiencia masculina se sitúa en el 1,8%. Por edades, la franja que más se interesa por los consejos de Yolanda Alzola es la de entre 35 y 44 años con un 3,5%. Entre los 45 y 54 años se mantiene en un 3,2%, entre los 55 y 64 años logra un 2,1% y los mayores de 65 están pendientes con un 1,4%. ■

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

Dactilia, un guante para manejar pantallas táctiles en condiciones de frío

La evolución de las formas de trabajar genera nuevas necesidades que se satisfacen con productos específicos. Para proteger las manos del frío, los humanos hemos empleado, desde hace milenios, guantes, y éstos siempre han perseguido la máxima idoneidad ergonómica para no interferir en el trabajo que ejecutan las manos. Con esta premisa se ha desarrollado el nuevo guante Dactilia, un producto inédito hasta ahora en el mercado, concebido para proteger las manos del frío y permitir el uso de los múltiples dispositivos electrónico-digitales que emplean los trabajadores en su actividad.

Las TIC (Tecnologías de la Información) han introducido en el mundo laboral aparatos como teléfonos móviles, intercomunicadores, detectores y lectores varios, calculadoras, ordenadores portátiles y tabletas, PDA y Smartphones. El común denominador a todo este arsenal de tecnología digital suele ser la pequeñez de sus teclados o, directamente, la desaparición de los mismos y su sustitución por una pantalla táctil.

El nuevo guante Dactilia es un clásico que ha sido acondicionado con tecnología vanguardista: protege la mano y los dedos frente al frío y, simultáneamente, ofrece el plus añadido de su utilidad en el manejo de tabletas electrónicas (Ipad, Iphone, Ipod) y los dispositivos ya citados. El plus de utilidad con las tabletas no sólo reside en la tactilidad de Dactilia, también se debe a la incorporación de fibras conductoras de la electricidad en los dedos pulgar índice y corazón del guante, lo que facilita la interactividad operador-máquina.

El guante para pantallas táctiles se basa en un soporte de algodón, (galga 10), con fibras de cachemir, e interior afelpado para el confort térmico. Cuenta con modelos para hombre y mujer. El uso se recomienda para trabajos a la intemperie o en ambientes fríos: aparejadores, arquitectos, ingenieros, viajeros y expedicionarios, militares, patrullas de tráfico, marineros, forestales, carretilleros, personal de almacén, trabajadores de la industria alimentaria, el almacenaje frigorífico, la logística, etc.

El campo de aplicaciones es inmenso, con la ventaja añadida de un uso eficiente de las pantallas táctiles, su perfecta conservación y limpieza y, en algunos casos, incluso, el freno a la expansión de la contaminación cruzada (pantallas que son empleadas por muchas personas en sectores críticos como la industria alimentaria).

El guante Dactilia para manejar pantallas táctiles en ambientes fríos es una novedad de Tomás Bodero, el único fabricante español de guantes, con capital 100% autóctono, especializado exclusivamente en el desarrollo de soluciones avanzadas para la protección de las manos.

Innovación, sostenibilidad e internacionalización, los ejes de Construmat 2013

Tres conceptos que aunque no son nuevos marcarán la línea de novedades que caracterizarán la edición de 2013. Para la edición de Construmat del próximo año, la organización se ha propuesto ofrecer mucho más valor añadido a los expositores para los cuales ha trazado un plan estratégico basado en la innovación, la sostenibilidad y la internacionalización con el objeto de "provocar la innovación", como apuntaba Pilar Navarro, directora del certamen, gracias a la participación de centros tecnológicos internacionales, de crear 'networking' y de buscar oportunidades en mercados internacionales, atrayendo a visitantes extranjeros pero también invitando a profesionales implicados en proyectos constructivos de primer nivel en el exterior que darán las claves del éxito a los expositores. El certamen también reduce su duración de seis a cuatro días por lo que se abaratará la participación.

Nerea Gorriti

"Será un salón de tamaño más reducido pero de mucho mayor valor", aseguraba José Miarnau, presidente de Construmat, el Salón Internacional de la Construcción organizado por Fira de Barcelona. La feria se convertirá en el 'hub' internacional de la construcción a partir de su próxima edición, que se celebrará del 21 al 24 de mayo de 2013.

Los mercados emergentes como foco

La organización pretende reunir en el salón las principales innovaciones del sector antes de que las adopte el mercado, llevando a Barcelona grandes proyectos de construcción de las economías emergentes, donde la construcción está adquiriendo un gran protagonismo, no sólo para contribuir a su proceso de modernización, sino también porque son una clara alternativa al debilitado mercado nacional para las empresas españolas y europeas, que sufren la crisis de la zona euro.

El presidente y la directora del certamen durante el encuentro con la prensa den Barcelona.

El certamen ha diseñado un 'road show' internacional con una amplia agenda de reuniones, cuya primera fase se ha iniciado con encuentros con diversas instituciones públicas y empresas de Brasil, Cuba, Argentina, Uruguay, Chile, Perú y Colombia para que presenten sus proyectos en el salón, que reunirá a las mejores empresas españolas y europeas de la construcción.

Proyectos constructivos de todo el mundo en Construmat

Como consecuencia de estos contactos, diversos proyectos constructivos de estos mercados han mostrado su voluntad de participar en Construmat 2013. Así, se conocerán los planes que tienen Argentina (nuevas viviendas sociales en Buenos Aires; Puerto Madero, el nuevo barrio marítimo de la capital o su candidatura para acoger los Juegos Panamericanos de 2019), Brasil (el proyecto Mia Casa-Mia Vida de reconversión de favelas; la construcción del Museo del Mañana en Río de Janeiro o la Villa Olímpica de esta ciudad), Chile (nuevos centros hospitalarios; rehabilitación de la turística ciudad de Valparaíso o nuevas viviendas en zonas mineras), Uruguay (desarrollos urbanísticos en la exclusiva Punta del Este o nuevas instalaciones deportivas), Perú (viviendas sociales y grandes infraestructuras hoteleras) y Colombia (proyectos de ciudades sostenibles; hospitales o centros turísticos).

En una segunda fase, el 'road show' de Construmat llegará a países como México, Panamá, Venezuela, Dubai, Catar, Angola, Guinea Ecuatorial, la zona del Magreb, Turquía y Rusia con la intención de que las grandes constructoras de estos países agenden durante el salón encuentros con las empresas expositoras para contratar los productos y materiales.

Divulgar la sostenibilidad con el ejemplo: Sustainable Best Practice Forum

Construmat organizará el Sustainable Best Practice Forum que reunirá los mejores proyectos y prácticas en el terreno de la arquitectura más respetuosa con el entorno y el

Las exportaciones españolas repuntan

Los últimos datos disponibles muestran cómo las empresas españolas de la construcción están apostando por salir al exterior, lo que indica que son altamente competitivas en los mercados internacionales. En 2011, las exportaciones de productos para la construcción ascendieron a 16.455 millones de euros, superando incluso las registradas antes del inicio de la crisis (2008). Esta cifra representa un 7,7% del total de ventas de productos españoles al exterior.

Las economías emergentes, en las que Construmat está centrando su atención, son también los principales destinos de los productos españoles. Así, entre 2006 y 2011 las ventas del sector de la construcción a América Latina han crecido un 16,8% anual. El norte de África también es un cliente importante para las compañías españolas: en esta región, las exportaciones han crecido un 12% anual en el mismo período.

medio ambiente en una acción que cuenta con el apoyo del World Green Building Council, asociación cuyos objetivos son divulgar la sostenibilidad de la construcción, proporcionar metodologías y herramientas homologables internacionalmente que avalen la evaluación y la certificación de la sostenibilidad, desarrollar actividades de cooperación e investigación con las Administraciones Públicas, las universidades y el tejido empresarial y contribuir a la transformación del mercado hacia una edificación más sostenible.

Centros tecnológicos internacionales se darán cita en el Construmat Innovation Center

El salón creará también el Construmat Innovation Center, foro en el que diversos centros tecnológicos de construcción de todo el mundo presentarán sus prototipos más innovadores, antes de su comercialización, para que puedan ser adquiridos por alguna de las compañías participantes en la feria y, de esta forma, facilitar su llegada al mercado.

En este mismo ámbito, Construmat convocará una nueva edición de sus prestigiosos premios bajo la coordinación de la secretaría técnica del Instituto de la Tecnología de la Construcción de Cataluña (ITeC).Este eje temático volverá a arropar el proyecto Casa Barcelona en el que, bajo el comisariado del arquitecto Ignacio Paricio, se exhibirán aplicados en una vivienda los productos y elementos más avanzados técnicamente en materia de edificación.

Pensando especialmente en el mercado español, el salón seguirá apostando por la eficiencia energética en el marco de la rehabilitación, segmento que se erige como una de las salidas más viables para las empresas españolas del sector, y por la distribución. ■

Foros, encuentros con expertos, profesionales y centros tecnológicos de todo el mundo permitirán al expositor obtener un mayor valor de su participación en el certamen.

Escaleras de tijera

De fibra de vidrio

Smart es una escalera de tijera peldaño cómodo de gran profundidad. Fabricada con montantes de fibra de vidrio y peldaños de aluminio.
Está indicada operarios que se encuentran trabajando en proximidades a tomas de corriente, cables u otras fuentes de energía eléctrica. Testada y certificada para 5.000 V
Smart está homologada conforme cumple la norma europea EN131 y ha sido certificada por el instituto TUV alemán.

Características:
- Distancia entre peldaños 25 cm.
- Peldaños planos antideslizantes 8 cm.
- Capacidad 150 kg.
- Número de peldaños: de 5 a 10.
- Altura plataforma: de 1,16 a 2,30 m.
- Dimensiones plataforma: 28x25,5 cm.
- Altura guardacuerpo: 60 cm.

Equipamiento:
- Plataforma de polipropileno reforzado y antideslizante.
- Cinta de seguridad antiapertura.
- Tacos de goma antideslizantes con diseño ergonómico.
- Bandeja porta-herramientas.
- Barras en aluminio de refuerzo en los peldaños más largos.
- Testada a 5.000 V.
- Manual de uso y mantenimiento.
- Certificado de conformidad con la norma EN131.
- Etiqueta de identificación.

Hispano Industrias Svelt, S.L.
Tel.: 985793012
svelt@telecable.es
www.interempresas.net/P95886

Corrector de carencias de calcio

Complejo líquido de calcio

Los desequilibrios nutricionales en calcio, tanto en suelos alcalinos y calcáreos (en los que el calcio se encuentra bloqueado), como en suelos ácidos (normalmente carentes de este nutriente) son corregibles mediante el empleo de Codasal Plus 2000, complejo líquido de calcio, en el cual interviene una serie de agentes quelatantes y complejantes orgánicos (gluconatos, lignosulfonatos, heptagluconatos...) cuya presencia confiere una mayor efectividad al producto como corrector de carencias de calcio en cualquier tipo de suelos, y una gran estabilidad al nutriente, aumentando así su eficacia y aumentando la dureza, conservación y calidad de frutos y flores.
Su uso es igualmente apropiado como corrector de salinidad en agua y suelo, como mejorador de la estructura de los suelos agrícolas y como desbloqueador de ciertos nutrientes del suelo.
Composición: Calcio complejado líquido. 17,2% CaO (p/v) + ácidos organicos
Dosis medias:
- Corrector de calcio: 3-6 l/ha - aplicación (7-15 días)
- Corrector de salinidad: suelo: 5-10 l/ha - aplicación (2-5 aplicaciones ciclo); agua: 10-40 cc/m^3 de agua

Disponible en envases de 1, 5 y 20 litros.

Sustainable Agro Solutions, S.A.
Tel.: 973740400 • info@greencareby-sas.com
www.interempresas.net/P76634

Software de gestión

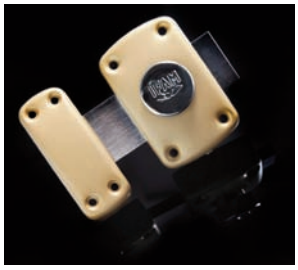
Para la gestión de ferreterías
Control Integral ha desarrollado una tienda online gestionada totalmente desde el programa y por el propio usuario.
La tienda virtual incluye un enlace automático para subir los artículos a la web de forma muy fácil: los precios en la web con e-commerce se actualizan automáticamente al mismo tiempo que se actualizan en Control Integral e incluyen fotos, ofertas, descripciones con texto enriquecido ligadas a las imágenes, etc.
Si la ferretería pertenece a una cooperativa o grupo de compras los datos se actualizan automáticamente gracias a los enlaces que Control Integral tiene con todos los grupos. Las descripciones, las fotos, los precios, las ofertas, etc. que proporciona cada grupo están disponibles para que el usuario los publique en su web.
Abrir tu propia Web con e-commerce desde Control Integral incluye:
- Dominio a escoger (www.tunombre.com).
- Alojamiento (hosting) en servidores de alta disponibilidad y alto rendimiento.
- Diseño predefinido de la web con personalización que incluye logo, lema, un mensaje, mapa de localización, banners, etc.
- Publicación de folletos de oferta para ofrecer los artículos de temporada además de los artículos de siempre.
- Espacios de marketing para ganar más con promociones de marcas, aprovecha al máximo la publicidad de otros y sácale más partido a tu tienda online.
- Enlace automático de la tienda virtual con Control Integral: los artículos suben a la web y se publican de forma automática con fotos y ofertas. Los precios en la web se actualizan al mismo tiempo que se actualizan en Control Integral.

Control Integral
Tel.: 902530025 • comercial@controlintegral.net
www.interempresas.net/P95807

Cerradura de sobreponer

Con cuerpo de acero

La cerradura de sobreponer B5 con cuerpo de acero y muelle en acero inoxidable se suministra con 3 llaves niqueladas. El cilindro, de 23 mm de diámetro y de 30 a100 mm de longitud, está equipado con 5 pitones. El pestillo es de 110 mm (opción de 160 y 200 mm) en acero cromado.



Compatible con puertas de apertura izquierda o derecha. Disponible en llaves iguales, nº determinado y amaestramiento. Combinable con cilindros Serie D y candados Armoured , Serie U, P50, Inox50 y K50.
La palanca de 110 mm está fabricada en acero cromado.

Feliciano Aranzabal, S.A.
Tel.: 943712121 • ifam@ifam.es
www.interempresas.net/P71508

Duplicadoras de llaves

Para el duplicado de las llaves de transporder

Máquina electrónica para el duplicado de las llaves de transporder de las principales marcas, Philips y Texas en sus variantes de código fijo y crypto sobre los transporders TPX1, TPX2 y TPX4, con tecnología desarrollada por JMA.
La TRS-5000 EVO es capaz de clonar sobre otro transporder sin necesidad de cabezas electrónicas, ni baterías, utilizando la misma tecnología que el transporder original y sin conexión a ordenador.
Se simplifica la actualización de la máquina gracias aun software ue permite actualizar, tanto el software de ordenador como la propia máquina, de manera automática y sencilla.
La sencillez del uso de la máquina se basa en la utilización de tan sólo 2 botones (Read&Copy) para el reconocimiento y clonado de las llaves de transporder, mostrando información detallada del transporder, además de los pasos a seguir para el clonado de una forma clara y fácil.

Puede funcionar con stand alone o con conexión a un ordenador mediante USB.
TRS-5000 Evo clona un transporder sobre otro transporder el 85% de los vehículos del mercado.

Alejandro Altuna, S.A.
Tel.: 943793000
marketing@jma.es
www.interempresas.net/P96125

Calzado de seguridad

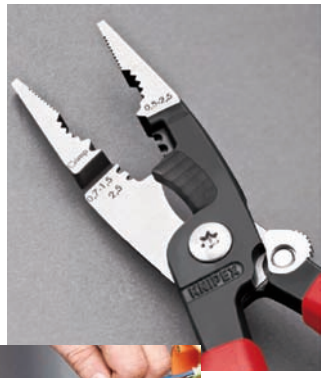
Con la suela formada de goma nitrílica de dos colores

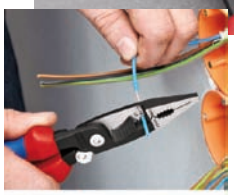
En el zapato de seguridad Golve, de Utility diadora, que comercializa Pasema, es de piel Nubuck Silk, con la suela formada de goma nitrilica de dos colores y el forro es de Air Mesh.
La entresuela consta de EVA con film de poliuretano, mientras que la puntera es de aluminio 200 J, con plantilla antiperforación K-sole y plantilla EVA anatómica extraíble. Es un producto conforme a la norma EN ISO 20345.
Los calzados de seguridad Glove Utility diadora están disponibles en las tallas que van desde la 35 a la 48 en cuatro colores: negro,rojo,polvo y marrón claro.

Pasema, S.A.
Tel.: 938853251 • vendes.pasema@gmail.com
www.interempresas.net/P61666

Alicates para instaladores

Varias utilidades en una única herramienta





Aúna en una sola herramienta las funciones básicas de cuatro de las herramientas más utilizadas por el instalador. Cortacables, pelacables, prensaterminales y alicate. Además, como alicate, sus prestaciones son muy variadas. Gracias a su cabeza esbelta permite trabajar en lugares de difícil acceso. La boca del alicate tiene una superficie de agarre lisa y plana para manipular materiales delicados y cables sin dañar el aislamiento y otra dentada para manipular materiales más resistentes. Los cantos exteriores de la cabeza están marcados para poder abrir los pasos en las cajas empotrables y desbarbar los orificios abiertos.
Una herramienta versátil que junto con el juego de destornilladores y el alicate de corte diagonal completa el equipo imprescindible para cualquier instalador.
La versión con muelle de apertura automática integra un cierre de seguridad inteligente que permite trabajar con el alicate sin necesidad de abrirlo, manteniendo los filos del cortables protegidos.

Agencia Internacional de Comercio, S.L.
Tel.: 945290304
aginco@aginco.es
www.interempresas.net/P95981

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

Escaleras de almacén

Fabricadas en fibra de vidrio

Escalera de almacén fabricada en fibra de vidrio con plataforma de trabajo de 60 x 65 cm, barandilla de subida en ambos lados y con barandilla en los tres lados de la plataforma.
La altura de la barandilla de la plataforma es de 100 cm e incluye un peldaño plano de 80 mm de huella, así como travesaño con 2 ruedas fijas de D= 160 mm con freno. Incluye además tirante "anticierre" con bisagra para poder plegar la escalera.
Está homologada según DIN EN 131 en apoyo a aptdo. 6.5.1 de la EN 61478:2002 + A1:2004

Wakü Escaleras, S.L.
Tel.: 938964766 • info@wakuescaleras.com
www.interempresas.net/P97750

Sierras circulares

De doble disco

Powerplus Dual Saw es una sierra circular para cortes precisos, suaves y fáciles.
Sus dos cuchillas giran en dirección opuesta y permiten cortar casi cualquier material Puede cortar maderas duras y blandas, metales duros, metales blandos, plásticos, formica, PVC, aluminio, acero corrugado, latón, cobre, hierro, de grado industrial barras de refuerzo, ... y hierro entre otros materiales.
La profundidad máxima de corte es de 25 mm.

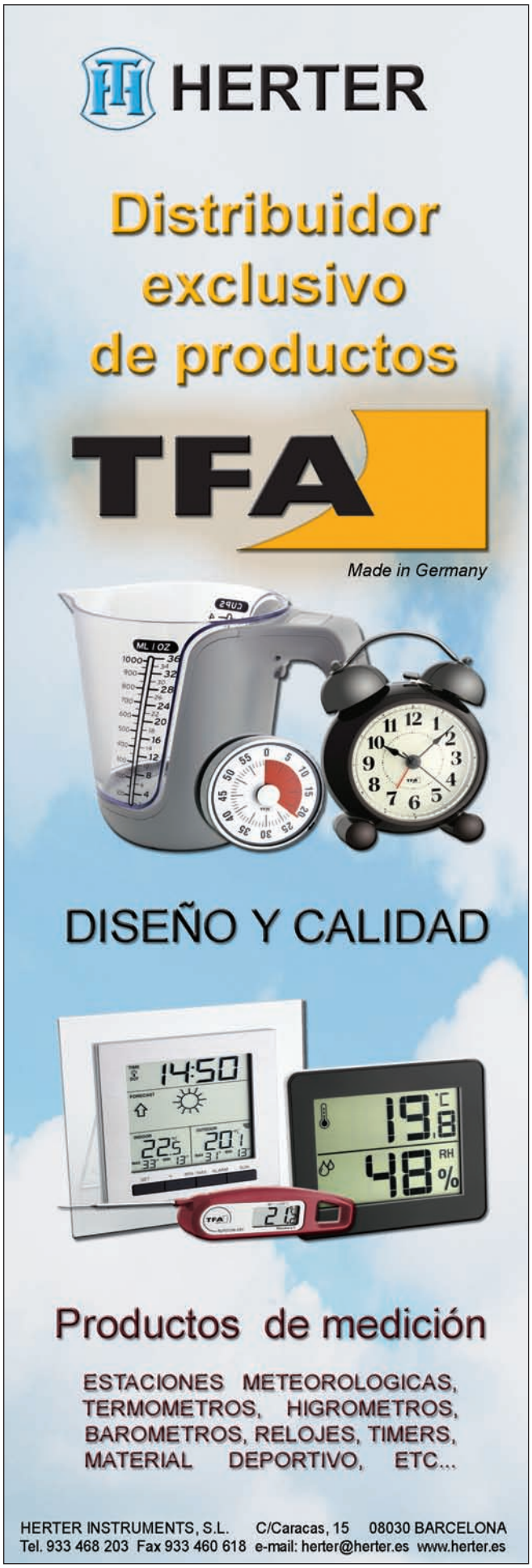
Varo Ibérica Bricolaje, S.L.
Tel.: 937597784 • info.es@varo.com
www.interempresas.net/P93769

Cerraduras de teclado

El teclado metálico dispone de unos laterales curvados para facilitar la apertura y cierre de la taquilla

Estas cerraduras electrónicas permite gracias a su software y conectividad mediante mini USB funciones como: en caso de emergencia forzar la apertura y el cierre, acceso a los registros internos, asignar y eliminar la llave electrónica, visualizar el estado de las baterías, programar la apertura automática....
Disponen también de un relieve en el centro del teclado para un mejor reconocimiento del posicionado de los números ayudando así al discapacitado visual.
No necesita red, sólo 4 pilas tipo AA de venta en cualquier tipo de establecimiento gracias a esto no se ve afectado por los apagones ni por bajadas de tensión.
El teclado metálico dispone de unos laterales curvados para facilitar la apertura y cierre de la taquilla.

Talleres Absa, S.A.
Tel.: 935873610
comercial@keya.es
www.interempresas.net/P80143



Cerraduras de seguridad

Para puertas de madera

La empresa Feliciano Aranzabal distribuye la cerradura de seguridad para puertas de madera que dispone de las siguientes características:

- Cierre con picaporte y 4 bulones.
- Recomendado su uso con los cilindros de seguridad IFAM.
- Distancia entre ejes de 85 mm.
- Entrada 50 mm.
- Picaporte reversible.
- Suministrado con escudo de seguridad.
- Posibilidad de frente cuadrado o redondo.
- Acabado latonado o niquelado.

Feliciano Aranzabal, S.A.
Tel.: 943712121
ifam@ifam.es
www.interempresas.net/P95788

Andamio profesional en fibra de vidrio

Dirigido al mercado eléctrico e industrial

Tempo Advance está formado por pocos componentes que facilitan el transporte y montaje (no necesarias herramientas). Pueden ser utilizados en configuraciones standard o estructuras especiales a medida.
Es ideal para trabajos en tensión, productos químicos y mantenimiento.
Fabricado en tubo de fibra de vidrio 50 mm ø con peldaños estriados antideslizantes.

Características técnicas:

- Anchos disponibles: 0,85 e 1,45 m.
- Largos disponibles: 2,50 m.
- Capacidad: 200 kg/mq (incluidas 2 personas).

Equipamiento:

- 4 ruedas de nylon con freno de 200 mm de diámetro, husillos reguladores para salvar desniveles y obstáculos 400 mm.
- Marcos de alturas 1,00 – 1,50 – 2,00 m.
- Plataforma con estructura de fibra de vidrio y tablero finlandés antideslizante con rodapiés, trampilla y gancho antiviento.
- Manual de uso y mantenimiento y certificado de conformidad con la norma EN1004

Hispano Industrias Svelt, S.L.
Tel.: 985793012 • svelt@telecable.es
www.interempresas.net/P67773

Llaves con protector

Disponibles en colores naranja, rojo, verde, azul y lila

JMA comercializa los protectores para llaves Windcolor, disponibles en diferentes colores: naranja, rojo, verde, azul y lila.
Las llaves irán envasadas en bolsas de 10 unidades (2 de cada color) y en caja Windcolor de 50 unidades.
Con las llaves se presentará un elemento publicitario de mesa para poder mostrar el producto a los cliente o usuarios.

Alejandro Altuna, S.A.
Tel.: 943793000
marketing@jma.es
www.interempresas.net/P96126

Cilindros para llaves

Acabados en latón y níquel

La Serie C de IFAM es una opción económica de cilindros con la calidad asegurada de la marca.
Se trata de cilindros con perfil europeo, cuerpo de aleación de zinc, 5 pitones, 3 llaves de acero niquelado y perfil paracéntrico y acabados en latón y níquel.
Los pitones y contrapitones son de latón y los muelles de acero inoxidable.

Feliciano Aranzabal, S.A.
Tel.: 943712121 • ifam@ifam.es
www.interempresas.net/P82346

Duplicadora mecánica de puntos

Precisa y fiable

Matrix PRO de Silca Key es una duplicadora mecánica de puntos que garantiza rendimientos de alta calidad y precisión en la reproducción de llaves de seguridad con cifrado plano o inclinado, llaves de regata, llaves tipo Fichet y llaves tubulares.

Silca Key Systems, S.A.
Tel.: 934981400 • silca@silca.es
www.interempresas.net/P69702

Generadores inverter

Potencia máxima de 10,5 kW

Generador diésel que aplica la tecnología inverter. Con esta tecnología la salida de corriente es 100% estable, el motor diésel puede trabajar a muy bajas revoluciones, manteniendo al mínimo el consumo, el ruido y las emisiones de humos. Además, puede trabajar horas y horas sin descanso.
Características:
- Potencia máxima 10,5 kW para una amplia gama de aplicaciones.
- Nivel de ruido bajo, alrededor de 57-63 db/7m.
- La tecnología inverter da una corriente de alta calidad, 100% estable.
- Diseño y estilo patentado.
- Arranque eléctrico para un fácil empleo.
- El motor diésel KD373GTi proporciona muchas horas de funcionamiento con un consumo reducido.

Ribe - Antonio Moner, S.L.
Tel.: 972546811
ribe@ribe-web.com
www.interempresas.net/P95771

Cuerdas trezadas

De polipropileno

Hilaturas Perio distribuye rollos de cuerda trenzada de polipropileno de diferemtes tipos:
- Planas/sin alma: se presentan en carretes de 100 m y en color blanco con pinta roja y color negro con pinta roja.
- Tipo bicolor: se presentan en carretes de 100 m y están disponibles en color blanco con verde y rojo con amarillo.

Hilaturas Perio, S.L.
Tel.: 968762015 • perio@hilaturasperio.com
www.interempresas.net/P97445

Duplicadora de llaves

Motor monofásico de 220 V

Máquina duplicadora profesional en la que se combinan sencillez y versatilidad a la hora de duplicar llaves planas para cerraduras a cilindro y para vehículos, llaves cruciformes (en cruz) y especiales, gracias a su mordaza de 4 lados.
Las tecnologías y materiales de última generación hacen de ella una máquina duplicadora resistente y precisa en el duplicado.
Las diversas guardas que cubren todas las partes móviles de la máquina, aportan seguridad al operario durante el proceso de duplicado. Todos los botones de accionamiento y parada son de fácil acceso.

Características:
- Motor: Monofásico, 220 V, 1.350 rpm.
- Fresa: acero extra rápido
- Velocidad fresa: 650 rpm.
- Mordazas: de acero con 4 caras de amarre.
- Curso útil: Eje X = 53 mm.
- Iluminación: mediante diodos LED.
- Transmisión: correas estriadas.
- Dimensiones: 430 x 280 x 420 mm (ancho x alto x profundidad).
- Peso: 27 kg.
- Seguridad: interruptor trasero de puesta en marcha, pulsador de desbloqueo de carro para duplicado, protección amplio de fresa, protección zona de cepillo y bandeja para recogida de virutas.

Alejandro Altuna, S.A.
Tel.: 943793000
marketing@jma.es
www.interempresas.net/P96017

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.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.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

Asociación Española de Codificación Comercial ____ 49
BLUEMASTER by celesa ____ 11
Control Integral ____ 67
Feliciano Aranzabal, S.A. ____ 6
Ferroforma - Bilbao Exhibition Centre ____ 13
Herter Instruments, S.L. ____ 69
Hilaturas Perio, S.L. ____ 37
Hispano Industrias Svelt, S.L. ____ 61
Imcoinsa 1985, S.A. ____ 15
Inoxibar ____ Interior Portada, 3
Original Buff, S.A. ____ 53
Pasema, S.A. ____ 39
Petronas ____ 47
Pinturas Montó, S.A. ____ 33
Ribe - Antonio Moner, S.L. ____ 35
Rolser, S.A. ____ Portada
Silca Key Systems, S.A. ____ 23
Talleres Absa, S.A. ____ 25
Talleres de Escoriaza, S.A.U. - Grupo Assa Abloy ____ 43
Tomás Bodero, S.A. ____ Contraportada
Varo Ibérica Bricolaje, S.L. ____ 16, 17
Velilla Confección Industrial, S.A. ____ 27
Wakü Escaleras, S.L. ____ 65
Xylazel, S.A. ____ Interior Contraportada
Yudigar, S.L.U. (Grupo HMY) ____ 8

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 €	☐
PRODUCCIÓN ALIMENTARIA	4	32 €	☐	73 €	☐
ENVASE Y EMBALAJE	4	32 €	☐	73 €	☐
EQUIPAMIENTO INDUSTRIAL	4	32 €	☐	73 €	☐
OBRAS PÚBLICAS	6	48 €	☐	109 €	☐
CONSTRUCCIÓN	4	32 €	☐	73 €	☐
INDUSTRIA METALMECÁNICA	11	88 €	☐	202 €	☐
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 €	☐

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)

xylazel®

Aire Sano

CALIDAD
Desde 1969
INNOVACIÓN

Pintura adecuada para alérgicos y asmáticos

xylazel
xylazel.com
Zeltia GRUPO

A+

AVALADA POR seaic sociedad española de alergología e inmunología clínica

IQNet

ISO 9001
BUREAU VERITAS
Certification
Nº ES039191 / ES039188

TOMÁS BODERO

SOLUCIONES PARA LA PROTECCIÓN DE LA MANO

Mucho más que guantes.

Pol. Ind. Los Pedernales • C/ Piedra de Sílex • 09195 Villagonzalo Pedernales • BURGOS • España
Tel.: 947 47 42 26/27 • Fax: 947 47 43 17 • **Tel. Atención al cliente: 902 44 66 22**

ES

WEB www.tomasbodero.com
BLOG www.quierounguante.es