CANAL FERRETERO

www.canalferretero.com

Publicación profesional dirigida al distribuidor del sector ferretero y del suministro industrial

Año XI. nº 74.
Marzo-Abril 2020

LA VENTA ONLINE, AÚN MINORITARIA, PERO CON TENDENCIA ALCISTA

- Monográfico Iluminación
- Post Expocadena 2020
- Monográfico Adhesivos y Selladores
- Entrevista Rocio Pajares, PANTER

EDITEC
GRUPO EDITORIAL

CARBIDE TECHNOLOGY

#BOSCHCARBIDE

Supera los límites.

www.bosch-professional.com/es/es/carbide/

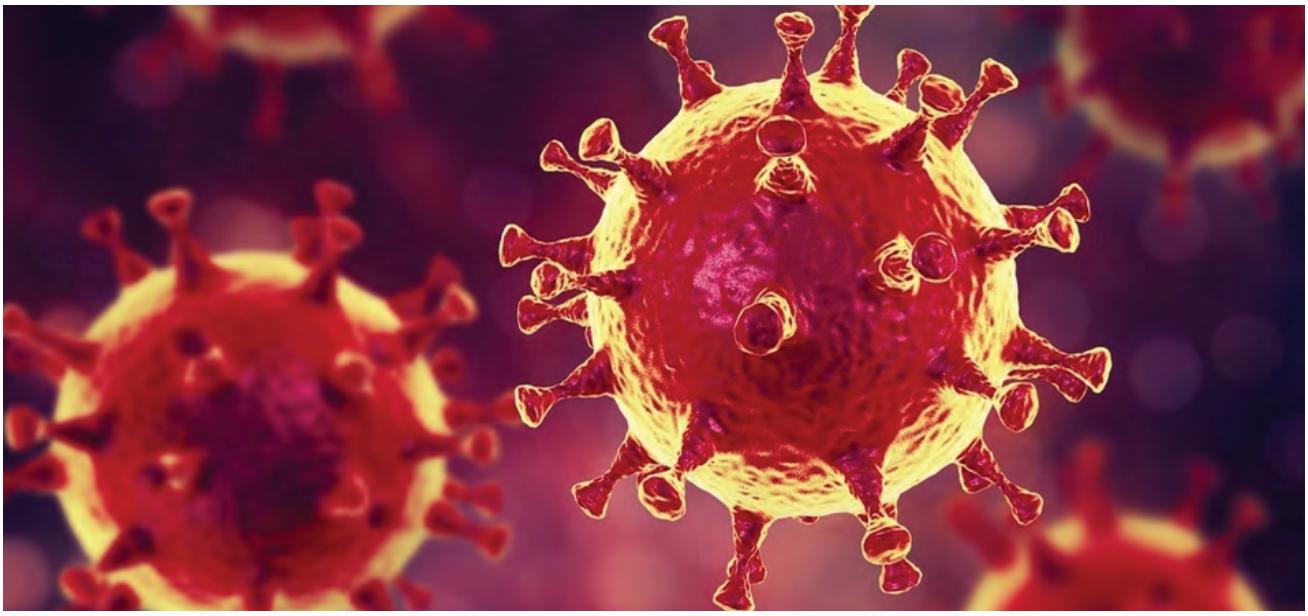
Accesorios Profesionales Bosch. Mejora tu herramienta.

MÁS DURADEROS
Soluciones con incomparable vida útil. Listos para durar.

MÁS RESISTENTES
Nuevas soluciones para trabajar en materiales y aplicaciones adversas.

MEJORES
Soluciones para alcanzar niveles de rendimiento sin precedentes.

BOSCH



EL GOLPE DEL CORONAVIRUS

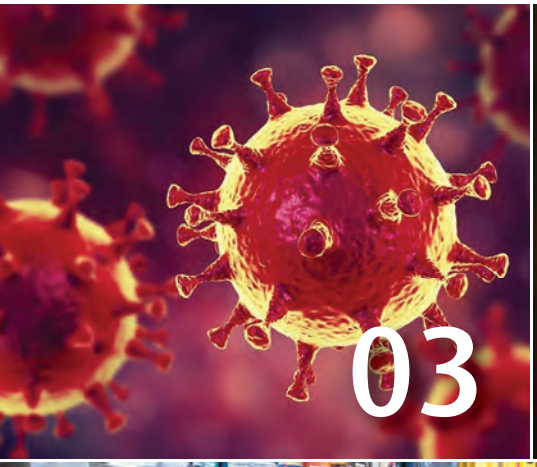
A la fuerza. Así es como han sido canceladas las ferias, los congresos, las presentaciones, y cómo han cerrado las ferreterías y suministros industriales. El sector está parado, bueno el país, y prácticamente el mundo. La epidemia mundial del coronavirus ha afectado a España brutalmente, y tal y como ya se pronosticaba, se ha sumido en un estado de alarma que ha conllevado el cierre de todos los comercios, excepto los de primera necesidad, el cierre de fronteras y el confinamiento de las personas en los hogares. ¿Y ahora, qué va a pasar? La crisis, en mayor o menor medida, será el próximo paso. Cuánto durará y lo fuerte que será para nuestra economía, y en concreto para el sector, es todavía una incógnita.

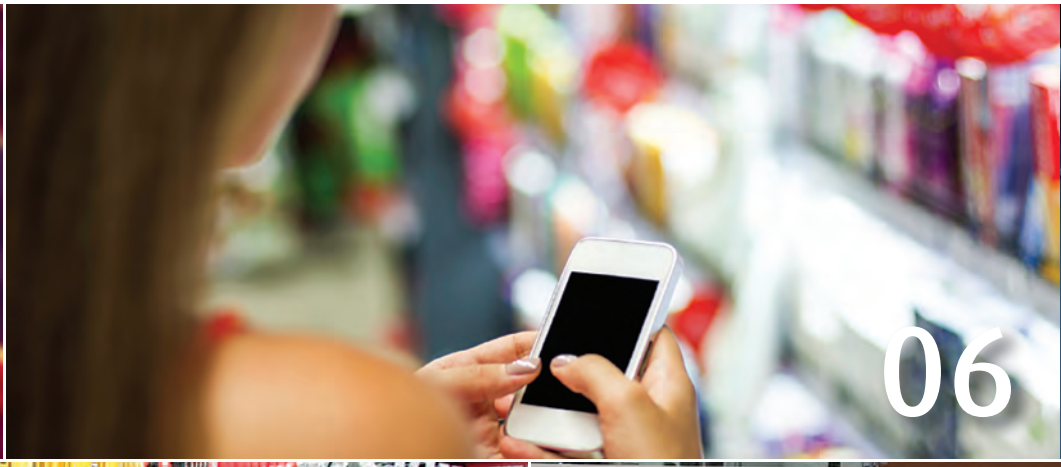
De momento, los distintos actores del sector se han adaptado a la situación y los eventos previstos para estas semanas, esperan celebrarse en los próximos meses. Es el caso de la feria Maderalia, aplazada hasta el mes de junio o el Congreso de AECOC, aplazado para principios del mes de julio. Del mismo modo, la feria de Colonia, cancelada in stremis por el virus, ya ha pospuesto su celebración para febrero de 2021.

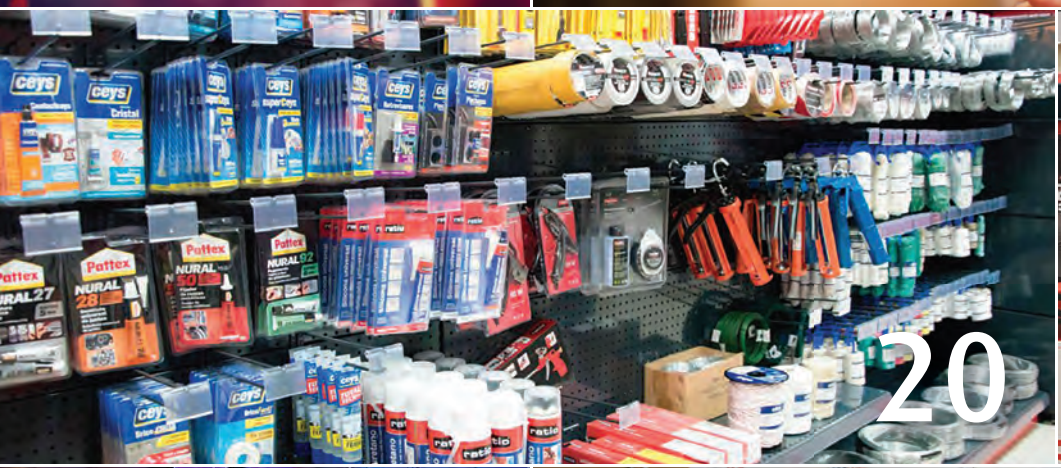
Por su parte, las asociaciones del sector reclaman soluciones, es el caso de UCES, la federación española de profesionales de cerrajería de seguridad, que aglutina a más de 300 empresas en todo el Estado, y que ya ha expresado su preocupación ante esta grave situación que "exige una respuesta rápida desde el Gobierno de España que ponga en marcha de manera urgente actuaciones que garanticen la liquidez a las empresas del sector que, en este son PYMES y autónomos, con el objeto de minimizar en lo posible una quiebra inevitable que derivará en la destrucción de actividad y empleo". El presidente de UCES, Manuel Sánchez ha afirmado que "solo el primer día, el pasado viernes, en la Comunidad de Madrid las empresas de cerrajería de seguridad realizaron de media un 10% del trabajo habitual en estas fechas".

Mientras, el positivismo y las noticias más halagüeñas, llegan de la mano de SICUR, la gran feria de la seguridad laboral si llego a celebrarse en IFEMA Madrid, pocos días antes de la declaración del estado de alarma, y logró cosechar grandes cifras. La cita revalida su papel como motor del sector de la seguridad integral y capacidad de convocatoria, congregando a 706 expositores, 2.016 empresas participantes, y la visita de 42.838profesionales. El Salón Internacional de la Seguridad volvió a convertirse en uno de los grandes catalizadores de negocio para una industria que requiere su actualización constante para afrontar con garantía de éxito los importantes retos en tecnología, diseño e innovación del mundo de la seguridad. Así mismo, la feria concentró el interés de los profesionales del sector de la seguridad de toda España, con una alta afluencia. El 54,6% de visitantes llegaron desde fuera de Madrid, lo que muestra el gran alcance de la convocatoria. Las comunidades autónomas desde donde más visitantes se desplazaron fueron Cataluña, Andalucía y Valencia. SICUR contó también con un gran número de visitas internacionales de 81 países, que han representado el 8,3% de la afluencia total. En este capítulo, destacó, especialmente la presencia de profesionales de Europa, sobre todo de Portugal, Reino Unido y Alemania, además de Latinoamérica y países del Norte de África.

Y con una de cal y una de arena, publicamos un número más deseando al sector, y al mundo, mucho ánimo y fuerza.







03 EDITORIAL
El golpe del coronavirus

30 POST EXPOCADENA 2020
Todas las claves de la X edición del Congreso Expocadena

20 MONOGRÁFICO ADHESIVOS
Optimismo ante la demanda de adhesivos y selladores: crecen un 5%

06 ESPECIAL VENTA ONLINE
El canal online sigue siendo minoritario, aun así, su tendencia es alcista

24 ENTREVISTA
Rocio Pajares, máxima responsable de Panter

38 POST BIGMAT DAY 2020
BIGMAT DAY celebra una nueva edición con 130 proveedores

14 MONOGRÁFICO MATERIAL ELECTRICO E ILUMINACIÓN
La iluminación cae ligeramente en el cierre de 2019

26 POST SICUR
Las grandes marcas del sector presentes en SICUR 2020

36 INFORME REFORMA
Mujer, propietaria de un piso y con hijos: el perfil de los que optan por reformar su vivienda

CANAL FERRETERO

Depósito Legal:
M-55064-2008

Edita:
Grupo Editorial Editec

Director:
Luis Gómez-Llorente

Redactora Jefe:
Alejandra Cabornero Hernando

Redacción:
Isabel Blancas Maldonado
Luis Francisco Blanco Barba

Marketing Manager
Jorge Rohrer Hernando

Colaboradores:
Diego L. Martin (Consultor), Verónica Olivera Villanueva (Periodista), José Carlos Cámara (Periodista), Manuel Fernandez Martinez (Licenciado), Gonzalo Garos, Isidoro Hernández Ferrer, Fernando R. Ortega Vallejo (Abogado), Francisco J. Sánchez-Gamborino (Abogado)

Pruebas Técnicas:
Juan Morón, Manuel Rujas, Antonio Juliá

Dirección, Redacción y Publicidad:
C/. Padilla, 72
Tel.: 91 401 69 21 / 91 401 34 39

Diseño Web y Boletines Digitales:
Departamento propio

Precio de suscripción por un año edición Papel y boletín Digital:
Nacional: 65,49 €. Extranjero: 120 €.
Número suelto: 7,44 €

Impresión:
Gráficas Aries

Preimpresión:
infoycomunicación

Los artículos firmados expresan el criterio de sus autores, sin que ello suponga que CANAL FERRETERO, ni las respectivas empresas de los colaboradores, compartan necesariamente las opiniones expuestas por los primeros.

EDITEC GRUPO EDITORIAL

TENDENCIA ALCISTA EN EL CANAL ONLINE, QUE AÚN ES MINORITARIO EN LAS COMPRAS DE PRODUCTOS DE FERRETERÍA

AMAZON SIGUE TENIENDO EL MAYOR PESO EN LA ADQUISICIÓN DE ARTÍCULOS DEL SECTOR

EL ENTORNO ONLINE HA MODIFICADO LOS HÁBITOS DE COMPRA DE LOS CONSUMIDORES TRANSFORMANDO EL MODELO DE NEGOCIO. ELEMENTOS COMO LA COMODIDAD EN EL PROCESO DE COMPRA, LA FACILIDAD EN LAS DEVOLUCIONES, EL AHORRO DE LOS GASTOS DE ENVÍO Y LA REDUCCIÓN DE LOS TIEMPOS DE ENTREGA INFLUYEN DE MANERA DIRECTA EN LA SATISFACCIÓN Y FIDELIZACIÓN DE LOS COMPRADORES

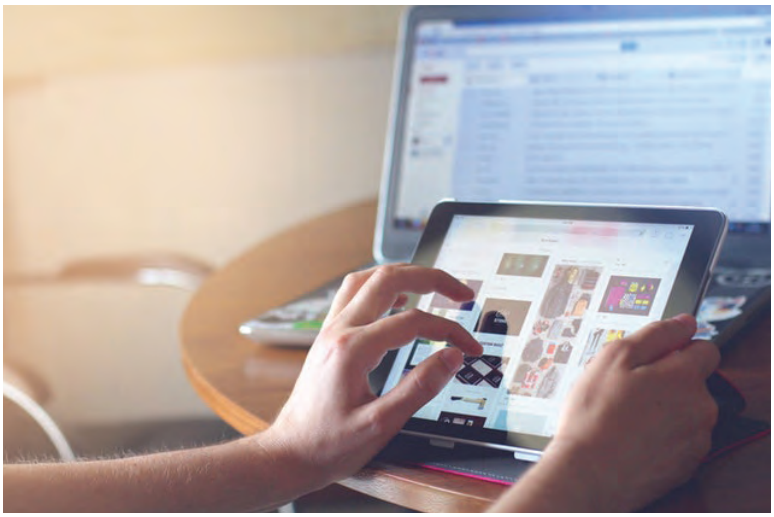
Los establecimientos físicos son los grandes dominadores del mercado de la ferretería. Según los datos del informe 'Radiografía del comprador de ferretería y bricolaje', presentado por la plataforma de estudios AECOC Shopperview, más del 90% de los compradores han acudido a sus establecimientos de referencia para hacer su última compra de productos del sector. Las grandes cadenas especializadas siguen siendo los puntos de venta preferidos por casi la mitad de los compradores, mientras que el 29% prefiere las tiendas tradicionales y el 14% opta por acudir a las grandes superficies generalistas. El estudio revela que la amplia variedad de productos de las tiendas físicas y su capacidad para ofrecer soluciones a las necesidades del consumidor son las variables más destacadas por parte de los usuarios.

El estudio también remarca que el canal online sigue siendo minoritario en las compras de productos de ferre-

tería. Aun así, su tendencia es alcista, especialmente gracias al peso de Amazon. El 6% de los compradores indican que han hecho su última adquisición en artículos del sector a través del gigante del comercio electrónico. Una cifra especialmente relevante, si tenemos en cuenta que el conjunto de marketplaces suman una cuota de mercado del 8%. El precio y la variedad en el catálogo son dos de los factores más valorados por los compradores, y estos dos elementos son decisivos en la competitividad del comercio electrónico.

El último informe de AECOC Shopperview sobre el comportamiento del consumidor demuestra que este ha mantenido su inversión en ferretería y bricolaje en los dos últimos años. Según los datos del estudio, el 57% de los encuestados gastaron lo mismo en 2019 que dos años atrás. Los cambios de residencia y el inicio de reformas domésticas son los principales motivos citados por los que han gastado más, seguidos de la compra de productos de mayor calidad.

Por otra parte, 8 de cada 10 encuestados afirma que tiene en cuenta si el producto que compran es respetuoso con el medioambiente antes de comprarlo, y la mitad se muestra dispuesto a pagar un 10% adicional por artículos de ferretería y bricolaje sostenibles. De hecho, el informe apunta a la sostenibilidad como una de las principales oportunidades de crecimiento del sector para los próximos años.



EL 6% DE LOS COMPRADORES INDICAN QUE HAN HECHO SU ÚLTIMA ADQUISICIÓN EN ARTÍCULOS DEL SECTOR A TRAVÉS AMAZON. UNA CIFRA ESPECIALMENTE RELEVANTE, SI TENEMOS EN CUENTA QUE EL CONJUNTO DE MARKETPLACES SUMAN UNA CUOTA DE MERCADO DEL 8%

INFORME GLOBAL

La facturación del comercio electrónico en España ha aumentado en el primer trimestre de 2019 un 22,2% interanual hasta alcanzar los 10.969 millones de euros, según los últimos datos de comercio electrónico disponibles en el portal CNMCData.

Los sectores de actividad con mayores ingresos han sido las agencias de viajes y operadores turísticos, con el 15,0% de la facturación total; el transporte aéreo, con el 9,1% y las prendas de vestir, en tercer lugar, con el 5,9%.

Si nos fijamos en el número de transacciones, en el primer trimestre de 2019 se han registrado más de 203 millones de transacciones, un 29,9% más. El transporte terrestre de viajeros lidera el ranking por compraventas (7,3%).

En cuanto a la segmentación geográfica, las webs de comercio electrónico en España se han llevado el 52,1% de los ingresos en el primer trimestre de 2019. El 47,9% restante se corresponde con compras con origen en España hechas a webs de comercio electrónico en el exterior.

El saldo neto exterior (la diferencia entre lo que se compra desde el extranjero a sitios webs españoles y lo que se compra desde España al extranjero) arroja un déficit de 3.077 millones de euros.

Por número de transacciones, el 42,1% de las compraventas se registran en webs españolas y el 58,0% en webs del extranjero.

El volumen de negocio de las transacciones con origen en España y dirigidas hacia el exterior ha sido de 5.253 millones de euros, un 23,8% más que en el primer trimestre del año anterior. El 95,1% de las compras desde España hacia el exterior se dirigen a la Unión Europea.

Las ramas de actividad con mayor volumen de negocio desde España hacia el exterior son el trasporte aéreo (un 12,4%), las prendas de vestir (8,0%) y los juegos de azar y apuestas (un 5,8%).

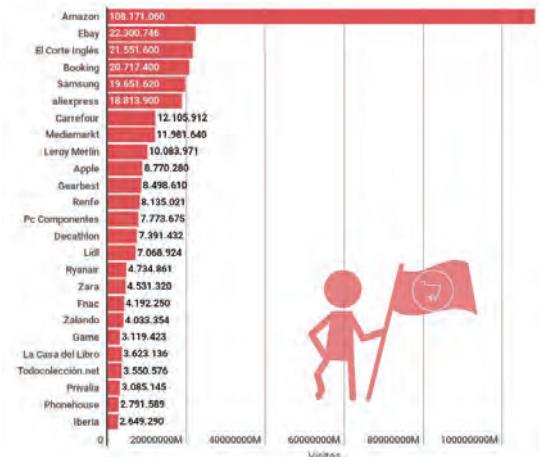
Por su parte, las ventas desde webs españolas hacia el exterior se han situado en una facturación de 2.176 millones de euros, un 36,6% más que en el primer trimestre del año anterior. El 68,5% de las compras desde el exterior proviene de la Unión Europea.

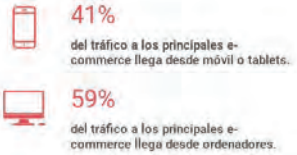
Asimismo, las áreas de actividad relacionadas con el sector turístico (que agrupa las agencias de viajes, transporte aéreo, transporte terrestre, alquiler de automóviles y los hoteles) acaparan el 67,8% de las compras que desde el extranjero se hacen en webs de comercio electrónico españolas.

EL COMERCIO ELECTRÓNICO SUPERA EN ESPAÑA LOS 10.900 MILLONES DE EUROS EN EL PRIMER TRIMESTRE DE 2019, UN 22,2% MÁS QUE EL AÑO ANTERIOR

EL CRECIMIENTO DE LAS VENTAS DE LAS TIENDAS DE BRICOLAJE SE MODERA HASTA EL 2% EN 2019

Según el Observatorio Sectorial DBK de INFORMA, los ingresos agregados de los grandes establecimientos especializados en la venta minorista de artículos de bricolaje en España y Portugal alcanzó en 2018 los 4.765 millones de euros, un 4,5% más que en el ejercicio anterior.
En ambos mercados, aunque con mayor intensidad en España, se observó una moderación del ritmo de crecimiento. La variación en España fue del 3,8% (+9,4% en 2017), hasta los 3.795 millones, mientras que en Portugal se registró un crecimiento ligeramente superior al 7% (+10,4% en 2017), elevándose a 970 millones de euros.
En 2019 se prevé una prolongación de la tendencia de debilitamiento de las ventas, estimándose una facturación del sector de 4.870 millones de euros, lo que supone un 2,2% más que en 2018, en un contexto de menor crecimiento del consumo privado y descenso del número de puntos de venta.
En septiembre de 2019 operaban 510 tiendas especializadas en la venta minorista de artículos de bricolaje en el conjunto del mercado ibérico, de las cuales 330 se localizaban en España y las 180 restantes en Portugal.
En el período enero-septiembre de 2019 la oferta en España se redujo en unos treinta puntos de venta, mientras que en Portugal se mantuvo estable.
A este respecto, la alta intensidad competitiva en el sector ha provocado la integración de operadores en grupos de mayor tamaño, la salida del mercado de algunos competidores y la reestructuración de redes de tiendas.
Cataluña, Andalucía, Madrid y la Comunidad Valenciana albergan conjuntamente el 55% de los establecimientos operativos en España. Por su parte, en Portugal destacan los distritos de Lisboa y Oporto, con una participación sobre la oferta global en este mercado del 35%.
La estructura empresarial muestra una creciente concentración de las ventas en los principales operadores. Los cinco primeros reúnen en el conjunto del mercado ibérico una cuota en torno al 86%, participación que alcanza el 92% al considerar el grupo de los diez mayores.





Los ingresos de comercio electrónico dentro de España (compras hechas en España a webs españolas) han aumentado un 12,9% interanual hasta los 3.540 millones de euros. El sector turístico supone el 25,9% de la facturación dentro de España, seguido de los espectáculos artísticos, deportivos y recreativos (6,7%).

Y MÁS EN CONCRETO

En el último año el tráfico hacia las páginas de los principales e-commerces del país ha aumentado en un 249%. El mayor crecimiento se produjo entre septiembre y enero, momento en el que varios eventos comerciales como el Black Friday o las Navidades generan un importante aumento de ventas. El ritmo de crecimieto del comercio electrónico cayó en los primeros meses de 2018, sin tantos eventos comerciales y frenado también por el mal clima. En estos seis primeros meses del año las visitas a los e-commerces analizados ha caído en un 5,90% de media. No es sorprendente que una vez más Amazon lidere el ranking como la tienda online con más tráfico mensual. Tan solo en el mes de junio, esta plataforma alcanzó, aproximadamente, 108 millones de visitas desde España.

EN GENERAL, EL TRÁFICO LLEGA EN UN 59% A TRAVÉS DE DISPOSITIVOS MÓVILES Y EN UN 41% A TRAVÉS DEL ORDENADOR

DESDE EL TRABAJO MÁS SENCILLO HASTA EL MAYOR DESAFÍO

POLY MAX

1 PEGAR 2 MONTAR 3 SELLAR

Poly Max® es el faro al que siguen otros adhesivos de su categoría. Este producto líder es el resultado de la **innovación y desarrollo** constantes de **UHU**® .
Con su distintivo envase rojo, Poly Max® es un referente de confianza para el profesional más exigente.

Déjate guiar hacia el éxito por "GO TO THE MAX", la nueva **campaña multicanal 360°** de Poly Max®.

www.uhu-spain.com

Con Amazon como líder, en el segundo puesto, y a mucha distancia está la página de eBay España, que acumuló más de 22 millones de usuarios. El primer e-commerce español que encontramos en la lista es El Corte Inglés, con un tráfico en junio de 21,5 millones, seis veces menos que el gigante de Amazon. Los datos de tráfico analizados también muestran la temporalidad del e-commerce. En el sector del bricolaje, la web que ocupa las primeras posiciones tras el gigante electrónico es Leroy Merlin, en el octavo puesto.

Noviembre y diciembre son los meses más rentables para las tiendas online, o al menos, son los meses donde se producen más visitas a sus páginas web. Por lo que la caída del tráfico en los primeros meses del año es un acontecimiento al que el e-commerce nos tiene acostumbrados.

En este análisis también se ha tenido en cuenta con qué dispositivos se accede a cada página web. La mayor parte de páginas webs analizadas cuentan con más accesos desde móvil o tableta, alcanzando más del 80% de las sesiones en el caso de e-commerces como Kiabi, Xiaomi o Samsung. En general, el tráfico llega en un 59% a través de dispositivos móviles y en un 41% a través del ordenador.

LA LOGÍSTICA DEL COMERCIO ONLINE A EXAMEN

El entorno online ha modificado los hábitos de compra de los consumidores transformando el modelo de negocio. Elementos como la comodidad en el proceso de compra, la facilidad en las devoluciones, el ahorro de los gastos de envío y la reducción de

los tiempos de entrega influyen de manera directa en la satisfacción y fidelización de los compradores. En este contexto, y con el objetivo de abordar las oportunidades y desventajas del nuevo panorama, la Asociación de Fabricantes de Ferretería y Bricolaje organizó durante 2019 en Madrid y Barcelona dos Grupos de Trabajo sobre Logística Digital.

En estos Grupos de Logística han participado un total de 24 directivos de 11 empresas asociadas de AFEB. Los asistentes coincidieron en que deben ajustarse a la demanda del comprador de hoy, existiendo margen de mejora en la reducción de costes de la cadena de suministro.Estas fueron algunas de las principales propuestas planteadas:

- La optimización en los flujos logísticos. Adoptar tecnologías, tanto de software como de sistemas de almacenamiento, que faciliten la preparación de pedidos que requieren flexibilidad e inmediatez, con cantidades mínimas y destinos diversos.
- El dropphissing. Se considera la solución más eficiente para reducir el Lead Time y los costes operativos de hacer llegar un producto desde el origen hasta la casa del comprador, siendo unánime también la idea de que es un servicio diferencial que los fabricantes tienen que poner en valor.
- Desarrollar unas conectividades/ comunicaciones digitalizadas. Aspectos como la trazabilidad de los pedidos o la comunicación de la disponibilidad de los productos es clave para crear confianza y fidelización en el comprador y evitar malas experiencias de compra provocadas por la cancelación de pedidos.
- Almacenes automatizados. Las nuevas tecnologías, tanto de software, SGA, como las instalaciones automatizadas, son sin duda uno de los aspectos más importantes para mejorar la eficiencia de los procesos logísticos y la reducción de los costes.

Otros de los asuntos tratados en estas reuniones fueron las oportunidades que ofrecen los nuevos embalajes con certificado ISTA 6 de Amazon (en vigor desde el pasado 1 de octubre); la manera de gestionar los picos de servicio como el Black Friday; los circuitos logísticos de los Big Players o los costes logísticos.

Éste último tema contó una exposición a cargo de la compañía Expense Reduction Analysts; en la que se comentó la necesidad de negociar correctamente y hacer un seguimiento detallado de los contratos y tarifas de los transportistas y agentes logísticos, confirmando el B2C como el sector de mayor crecimiento en el transporte. Igualmente, se remarcó la idea de buscar uno o varios especialistas en el ser-

HAY QUE ADOPTAR TECNOLOGÍAS, TANTO DE SOFTWARE COMO DE SISTEMAS DE ALMACENAMIENTO, QUE FACILITEN LA PREPARACIÓN DE PEDIDOS QUE REQUIEREN FLEXIBILIDAD E INMEDIATEZ, CON CANTIDADES MÍNIMAS Y DESTINOS DIVERSOS

AYERBE

TRANSPALETAS ELÉCTRICAS
ELEQTRA

ELEQTRA 1500 Kg.
3 opciones diferentes de medidas de palas

ELEQTRA 1200 kg.
Palas 540 x 1150 mm.

ELEQTRA 2000 kg.
Palas 540 x 1150 mm.

AYERBE

APILADORES ELÉCTRICOS
ELEQTRA

- *COMPACTO Y LIGERO*
- *ALTA MANIOBRABILIDAD*
- *BATERIAS DE CARGA RÁPIDA*
- *CARGADOR 25A INTEGRADO*
- *IDEAL PARA USAR ENTRE PLANTAS*
- *SOLUCIÓN IDÓNEA PARA OPERAR CON CARGAS LIGERAS*

1200 kg.

2 opciones diferentes de altura de elevación

AYERBE INDUSTRIAL DE MOTORES S.A.
Oilamendi, 8 - 10 (Polígono Industrial de Jundiz) www.ayerbe.net ayerbe@ayerbe.net

ASPECTOS COMO LA TRAZABILIDAD DE LOS PEDIDOS O LA COMUNICACIÓN DE LA DISPONIBILIDAD DE LOS PRODUCTOS ES CLAVE PARA CREAR CONFIANZA Y FIDELIZACIÓN EN EL COMPRADOR Y EVITAR MALAS EXPERIENCIAS DE COMPRA PROVOCADAS POR LA CANCELACIÓN DE PEDIDOS

EL 93% DE LOS CONSUMIDORES COMPARA PRECIOS ONLINE ANTES DE COMPRAR

9 de cada 10 consumidores compara precios online antes de comprar un producto. Así lo revela la encuesta realizada por el comparador de seguros Acierto.com con motivo del Día del Consumidor, que la compañía ha aprovechado para esclarecer algunas cuestiones sobre los hábitos de consumo de los españoles.

El 93% de los entrevistados coteja precios en la red cuando piensa adquirir un nuevo producto, y casi dos tercios de quienes lo hacen, finalizan la compra por Internet. El objetivo es informarse y reducir costes. Comparar nos brinda la oportunidad de ahorrarnos hasta un 50% en determinados servicios. Es el caso, por ejemplo, de los seguros de coche, pero no el único. "El tipo de producto influye en el proceso de compra, dónde y cuánto comparamos y el canal de venta favorito. Productos de precio elevado, como en el caso de la electrónica, se prestan más al análisis, no solo de precio sino de características técnicas, y puede ser más frecuente que la compra se realice a través de Internet. En cambio, en el caso de la moda es posible que, aunque el usuario mire y consulte opciones, decida ir a una tienda física a realizar la compra", explica Carlos Brüggemann, cofundador de Acierto.com. Lo curioso es que la comparativa también se hace a posteriori: hasta el 25% de la muestra afirmó comparar después de comprar para cerciorarse de que lo había hecho a un buen precio e, incluso, para devolver el producto cuando la diferencia resultaba muy significativa.

En la relación entre comparación y adquisición del producto online se aprecian diferencias en función de la edad y del sexo del comprador. Los que más compran a través de Internet son los hombres menores de 25 años –casi el 70%, un 14% más que ellas. Sin embargo, un 26,7% de las mujeres menores de 25 años utilizan Internet para hacer consultas y comparaciones, pero finalizan la compra en una tienda física (en el caso de los hombres solo un 19,6%). Cuatro de cada diez varones de entre 55 y 65 años que prefieren realizar la compra física previa comparación online. Las mujeres de esta franja de edad que se suman a esta tendencia son solo el 25,81%.

Cada vez más nos decantamos por adquirir a través de la red, en lugar de la tienda física. En términos globales, más del 70% de españoles son adeptos a esta clase de consumo. Entre las razones para elegir el e-commerce se encuentran el ahorro de tiempo, el acceso a información adicional, y la posibilidad de cotejar diferentes opciones sin dedicar demasiado tiempo y sin tener que desplazarse de un establecimiento a otro. Por fin, hasta el 95% consideran que su decisión final ha sido tomada por el conocimiento adquirido durante este proceso de comparativa.

vicio concreto que se ofrece (normalmente por geografía y por pesos).

CIFRÁS RECORD ONLINE Y NUEVO MARKETPLACE

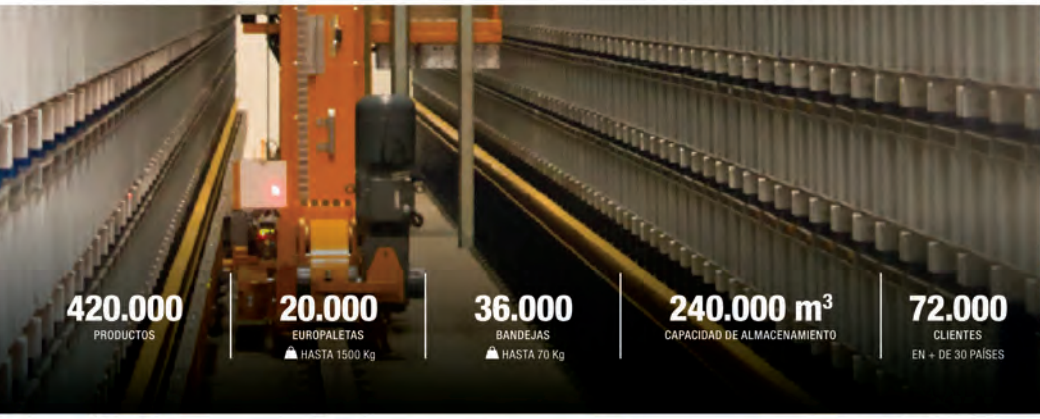
Leroy Merlin ha dado a conocer sus resultados anuales, que consolidan un año más su liderazgo al frente del sector del acondicionamiento del hogar. Durante 2019, Leroy Merlin facturó 2653 millones de euros, tras la unión con AKI, lo que supone un aumento del 24,6% respecto al año anterior. Asimismo, su EBIT llegó hasta los 84,5 millones de euros y su tienda online obtuvo cifras récord con una facturación de 59,9 millones de euros (un 26,8% más que en 2018). La compañía afronta este 2020 con un lema "despertar en cada persona la motivación de crear entornos donde vivir mejor". Además, Leroy Merlin ha lanzado Hogami, el marketplace de servicios de acondicionamiento del hogar que pone en contacto a clientes y profesionales seleccionados y avalados por Leroy Merlin. La previsión para 2020 es contar con 800 profesionales que den servicio a unos 25 000 clientes activos. "La garantía de los proveedores en el Marketplace es lo más trabajoso, pero sólo de esa manera podremos garantizar grandes resultados", explicaban desde la dirección.

LAS NUEVAS TECNOLOGÍAS, TANTO DE SOFTWARE, SGA, COMO LAS INSTALACIONES AUTOMATIZADAS, SON SIN DUDA UNO DE LOS ASPECTOS MÁS IMPORTANTES PARA MEJORAR LA EFICIENCIA DE LOS PROCESOS LOGÍSTICOS Y LA REDUCCIÓN DE LOS COSTES

LUSAVOUGA

Mayorista de Suministros Industriales

DESDE 1967



420.000 PRODUCTOS

20.000 EUROPALETAS — HASTA 1500 Kg

36.000 BANDEJAS — HASTA 70 Kg

240.000 m³ CAPACIDAD DE ALMACENAMIENTO

72.000 CLIENTES — EN + DE 30 PAÍSES

CAT LED WORK LIGHTS	Char-Broil	Professional Char-Griller	CHEMITOOL	dancook	DASSY professional workwear	DEWALT	DUNLOP
ILUMINACIÓN	BARBACOAS	BARBACOAS	PROTECCIÓN LABORAL SELLADORES Y ADHESIVOS SOLDADURA TORNILLERIA Y ANCLAJES	BARBACOAS	PROTECCIÓN LABORAL	PROTECCIÓN LABORAL CINTAS DE SIERRA	PROTECCIÓN LABORAL
GRAND PRIX	IRWIN TOOLS	JACK DANIEL'S	PLANO	PUMA safety shoes	STANLEY	TERRAX by RUKO	
AEROSOLES TÉCNICOS Y PINTURAS	HERRAMIENTA MANUAL	BRIQUETAS DE CARBÓN	PROTECCIÓN LABORAL ALMACENAJE	PROTECCIÓN LABORAL	ALMACENAJE PROTECCIÓN LABORAL SOLDADURA	HERRAMIENTA DE CORTE	

CHEMITOOL

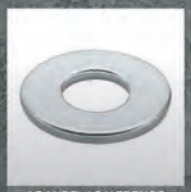
TORNILLERIA Y ANCLAJES

TORNILLOS HEXAGONALES

TORNILLOS ALLEN

TORNILLOS SIN CABEZA

TUERCAS


ARANDELAS Y FRENOS

ROSCA MÉTRICA

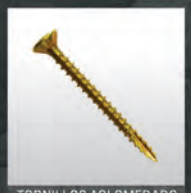
ROSCA DE CHAPA

REMACHES Y CHAVETAS

ROSCA MADERA

VARILLA ROSCADA

TORNILLOS CARTÓN-YESO


TORNILLOS AGLOMERADO

ANCLAJES

ELEMENTOS DE ELEVACIÓN

ABRAZADERAS

CHEMITOOL está disponible para ayudar en la búsqueda de una solución no estándar, tales como, piezas por diseño, estampadas o torneadas. De A hasta Z, de las arandelas de paso hasta los pasadores cilíndricos, de DIN 1 hasta DIN 82101A y de M1x2 hasta M72x600, encuentra alrededor de 70.000 productos diferentes en nuestra gama CHEMITOOL.

Con un stock medio de cerca de 11.000 paletas de fijaciones en acero al carbono, acero inoxidable, latón, nylon y otras aleaciones exóticas, LUSAVOUGA tiene todo para ser su proveedor de fijaciones. Con una logística interna eficaz y acuerdos firmados varios aliados estratégicos en la logística de distribución, nuestros clientes reciben 97% de sus pedidos en las 24/48 horas siguientes.

Además, también celebramos acuerdos estratégicos con proveedores europeos seleccionados, lo que permite una respuesta eficaz a las necesidades de nuestros clientes en caso de una ruptura repentina de stock.

www.chemitool.com

WWW.LUSAVOUGA.ES

Edifício LUSAVOUGA
Avenida Europa, 375
3800-533 Cacia
Portugal

900 998 240
lusavouga@lusavouga.es

LA ILUMINACIÓN CAE LIGERAMENTE EN EL CIERRE DE 2019

ANFALUM ESTIMÓ QUE EL MERCADO DE LA ILUMINACIÓN CERRARÍA EL 2019 EN 1.341 MILLONES

LAS EMPRESAS DEL MERCADO ESPAÑOL EXPORTARON PRODUCTO POR UN VALOR DE 489 MILLONES DE EUROS DURANTE EL 2019, UN 1,4% MENOS QUE EN EL 2018. MIENTRAS, EL ALUMBRADO EXTERIOR TRAE BUENAS NOTICIAS CON UNA SUBIDA DEL 2,9%, DEL MISMO MODO EL ALUMBRADO INTERIOR DECORATIVO RECUPERA ESTE AÑO 2019, 7 MILLONES EN FACTURACIÓN CON RESPECTO AL 2018

La Asociación Española de Fabricantes de Iluminación ofreció la previsión de mercado para el 2019 (cierre con los 9 primeros meses) con un cierre que estima en el entorno de los 1.341 millones de euros como cifra global de ventas y 851 millones para el mercado nacional que supondría una bajada de un 1,4 % con respecto a las ventas nacionales del 2018. Estos datos, provisionales, advierten una ligera caída del mercado, aún así habrá que esperar a los resultados del análisis final previsto para los primeros meses de 2020.

La asociación ha estimado que las ventas globales para el cierre de 2019 estarán en torno a los 1.341 millones de euros ofreciendo a continuación una rectificación de las cifras del 2018 cerrando este en 1.361 millones, lo que supone una disminución próximo al 1,5 % de caída de facturación. Se trata de una rectificación importante con respecto al -8,9% informado en su asamblea de junio del 2019. Unas estimaciones mucho más catastróficas, pero que gracias al empuje de los últimos meses del pasado año han resultado unas cifras venideras más positivas.

La estimación de Anfalum, de la facturación nacional del mercado de la iluminación es, con los 9 primeros meses del año analizados, de 851 millones de euros, que enfrentados con los datos ofrecidos ahora del 2018 de 863 millones, significa una caída del mercado del entorno del 1,4% que aun siendo negativo queda lejos de los 823 millones informados a mediados de año que suponían una caída de un 6,3%.

Las empresas del mercado español exportaron producto por un valor de 489 millones de euros durante el 2019, un 1,4% menos que en el 2018. Esta cifra también ha sido rectificada por la asociación que deja la importación del 2018 en 496 millones frente a los 412 millones que informaron en junio de 2019 con una caída del 13%.

LAS FUENTES DE ILUMINACIÓN PIERDEN FUELLE,SEGÚN EL INFORME PRESENTADO POR LA ASOCIACIÓN CON UNAS VENTAS CIFRADAS EN 120 MILLONES DE EUROS QUE SUPONEN UNA CAÍDA DEL 9,1%

Alumbrado exterior

El alumbrado exterior trae buenas noticias, con unas ventas de 378 millones sobre los 367 millones del 2018. En junio la cifra que daba Anfalum era de 364 millones de euros. En definitiva una subida de un 2,9% que aporta esperanza de recuperación con la vista puesta en esos 584 millones de euros del 2015.

Alumbrado Interior Técnico

Anfalum estima unas ventas de 535 millones (parecidas ventas a las del 2017) frente a los 553 millones de euros del 2018. Desde luego muy diferentes a los 467 millones del 2018 y 508 millones del 2016 que informaron en la asamblea de junio del 2019. Lo que significa es que el mercado no solo no decreció en el 2018 (bajada de un 7,9%, según el informe de junio) sino que creció un 2,7%. Ahora con los 9 primeros meses del año el mercado se contrae hasta los 535 millones con una caída del 3,25%.

Alumbrado Interior Decorativo

Según el informe presentado por Anfalum, el alumbrado interior decorativo recuperaría en 2019, 7 millones en facturación con respecto al 2018. De 166 a 173 millones. Un incremento del 4%. Es de destacar también la rectificación de las cifras del 2017 que pasa de los 173 millones cerrados en el anterior informe a los 181 millones del actual. Y de los 150 millones del 2018 informados en junio a los 166 millones del informe actual.

Fuentes de Iluminación

Las fuentes de iluminación pierden fuelle, según el informe presentado por la asociación con unas ventas cifradas en 120 millones de euros que suponen una caída del 9,1%. La cifra del 2018 también ha sido

SEGÚN EL INFORME PRESENTADO POR ANFALUM, EL ALUMBRADO INTERIOR DECORATIVO RECUPERARÍA ESTE AÑO 2019, 7 MILLONES EN FACTURACIÓN CON RESPECTO AL 2018. DE 166 A 173 MILLONES

EL MERCADO DE LA ILUMINACIÓN LED SUPERARÁ LOS 127.000 MILLONES DE EUROS EN EL 2027. SE ESPERA QUE EL TAMAÑO DEL MERCADO MUNDIAL DE LA ILUMINACIÓN LED ALCANCE LOS 127.840 MILLONES DE DÓLARES PARA EL 2027, CON UNA TASA DE CRECIMIENTO ANUAL COMPUESTO (CAGR) DEL 10,8%

LA MALA REPUTACIÓN DEL SECTOR DE LA REFORMA PROVOCAN PÉRDIDAS DIRECTAS DE 5.400 MILLONES

La Asociación Nacional de Distribuidores de Cerámica y Materiales de Construcción (Andimac) estima que la falta de confianza y la mala reputación que tiene en la sociedad el mundo de la reforma provocan unas pérdidas directas de 5.400 millones de euros en este mercado; por lo que el volumen total del mercado de materiales podría escalar por encima de los 23.000 millones de euros, frente a los 18.000 millones actuales.
La patronal lo achaca a que cerca de un 30% de las obras se acaban posponiendo y en torno a un 40% de las mismas se inician con, al menos, tres meses de retraso. Y ello se debe, principalmente, a las dudas de los ciudadanos a la hora de plantearse llevar a cabo una reforma.
Andimac destaca la importancia de fomentar el buen hacer de los profesionales para que el sector en su conjunto mejore sus cifras de negocio, puesto que actualmente las tiendas especializadas crecen la mitad que las grandes superficies, cuya oferta está más asociada al "háztelo tú mismo" que a la calidad basada en el empleo de materiales de mayores prestaciones.
Y es que, tal y como demuestran los cálculos realizados por Arthursen para Andimac, el comercio de materiales de construcción cada año pierde medio punto porcentual de cuota de mercado con respecto a los gigantes de la distribución. En este sentido, la patronal advierte de que el problema que tienen las pymes es que su palanca para crecer está en el segmento de obra nueva, donde la morosidad lastra el potencial de crecimiento.

rectificada, de los 129 millones a los 132 millones del informe actual.

Componentes para luminarias

Los componentes para luminarias pierden mercado, con una bajada de 8 millones de euros. También aquí la asociación presenta una rectificación con respecto a la asamblea de junio y da en el 2017, 137 millones frente a los 136 millones del actual y para el 2018, 117 millones frente a los 107 millones del informe de junio. En definitiva, con las rectificaciones incluidas la bajada es de un 6,8% en la estimación del 2019.

Báculos y columnas de alumbrado

Esta especialidad es la única, que según Anfalum, se mantiene. Eso sí con los datos rectificados en esta última asamblea. Los datos anteriores cifraban en 19 millones el año 2017 (ahora 18) y 24 millones en el 2018 (en junio se cifró en 20 millones)

LA ILUMINACIÓN LED, NO DEFRAUDA

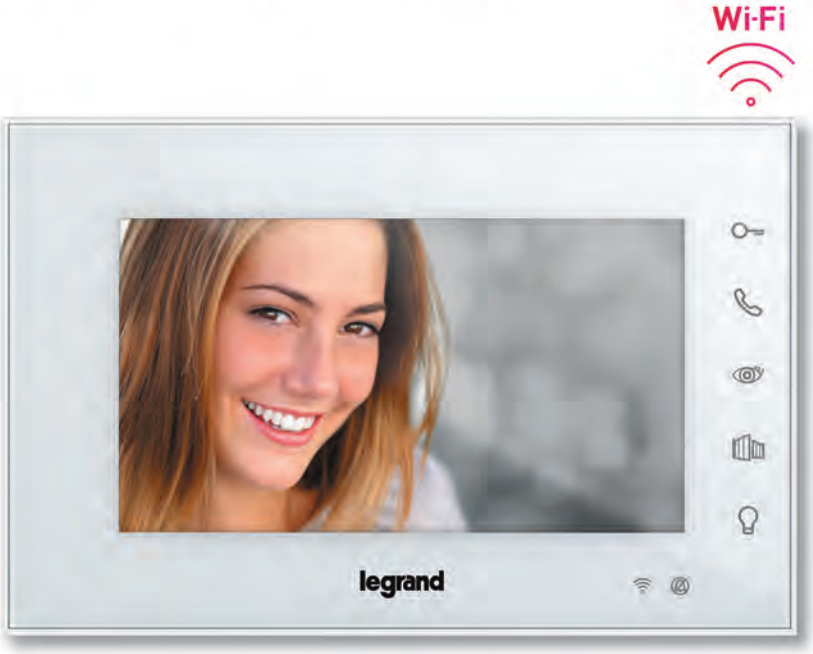
El mercado de la iluminación LED superará los 127.000 millones de euros en el 2027. Se espera que el tamaño del mercado mundial de la iluminación LED alcance los 127.840 millones de dólares para el 2027, con una tasa de crecimiento anual compuesto (CAGR) del 10,8%. Esta es una de las conclusiones del último informe de mercado sobre la iluminación LED realizado por Research and Markets. La industria de la iluminación ha experimentado una vertiginosa transformación a la tecnología LED que ha impulsado el mercado en los últimos años. Los fabricantes han mostrado consistencia en el desarrollo de nuevos productos, a la vez que lograban reducir los costes de los mismos, siendo ambos factores claves y los que han impulsado la demanda del mercado. En el informe se indica como "el aumento de los costes del reciclado y la eliminación de los productos LED que incluyen elementos nocivos, es un factor preocupante que pueden obstaculizar la expansión del mercado".

legrand®

www.legrand.es/DIY

EASY KIT CONNECTED

LA SOLUCIÓN INTELIGENTE PARA TU SEGURIDAD



Kit de videoportero 2 hilos, con **conexión WI-FI integrada.**

¡Síguenos! LegrandGroupES

Conoce al detalle esta solución desde tu móvil

SECURDAD

visualiza cámaras de interior y exterior estando fuera de casa.

INTELIGENTE

contesta y abre la puerta estés donde estés

CONFORT

acceso a tu hogar sin necesidad de usar llaves

Además, se señala como los avances tecnológicos que han llevado al desarrollo de una iluminación LED de alta calidad, sin flicker, ha contribuido al crecimiento de los segmentos de aplicaciones comerciales e industriales.
En Europa se está produciendo un aumento de la demanda de luces LED debido a los esfuerzos de los gobiernos en el fomentar y desplegar tecnologías de iluminación eficientes. Por ejemplo, el gobierno sueco decidió apoyar plenamente la transición a la tecnología LED mediante el establecimiento de un programa de subvención de I+D con una inversión de alrededor de 6,3 millones de dólares. Además, países como Alemania y el Reino Unido se están centrando en el despliegue de fuentes de iluminación eficientes para reducir el costo operacional y mejorar la calidad de las luces.
Los principales actores que operan en el mercado de la iluminación LED de América del Norte han sido testigos de un aumento en las ventas de productos en los últimos años. El tipo de iluminación fluorescente lineal para aplicaciones industriales y comerciales tuvo una amplia adopción en los Estados Unidos debido a sus beneficios, como el bajo costo y la alta eficiencia. Sin embargo, las revisiones de las normas de iluminación declaradas por el Departamento de Energía de los Estados Unidos, junto con una mayor concienciación, han obligado a los usuarios finales a adoptar las luces LED, impulsando así el crecimiento del mercado.
La tecnología de iluminación LED también ha sido testigo de un crecimiento significativo en áreas como la iluminación en el sector sanitario y la iluminación en la horticultura. Además, se prevé que la iluminación conectada e inteligente desempeñe un papel crucial en el crecimiento del mercado de la iluminación con diodos emisores de luz durante el período previsto. Se prevé que el desarrollo de ciudades inteligentes en todo el mundo ofrecerá oportunidades de crecimiento lucrativo a los principales agentes del mercado.

LIGHT+BUILDING ANUNCIÓ SU APLAZAMIENTO POR LA CRISIS DEL CORONAVIRUS (COVID-19) Y FIJA PARA FINALES DE SEPTIEMBRE, DEL 27 DE SEPTIEMBRE AL 2 DE OCTUBRE, LAS FECHAS EN QUE SE VA A CELEBRAR LA FERIA

LIGHT + BUILDING APLAZADO

Light+Building anunció su aplazamiento por la crisis del coronavirus (COVID-19) y fija para finales de septiembre, del 27 de septiembre al 2 de octubre, las fechas en que se va a celebrar la feria. A media tarde del lunes 24 de febrero, Messe Frankfurt publicó en un comunicado oficial su decisión de aplazar la celebración de Light+Building,"debido al aumento de la propagación Coronavirus en Europa, Messe Frankfurt decidió posponer Light + Building después de intensas consultas. La feria líder mundial de iluminación y tecnologías de los edificios tendrá lugar en Frankfurt am Main entre mediados y finales de septiembre de 2020".
La organización ha decidido trasladar la feria a finales de septiembre de 2020, para que las oportunidades que surgen de la celebración de este importante evento permanezcan disponibles para todos los participantes del mercado en la actual temporada..

Cadena 88®
ferreterías

Monta tu ferretería con los profesionales de Cadena 88

Haz de nuestra experiencia tu negocio. En Cadena 88 te ayudaremos a emprender un proyecto sólido y con futuro.

- **Experiencia:** Nuestros más de 1300 puntos de venta y 29 años en el sector nos avalan. Únete al grupo líder en ferretería de proximidad.
- **Longevidad**: de las 134 ferreterías inauguradas en los últimos 10 años, el 94% siguen abiertas, prueba de su rentabilidad.
- **Acompañamiento:** En todas las fases de tu proyecto, desde la definición hasta el día de la apertura. No emprendas en solitario, aprovéchate del conocimiento de nuestros profesionales expertos en ferretería.

Asóciate con la cadena líder de ferreterías independientes.

¡Descubre las ventajas!

www.quieromontarunaferreteria.com

Ehlis®

Ehlis, S.A. C/ Sevilla, 4. Pol. Ind. Nord-Est. 08740 Sant Andreu de la Barca (Barcelona) Tel. 93 682 00 06

POSITIVISMO ANTE LA DEMANDA DE ADHESIVOS Y SELLADORES: CRECEN UN 5%

EL SECTOR ALCANZA LOS 640 MILLONES Y ESPERA UNA TENDENCIA POSITIVA PARA LOS PRÓXIMOS AÑOS

BUEN COMPORTAMIENTO DE LOS SELLADORES, CON TASAS DE VARIACIÓN SITUADAS ENTRE EL 7% Y EL 8% EN EL ÚLTIMO BIENIO, HASTA ALCANZAR LOS 230 MILLONES DE EUROS AL CIERRE DE 2018. LOS ADHESIVOS GENERARON UN VOLUMEN DE NEGOCIO DE 410 MILLONES DE EUROS, TRAS CRECER EN TORNO A UN 4% EN 2018

Según el Observatorio Sectorial DBK de INFORMA, las ventas en España de adhesivos y selladores alcanzaron un valor de 640 millones de euros al cierre de 2018, lo que supuso un 4,9% más que la cifra registrada en el ejercicio anterior, en el que había aumentado un 6,1%.

Por segmentos de demanda, los productos para construcción, bricolaje y consumo generaron unos ingresos de 335 millones de euros, un 6,3% más que en el ejercicio anterior. Esta cifra supone el 52,3% del mercado total. Por su parte, los productos para la industria, que supusieron el 47,7% restante, experimentaron un crecimiento más moderado, aumentando un 3,4%, hasta los 305 millones de euros.

Por segmentos de producto, destaca el buen comportamiento de los selladores, con tasas de variación situadas entre el 7% y el 8% en el último bienio, hasta alcanzar los 230 millones de euros al cierre de 2018. Los adhesivos generaron un volumen de negocio de 410 millones de euros, tras crecer en torno a un 4% en 2018.

El comercio exterior creció en el último ejercicio cerrado a un ritmo moderado, reflejando un aumento de las importaciones del 2,8%, hasta los 473 millones de euros, y de las exportaciones del 1,4%, hasta los 223 millones de euros.

En los próximos años es previsible que la demanda de adhesivos y selladores mantenga la tendencia positiva, si bien se espera cierta desaceleración en el ritmo de crecimiento del valor del mercado. En el bienio 2019-2020se estima que el valor de las ventas crecerá entre un 2% y un 3% anual.

En número de empresas dedicadas a la fabricación/importación de adhesivos y selladores se situó en 2018 en torno al centenar, las cuales daban empleo a alrededor de 2.200 trabajadores. La mayor parte de las empresas son de pequeña dimensión, si bien el sector está liderado por un reducido número de empresas y grupos de gran tamaño que ocupan una sólida posición en el mercado.

De esta forma, los cinco primeros operadores reunieron en 2018 el 44% del valor total del mercado, participación que se acercó al 60% al considerar a los diez primeros.

EL COMERCIO EXTERIOR CRECIÓ EN EL ÚLTIMO EJERCICIO CERRADO A UN RITMO MODERADO, REFLEJANDO UN AUMENTO DE LAS IMPORTACIONES DEL 2,8%, HASTA LOS 473 MILLONES DE EUROS, Y DE LAS EXPORTACIONES DEL 1,4%, HASTA LOS 223 MILLONES DE EUROS

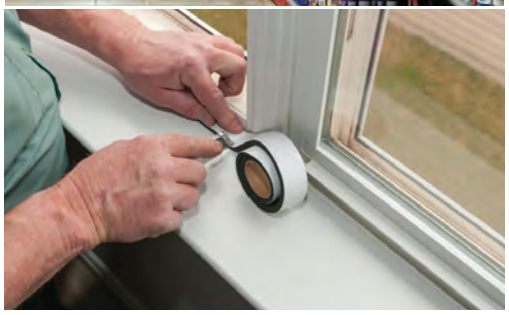
LA IMPORTANCIA DE LOS ADHESIVOS HÍBRIDOS

Un adhesivo hibrido, tal como se define la palabra hibrido, "procede de dos o más elementos de distinta naturaleza". Aplicado al campo del adhesivo es la combinación de varios elementos químicos, para crear una formula óptima que combine las propiedades y características más interesantes de cada uno, para garantizar una unión firme, segura y fiable. Esta tecnología es una opción excelente para todo tipo de soluciones específicas.
El adhesivo híbrido permite uniones de alto rendimiento entre diferentes sustratos, sin necesidad de equipos de protección personal o medioambiental, con procesos de curado cortos y con la única aplicación de un único producto. Todo proyecto de producción puede incorporar soluciones y beneficios con la sustitución de montajes mecánicos, aportando una mayor ligereza y resistencia en el resultado final de la fabricación.+
Uno de las principales barreras para los adhesivos convencionales, es la adhesión entre diferentes tipos de sustratos, siendo los adhesivos híbridos la tecnología indicada y con mayores posibilidades de combinación. Indicado para la adhesión de Gomas, Plásticos, sustratos sensibles como poliestireno, espejos, etc. En estas y en muchas más situaciones el Adhesivo Hibrido, es la solución adecuada para realizar un montaje de calidad y con procesos de aplicación de rápidos y sencillos.

Ventajas y Beneficios de los Adhesivos Híbridos
- Adhesivos respetuosos con el medioambiente y la salud del usuario.
- Libres de isocianatos, de disolventes y sin olor
- Adhesivos catalogados como productos "verdes" porque pueden ser utilizados en ambientes cerrados y en espacios abiertos al público.
- Fácil aplicación, incluso en ambientes de bajas temperaturas y húmedos
- Adhesivo compatible con la mayoría de soportes y materiales
- Resistencia mecánica elevada, incluso a las vibraciones y golpes

La amplia variedad de posibilidades de aplicación proporcionada, permite la solución a todos los desafíos encontrados en los procesos industriales.

EN LOS PRÓXIMOS AÑOS ES PREVISIBLE QUE LA DEMANDA DE ADHESIVOS Y SELLADORES MANTENGA LA TENDENCIA POSITIVA, SI BIEN SE ESPERA CIERTA DESACELERACIÓN EN EL RITMO DE CRECIMIENTO DEL VALOR DEL MERCADO. EN EL BIENIO 2019-2020SE ESTIMA QUE EL VALOR DE LAS VENTAS CRECERÁ ENTRE UN 2% Y UN 3% ANUAL



EL MERCADO GLOBAL
Según el informe 'El mercado mundial de adhesivos y selladores híbridos 2020. El Pronóstico del mercado impulsa el desarrollo para 2029', que ha analizado las tendencias, aplicaciones, análisis, crecimiento y pronósticos del mercado global para 2028, segmentando según tipo de resina, aplicación y región, los datos para los próximo 10 años son muy positivos.
Y es que la creciente demanda de adhesivos y selladores híbridos en las industrias de uso final, como la automotriz o la construcción, es un factor importante que se espera que impulse el crecimiento de los ingresos del mercado global durante los próximos 10 años. Se espera que la creciente industria de la construcción en los países en desarrollo aumente el crecimiento de los ingresos mundiales. Además, se espera que el aumento de la producción automotriz en todo el mundo, debido a la rápida urbanización y el aumento del poder adquisitivo de los consumidores, ayude también en ese impulso.
Sin embargo, por otro lado, se espera que los altos precios de las materias primas que implican la producción de adhesivos y selladores híbridos obstaculicen el crecimiento de los ingresos, lo que producirá que el crecimiento sea algo menor.

TIPO DE RESINA Y SEGMENTOS
Entre los tipos de resina, se espera que el segmento de polímero MS crezca a un ritmo moderado durante el período de pronóstico. El polímero MS se usa en la producción de adhesivos híbridos y selladores. Se espera que el aumento de la demanda de polímero MS en aplicaciones de construcción impulse el crecimiento de los ingresos de este segmento durante el período pronosticado.
Entre los segmentos de aplicaciones, se espera que el segmento de construcción represente una parte importante en términos de ingresos. La creciente demanda de adhesivos y selladores híbridos, en sellado e impermeabilización, sellado de cables, relleno de juntas y otras aplicaciones, es un factor muy importante.

Se estima que el mercado de Asia Pacífico represente una participación significativa en términos de ingresos. El creciente número de inversiones en construcción en la región debido al aumento de la población y la rápida urbanización es un factor esencial. El informe apunta que el aumento de la producción de automóviles en países como China, India, Indonesia, entre otros, respalde el crecimiento.
Asia Pacífico representa una importante participación en términos de ingresos en el mercado global de adhesivos y selladores híbridos, seguido por los mercados de América del Norte y Europa. En informe anticipa que el mercado de adhesivos y selladores híbridos en América del Norte crecerá a un ritmo constante durante el período.

SE ESPERA QUE EL MERCADO DE ASIA PACÍFICO REPRESENTE UNA PARTICIPACIÓN SIGNIFICATIVA EN TÉRMINOS DE INGRESOS. EL CRECIENTE NÚMERO DE INVERSIONES EN CONSTRUCCIÓN EN LA REGIÓN DEBIDO AL AUMENTO DE LA POBLACIÓN Y LA RÁPIDA URBANIZACIÓN ES UN FACTOR ESENCIAL

ÉXITO DEL XX CONGRESO INTERNACIONAL DE ADHESIÓN Y ADHESIVOS

El pasado 2019, en concreto en el mes de septiembre, tuvo lugar el XX Congreso Internacional de Adhesión y Adhesivos: Tecnologías del futuro para uniones adhesivas de ASEFCA (Asociación de fabricantes de colas y adhesivos). Una edición organizada también por TECNALIA, junto al GEAA (Grupo Español de Adhesión y Adhesivos), cuya secretaría ostenta INESCOP y con la colaboración de CESOL (Asociación Española de Soldadura y Tecnologías de Unión), AEMAC (Asociación Española de Materiales Compuestos), EUROSURFAS (Encuentro Internacional del Tratamiento de Superficies) y EXPOQUIMIA (Encuentro Internacional de la Química). Asimismo, se organizó un Workshop sobre "Estructuras Multimaterial" contando con la participación de investigadores y empresas de especial relevancia en relación a este tipo de productos y sus diferentes aplicaciones industriales.
Durante el Congreso se presentaron alrededor de 30 comunicaciones técnicas con un alto nivel de investigación y excelencia científica, así como dos conferencias de alto nivel. En esta ocasión se han centrado en diferentes temas como: síntesis y formulación de adhesivos, tratamientos superficiales, técnicas de caracterización de adhesivos y superficies, aplicación de adhesivos de interés industrial.

Cabe destacar la alta participación de empresas tanto en el Congreso como en el Workshop del día anterior, superando en gran porcentaje a centros tecnológicos y universidades.
Por otro lado, durante la reunión anual del GEAA celebrada en el marco del congreso se decidió que el XXI Congreso Internacional de Adhesión y Adhesivos se celebrará en Sevilla en 2021.
Adicionalmente, durante dicha reunión se otorgó el "Reconocimiento a la trayectoria profesional" a D. Alberto Sastre Pascual, Director Técnico de Industria y Adhesivos de la empresa SIKA, miembro fundador del GEAA, por su apoyo incondicional a las actividades realizadas por la asociación.
Desde ASEFCA quisieron agradecer a los patrocinadores del Congreso y Workshop su participación, entre ellos estuvieron Sika y tesatape.

DURANTE EL XX CONGRESO INTERNACIONAL DE ADHESIÓN Y ADHESIVOS SE PRESENTARON ALREDEDOR DE 30 COMUNICACIONES TÉCNICAS CON UN ALTO NIVEL DE INVESTIGACIÓN Y EXCELENCIA CIENTÍFICA, ASÍ COMO DOS CONFERENCIAS DE ALTO NIVEL

"EL USUARIO DE PANTER SABE QUE CUENTA CON UNA CALIDAD EXTREMA, MUY SUPERIOR AL RESTO, CON UN CALZADO CON GRANDES CARÁCTERÍSTICAS"

ROCÍO PAJARES, MAXÍMA RESPONSABLE DE PANTER

SICUR 2020 HA SUPUESTO TODO UN ÉXITO PARA PANTER Y ROMBULL. LAS MARCAS PRESENTARON TODAS SUS NOVEDADES, TENDENCIAS Y SOLUCIONES A LA VANGUARDIA TECNOLÓGICA EN DISEÑO Y PROTECCIÓN

PANTER y ROMBULL, fabricantes nacionales y empresas líderes en el sector del calzado de seguridad, protección y uniformidad, y en el sector de redes, cordelería y mallas de seguridad, bricolaje y deporte, expusieron en una nueva edición de SICUR, Salón Internacional de la Seguridad que se celebrado del 25 al 28 de febrero de 2020 en Madrid IFEMA, sus últimas tendencias y soluciones a la vanguardia tecnológica en diseño y protección. Desde CANAL FERRETERO tuvimos la oportunidad de entrevistar a Rocío Pajares, máxima responsable de Panter.

¿Cómo está funcionando SICUR 2020?
Está siendo muy provechosos, no hemos parado, aprovechamos muy bien el tiempo, hacemos un trabajo previo con los distribuidores, establecemos citas concertadas y las cumplimos.

¿Cuáles son las novedades que presentáis en esta feria?

Presentamos cinco nuevas líneas de calzado. En primer lugar la ecológica, tan demandada en el mercado actualmente. Panter ha logrado hacer una línea ecológica con productos reciclados. En concreto, los procedentes de la tecnología PET, derivada del plástico. Se trata del plástico más demandado en la actualidad y decidimos apostar por ello. Este tipo de tecnología esta aplicada tanto en los textiles exteriores como interiores, mientras que los cordones son de algodón reciclado, y la suela de poliuretano, un material que luego se aprovecha para el asfalto en carreteras o el suelo de parques infantiles. Es una línea que ha gustado mucho a los distribuidores.

Por otro lado está la línea StickLite, que nace enfocada a solucionar los problemas de deslizamiento, el 45% de las empresas que visitamos tienen este tipo de problema, que acarrea accidentes provocados por resbalones. Una línea de calzado de monodensidad, muy ligero y con lámina de TPV. Se trata de un calzado muy demandado con altos costes de producción y no todo el mundo está dispuesto a fabricarlo.

También disponemos de la línea ARMOTEX, que cuenta con una gran resistencia a la abrasión, cuenta con tejidos de hilo de poliuretano lo que lo hace flexible y ligero. Se trata de un tejido que se puede coser y cortar fácilmente pero con una resistencia brutal.

Es importante hablar también de la tecnología LaySmart, que invierte el orden de las capas para conseguir un calzado que evite la fatiga muscular. Esta tecnología lleva en proceso de investigación 2 años. Se trata de una plantilla con un volumen de 3cm de altura que hace función de plantilla y de suela, que actúa como un 'colchón' que reduce muchísima la fatiga muscular. Esta tecnología cuenta con tres opciones dependiendo del tipo de trabajador, dinámico, estático y mixto. La dinámica con propiedades de retorno de energía y elásticiad, la estática todo lo contrario con propiedades viscoelásticas, y las mixtas, que son el 80% de los trabajadores, incorpora propiedades de ambos. Las personas con plantillas ortopédicas pueden incorporarlas a este tipo de calzado.

¿Cuál es la clave del éxito de Panter?

El usuario de Panter sabe que cuenta con una calidad extrema, muy superior al resto, con un calzado con grandes características, sobre todo en lo referente a la durabilidad, gracias a la materia prima que utilizamos. Siempre estamos realizando nuevas investigaciones, preguntando e interesándonos por la opinión de nuestros proveedores, descubriendo nuevos horizontes y nuevas materias prima.

Y en el extranjero, este año habéis participado en varias ferias, una en concreto en Dubai. ¿Cómo está funcionando la marca fuera de España?

Hemos ampliado recientemente el departamento extranjero con dos nuevas personas más. La participación en las ferias Intersec y Dubai ha sido un éxito, y creeemos que es importante reforzar el equipo. Se trata de proyectos con grandes empresas y de grandes volúmenes, por ello es esencial ampliar nuestro equipo.

Visén, Rocío y Ramón Pajares.

LAS GRANDES MARCAS DEL SECTOR PRESENTES EN SICUR 2020

FABRICANTES, ASOCIACIONES... NADIE QUISO PERDERSE EL ENCUENTRO SECTORIAL

EL SECTOR DE LA SEGURIDAD LABORAL SE DIO CITA EN SICUR 2020, UNA FERIA EN LA QUE NO FALTARON LAS MARCAS MÁS IMPORTANTES DEL SECTOR Y QUE CONTÓ CON UNA GRAN AFLUENCIA DE PÚBLICO

Entre los días 25 al 28 de febrero, SICUR 2020 convirtió a los pabellones de Feria de Madrid en uno de los más completos escaparates internacionales del sector de la seguridad integral. El Salón contó con una gran afluencia de público y la presencia de las empresas más importantes del sector. La feria contó con 706 expositores, 2.016 empresas participantes, y la visita de 42.838 profesionales. De esta manera, el Salón Internacional volvió a convertirse en uno de los grandes catalizadores de negocio para una industria que requiere su actualización constante para afrontar con garantía de éxito los importantes retos en tecnología, diseño e innovación del mundo de la seguridad. Así mismo, la feria concentró el interés de los profesionales del sector de la seguridad de toda España, con una alta afluencia del 54,6% de visitantes que llegaron desde fuera de Madrid, lo que muestra el gran alcance de la convocatoria. Las comunidades autónomas desde donde más visitantes se desplazaron fueron Cataluña, Andalucía y Valencia. SICUR contó también con un gran número de visitas internacionales de 81 países, que han representado el 8,3% de la afluencia total. En este capítulo, destacó, especialmente la presencia de profesionales de Europa, sobre todo de Portugal, Reino Unido y Alemania, además de Latinoamé-rica y países del Norte de África.

Con gran éxito de asistencia se celebró también el programa de ponencias, FORO SICUR, que a lo largo de sus más de 50 sesiones congregó a 2.700 profesionales en torno a un escenario de análisis y debate de la actualidad sectorial, con la participación de grandes expertos en todos los ámbitos de la seguridad. Además, como cada año, SICUR contó con la participación activa de los cuerpos de seguridad y emergencias, como Bomberos de Madrid y SAMUR-Protección Civil de Madrid, que desarrollaron distintas demostraciones y talleres, o las exhibiciones de la Unidad Canina de la Ertzaintza.

PANTER

Entre otras novedades, PANTER exhibió su innovadora colección BRAVUS, gama de calzado deportivo de seguridad, versátil, ultra-transpirable, cómodo, de atractivo diseño sport-casual y con las tecnologías

más punteras desarrolladas por el fabricante de calzado de seguridad.
Además, el fabricante también presentó su colección PANTER Link, compatible con múltiples sectores laborales, donde podemos encontrar calzado de seguridad de diseño funcional y atractiva estética sport-casual; así como su línea Oxígeno, que destaca por su calzado altamente transpirable; la clásica línea Plus, una apuesta segura para el profesional con todas las prestaciones necesarias para asegurar confort y protección. PANTER expuso también otras gamas muy apreciadas en ediciones anteriores por su calzado de alta tecnología para Cuerpos de Intervención, Fuerzas Especiales y Bomberos.
Presentó también la Tecnología OPTIMAL SOLE, innovación integrada en todos los modelos fabricados por PANTER. Esta tecnología proporciona una increíble amortiguación y estabilidad.

SVELT

Una de las novedades más requerida para esta edición de SICUR, fue la plataforma aérea Eduardo, una plataforma de empuje manual y elevación eléctrica, sencilla de plegar y de almacenar en cualquier parte gracias a sus dimensiones compactas y de subida muy segura gracias a su sistema de elevación en tijera. La plataforma Eduardo alcanza 5.5m de altura de trabajo y ocupa muy poco espacio para el almacenaje.
De la misma forma, la escalera Hera fue una de las propuestas de Svelt más llamativa, fabricada en acero y con peldaño ancho de trámex para un acceso cómodo pero libre de peligros gracias al filtrado de impurezas entre los agujeros de sus peldaños, una escalera para la construcción y rehabilitación. Hera es una escalera fabricada en acero con peldaño ancho de trámex.
Alulift también destacó por ser una propuesta diferente que combina al mismo tiempo una torre móvil tubular con altura de hasta 12 metros, con las prestaciones de una plataforma elevadora eléctrica, lo cual facilita enormemente el acceso a altura en total seguridad y estabilidad, ya que el montaje y desmontaje se hace desde el interior y una sola persona puede realizarlo. Alulift además tiene un montaje muy sencillo paso a paso, gracias a la elevación progresiva de su plataforma y a la capacidad de la misma que permite la elevación de dos personas y herramienta al mismo tiempo. Alulift fue uno de los productos más exitosos de la feria por combinar plataforma aérea con andamio y tener un sistema muy sencillo de montaje
Otra de las sorpresas de la feria fue la gama más innovadora de escaleras telescópicas RESCUE LINE by TELESTEPS especiales para bomberos y cuerpos de seguridad del estado que pueden usarlas en asaltos y evacuación en caso de incendios, tienen capacidad para 3 personas simultáneamente y capacidad de carga 500 kg, pliegan a 1.10m y se extienden a 4.10m. Son escaleras certificadas según UNIEN1147 y han sido merecedoras de formar parte del exclu-

PANTER

SVELT

DOM-DCM

sivo grupo de 32 soluciones de la Galería de la Innovación en SICUR 2020.

DOM-MCM

Sicur ha sido el escaparte perfecto para el nuevo SCX Plus de MCM, un cilindro anti-rotura y anti-taladro, con una chapa interior de acero y una gran capacidad de amaestramiento.

J´HABYBER

La marca ha querido aprovechar esa ocasión para presentar su nueva colección de calzado J'hayber PRO. Están caracterizados por su confort para uso profesional siguiendo las normativas de seguridad. Está orientada a personas que permanezcan de pie o tengan que andar durante un gran número de horas en la jornada laboral, como sucede en hostelería, salud, centros estéticos, educación, etc. Su nueva colección se divide en dos modelos: Mykonos, con un estilo más deportivo con cordones, y disponible en negro, marino y blanco; y Creta, con ajustes elásticos y refuerzo de lateral y puntera en PU, para una protección extra. La principal diferencia de esta nueva colección es la comodidad y el confort, gracias a la plantilla Infinity Confort Insole y su suela especial antideslizante. Esta nueva plantilla está fabricada con PU y memory foam para conseguir los mejores resultados en comodidad y adaptación. Por otro lado, la suela antideslizante SRC es resistente a la abrasión y está fabricada en caucho y eva ligera.

ALULIFT DE SVELT FUE UNO DE LOS PRODUCTOS MÁS EXITOSOS DE LA FERIA POR COMBINAR PLATAFORMA AÉREA CON ANDAMIO Y TENER UN SISTEMA MUY SENCILLO DE MONTAJE

ROMBULL

ROMBULL mostró sus novedades en cuanto a redes de seguridad sin nudo, mallas y cordelería profesional, todas extraordinariamente duraderas y de montaje sencillo y rápido. Fabricadas con materias primas de primera calidad y alta tecnología, cumplen con las más exigentes certificaciones europeas y los más exhaustivos controles de calidad.

ROMBULL aprovechó la ocasión para mostrar su completa e innovadora solución para industria y construcción, con la más amplia gama de redes de seguridad del mercado, redes de protección de vías de fabricación, redes de cubrición de huecos, así como las redes

J'HAYBER

ROMBULL

BTV

IFAM

de cubrición y separación de cargas. Además, presentó importantes incorporaciones a su nuevo catálogo como cordelería natural, elásticos y trincajes o su nueva gama de cable, cadena y accesorios.

BTV

El equipo de BTV acogió en su stand de Ifema a todos los visitantes que quisieron conocer de primera mano sus nuevas propuestas de alta seguridad, entre las que destacaron la serie Petra, certificada por ECBS con el grado III de resistencia al robo o la serie Thebas ATM, ensayada por Applus y certificada con el Grado IV, es una ideal para gasolineras. También la serie de armeros Defender, certificado con el grado S1, disponible para 3 y 5 armas largas. Pero sin duda, las taquillas inteligentes Kuik Smart Living se perfilaron como el producto estrella de la compañía, la gran apuesta innovadora, que aúna diseño, seguridad y tecnología. Surgido paralelamente al crecimiento del comercio online, este producto cuenta con acuerdos de colaboración con las principales empresas logísticas que operan en España, como Seur, GLS o Nacex. Su aplicación es muy variada, ya que puede dar servicio en comunidades de vecinos o en centros comerciales y otros establecimientos donde haya gran afluencia de público, en su versión Kuik & Collect.

Las taquillas inteligentes Kuik Smart Living, además de aumentar los beneficios de las empresas de transporte, mejoran la calidad de vida de los usuarios.

En cuanto a productos de seguridad para el hotel, las cerraduras electrónicas Senator, Lux y Kenia atrajeron todas las miradas de los visitantes por sus funcionalidades.

BAHCO

Bahco ha estado presente por primera vez en la feria de seguridad SICUR, en Madrid, bajo el lema "Tu seguridad, nuestra preocupación" donde presentó su gama de herramientas para la seguridad en el trabajo: herramientas para trabajos en altura, antichispa, 1.000V o herramientas de acero inoxidable. Además, no podían faltar los carros de herramientas que están siendo muy demandados por los visitantes a la feria.

LAS TAQUILLAS INTELIGENTES KUIK SMART LIVING DE BTV SE PERFILARON COMO EL PRODUCTO ESTRELLA DE LA COMPAÑÍA, LA GRAN APUESTA INNOVADORA, QUE AÚNA DISEÑO, SEGURIDAD Y TECNOLOGÍA

CISA

BAHCO

LUSAVOUGA

TODAS LAS CLAVES DEL X EDICIÓN DEL CONGRESO EXPOCADENA

EXPOCADENA 2021 TENDRÁ LUGAR EN SEVILLA DEL 18 AL 20 DE FEBRERO

EHLIS CUENTA CON 1.107 ASOCIADOS Y 1367 PUNTOS DE VENTA, Y ESTE AÑO HA BATIDO TODOS LOS RÉCORDS EN SU CITA ANUAL LOGRANDO REUNIR A 1.400 PERSONAS EN EL CONGRESO Y 247 PROVEEDORES EN LA FERIA. EN 2019 SIRVIÓ DESDE SU PLATAFORMA DIGITAL 5.500 PEDIDOS Y FACTURÓ MÁS DE MEDIO MILLÓN DE EUROS ONLINE, CUYOS SERVICIOS DIGITALES YA CUENTAN CON 500 ASOCIADOS

Ehlis llevo a cabo el pasado jueves 20 de febrero la X edición del Congreso ExpoCadena, el foro de comunicación del grupo donde se presentaron las líneas de trabajo de la Central para el ejercicio 2020.

Entre ellas hay que destacar la construcción del almacén en Illescas, ya en fase ejecutiva y con una ampliación hasta los 22.000 metros cuadros; la apuesta por nuevas herramientas para los suministros industriales enfocadas al cliente profesional; la reducción de los plazos de entrega gracias a la nueva plataforma logística, la campaña de TV que volverán a repetir este 2020, y sus novedades en estrategia digital, en la que destacan dos aspectos importantes. Por un lado, el nuevo asistente digital para la venta en tienda, que durante el Congreso regalaron a cada ferretería adscrita a la plataforma digital, y por otro lado, la propuesta de realidad aumentada para los muebles de jardín.

"Queremos liderar el cambio, nos ilusionamos con estos proyectos y queremos ilusionaros a vosotros. La plataforma va como un cohete, todos los ratios son positivos, y este 2020 lo serán más", explicaba desde Cadena 88.

El congreso contó además con la ponencia de Carlos Páez, uno de los 16 supervivientes que permanecieron durante 72 días atrapados en la Cordillera de los Andes, que explico su experiencia y consejos a los asistentes aplicables al día a día, en concreto, cito a San Francisco de Asis, "empieza por hacer lo necesario, luego lo que es posible y llegará lo que es imposible".

El Congreso finalizó con un gran espectáculo de magia que dejo a todos los asistentes boquiabiertos. Desde Ehlis, como siempre, esperaron hasta el final del Congreso para anunciar los días y la sede de la cita del próximo año 2021, será Sevilla la ciudad que albergue el XI Congreso y la Feria Expocadena 2021, del 18 al 20 de febrero.

Ehlis cuenta con 1.107 asociados y 1367 puntos de venta, y este año ha batido todos los récords en su cita anual logrando reunir a 1.400 personas en el Congreso y 247 proveedores en la feria. En 2019 sirvió desde su plataforma digital 5.500 pedidos y facturó más de medio millón de euros online, cuyos servicios digitales ya cuentan con 500 asociados, "los comercios que triunfaran serán los que sepan combinar las mejores cosas de los dos mundos, online y offline", terminan apuntando desde Ehlis.

Y TRAS ÉL...EN LA FERIA

Ceys, Delta Plus, Bahco, Bosch, Gardena, Ruedas Álex, MCM, Hikoki, Delta Plus, Inofix, Rolser, Catral, Control Integral, Ayerbe, V33, Cisa, Izar, Bruguer,

UHU, Imcoinsa, Massó, tesa, Rubi, Knipex, Xylazel, Arco, Sika, Svelt, Lince, y Ifam, fueron algunas de las marcas presentes. CANAL FERRETERO, un año más, tampoco faltó a la cita anual.

tesatape

tesa presentó su gama de accesorios de baño adhesivos de fácil aplicación. Esta gama combina atractivos diseños con la tecnología exclusiva tesa Power.Kit, un potente adhesivo que garantiza una sujeción fiable sin necesidad de taladrar y que es resistente a la humedad. Además, es fácil de remover incluso después de años aplicado. Klaam, Loxx i Aluxx fueron las gamas que se lanzaron el pasado año, tras el éxito obtenido, este año tesa ha lanzado tres nuevas gamas Smooz, Ekkro y Moon.

También se pudieron ver en el stand los nuevos expositores para productos tesa tanto de suelo como de sobremesa, se trata de herramientas explicativas para ayudar al comprador a encontrar el producto que necesita, gracias a su visibilidad atrae a más consumidores.

Del mismo modo se presentaron los nuevos expositores para los adhesivos Supergen y es que tesa sigue apostando también por esta gama con nuevos diseños.

En el stand de tesa no faltó el nuevo mueble para demos de SMS, el sistema de montaje inteligente de tesa. Se trata de soluciones adhesivas que satisfacen prácticamente cualquier necesidad de montaje sin necesidad de tornillos ni clavos. Después de muchos años tesa sigue apostando por esta gama lanzando seis nuevos productos adaptados a las nuevas tendencias y en buscar de captar nuevos consumidores. Clavos y ganchos adhesivos para lienzo y objetos ligeros para el día a día, que son ideales para productos decorativos.

Entre las sorpresas que tesa preparó en la feria hay que destacar también la demostración con su cinta Powerbond Ultra Strong. Los clientes pudieron observar en vivo y en directo la fuerza de esta cinta en una demostración con una grúa aguantando 100 kg de peso. Cómo en otras ocasiones hubo regalos, como la mochila personalizada para todos los clientes que hicieron un pedido.

IMCOINSA

Imcoinsa presentó en Expocadena 2020 su nuevo Aspirador Ecociclónico, entre otras interesantes novedades que han despertado el interés del público asistente. Los asociados se pudieron beneficiar, además de interesantes promociones en Aspiradores Inox, compresores, herramienta neumática, equipos de pintura, consumibles, carretillas y una cuidada selección de maquinaria de construcción Imcoinsa, que por sus características de fabricación robusta y fiable son especialmente valoradas por el sector alquilador.

La amplia gama de producto de Imcoinsa y sus sectores de aplicación, la convierten en un Proveedor Global capaz de ofrecer soluciones integrales.

BTV

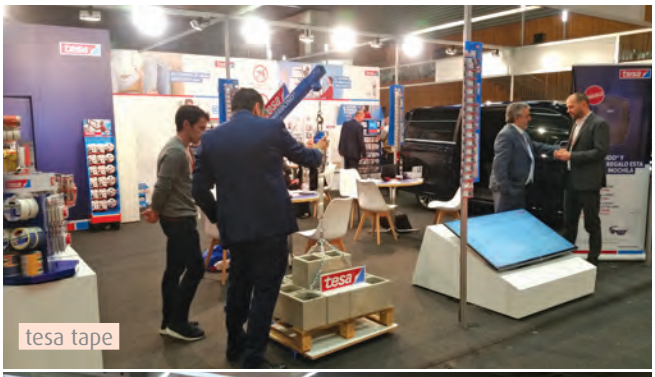
En el stand de BTV la marca aprovechó la ocasión para lanzar su nuevo catálogo de cajas fuertes, donde seguridad y diseño van más que nunca de la mano.

SVELT

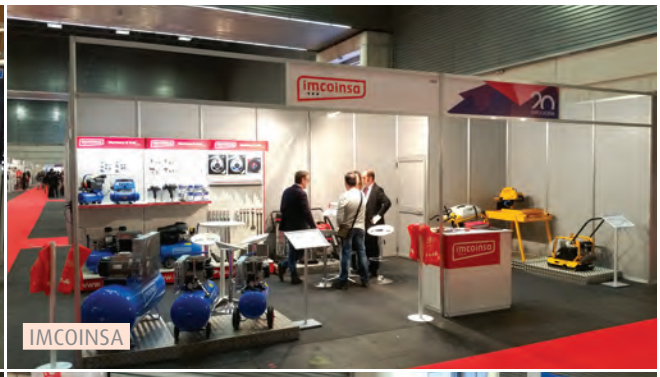
Svelt acudió representando los accesos en altura más comunes, y las soluciones más innovadoras que la marca propone, bien en forma de escalera, de andamio, de plataforma aérea o incluso de híbridos entre ambas soluciones.

CONTROL INTEGRAL

En el stand de Control Integral se estuvo ofreciendo a los clientes la nueva tecnología .Net a los asociados de Cadena88 y se les informó de que ya pueden disponer del nuevo programa, sin ningún coste añadido, lo que tuvo gran aceptación. Por otro lado se presentaron las nuevas prestaciones especiales para los almacenes de materiales de construcción y también el nuevo módulo de mensajería para envíos de SMS desde Control Integral. En este 2020 los accesorios que despertaron más interés entre los usuarios de Control Integral son la factura electrónica para las administraciones públicas, la firma digitalizada de albaranes y los cajeros de cobro, la solución para cuadrar caja de manera segura.

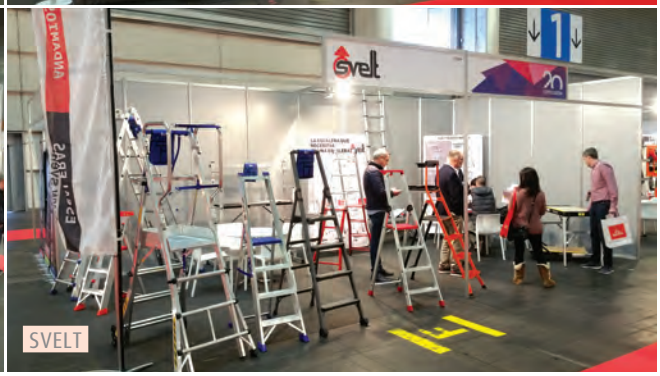


tesa tape



IMCOINSA

BTV

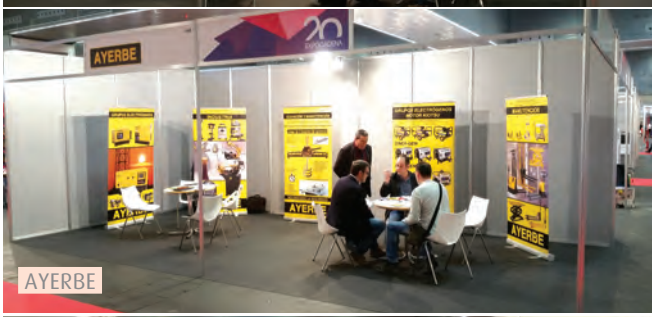


SVELT

AGINCO

ARCO

GARDENA



AYERBE

BAHCO

BOSCH

BRUGUER

CATRAL

CEYS

CISA

CONTROL INTEGRAL

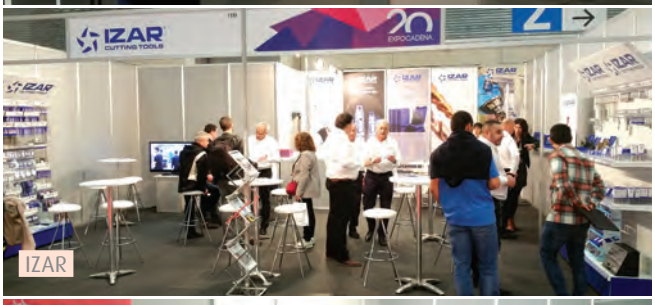
DELTA PLUS

DOM-DCM

HIKOKI

IFAM

INOFIX



IZAR

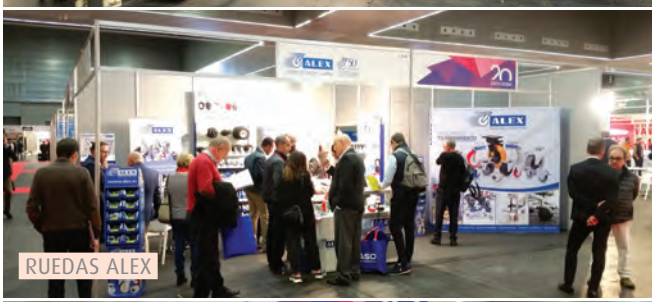
LEGRAND

LINCE

MASSÓ

ROLSER

RUBI



RUEDAS ALEX

SIKA

UHU

V33

EL BRICOLADOR ENMASCARADO

LUCHEMOS POR PRODUCTOS DE CALIDAD, DE ORIGEN CONOCIDO, LUCHEMOS POR 'WONKA'

CHARLIE Y LA FÁBRICA DE CHOCOLATE ES HOY EL REFERENTE PARA NUESTRO ARTÍCULO. ES UNA PELÍCULA DE 2005, DIRIGIDA POR TIM BURTON, LA SEGUNDA ADAPTACIÓN CINEMATOGRÁFICA DE LA NOVELA HOMÓNIMA ESCRITA POR ROALD DAHL EN 1964, Y ESTÁ PROTAGONIZADA POR JOHNNY DEPP COMO WILLY WONKA Y FREDDIE HIGHMORE COMO CHARLIE BUCKET

Su argumento nos cuenta la pobre historia de un niño llamado Charlie Bucket, que vive en la pobreza en una pequeña casa junto a sus padres y sus cuatro abuelos. El padre de Charlie, que trabaja en una fábrica de pasta dentífrica colocando los tapones en los tubos de dentífrico, mantiene a toda la familia. Joe, su abuelo, trabajaba en la antigua fábrica de chocolate de Willy Wonka, que, por culpa de los dulces más baratos, de peor calidad, de importaciones de lugares lejanos dejo de existir. Perdió todo su pa-

trimonio, ya nadie quería gastar tanto dinero en unos chocolates tan ricos, pero tan caros. Los padres de los pequeños preferían comprar dulces más baratos, aunque peores.

Un dia, el hijo del Sr. Wonka reabre la fábrica, para promocionar sus productos decide hacer una acción muy especial. Anuncia que cinco niños que encuentren cinco billetes dorados ocultos al azar en tabletas de chocolate Wonka podrán visitar la fábrica y solo uno de ellos ganará un gran premio especial. Los billetes son encontrados por 4 niños de diferentes formas de ser y distintos lugares. Incluido Charlie. El pobre niño incluso está tentado de venderlo por ganar un poco de dinero. Tras la visita a la fábrica es el único que gana la opción de tener el gran premio. Mientras, su padre pierde su puesto en la fábrica por ser sustituido por un robot que hace el trabajo más barato que él. Tras pasar por diferentes peripecias, Willy se puede reconciliar con su padre, junto a Charlie decide dirigir la fábrica y fabricar nuevos productos para que los niños quisieran comprarlos de nuevo.

Os preguntareis que tiene que ver todo esto con nuestro mercado de ferretería y bricolaje. Pues la verdad es que mucho. Nuestro mercado, cada vez se parece más al de la fábrica de los productos de Willy Wonka. Cada vez más, los chocolates de calidad, elaborados, con un nivel más alto, se dejan a un lado, buscando los dulces más sencillos, más baratos, más sin saber de dónde vienen y que tienen detrás de ellos.

Como está pasando en nuestro mercado, hoy en día, los productos low cost, sin valor añadido, están a la orden del día. Bombillas, pilas, tornillos, taladros, están siendo el pan nuestro de cada día. No nos importa la calidad, la duración, ni el rendimiento.No nos preguntamos que, si todo es importado, todo es de aquella manera, en algún lugar alguna fábrica como la de Wonka, podrá cerrar, su gente podrá quedarse sin trabajo. O como en el caso del padre de Charlie serán sustituidos por robots baratos, que no aseguran calidad, solo cantidad.

Si cerramos los ojos y miramos hacia otro lado, y sólo importa el precio, dejamos sin futuro a productos con I + D con calidad y desarrollo. Comprar a cualquier precio, al final del camino tiene un precio muy alto. Ponemos en manos de países del otro lado del mundo, nuestra economía, nuestros puestos de trabajos, nuestros futuros.

Ya hay grandes grupos de distribución de otros sectores que han determinado que es más rentable fabricar dentro de la zona europea y que el servicio ontime, es mejor que las grandes importaciones.

Queremos ser siempre los más baratos, sin importar la satisfacción del cliente, sin saber asumir que la fidelización es vital, el saber aconsejar no tiene precio. Y es que nuestro sello de identidad es prescribir aquellas cosas que nos aseguren que el cliente volverá.

¿Por qué los nuevos bricolajes de propietarios orientales apuestan por productos premium, cuando muchos ferreteros apuestan por las marcas blancas? ¿Quién ve más allá del simple precio, los que no quieren saber nada sino el precio, o aquellos que llevan más de 3.000 años siendo los pioneros del comercio?

Quienes eran los inductores del camino de la seda y de los comercios por los mares, deben de saber algo.Tal vez crean que todo lo barato pueda salir caro.

Luchemos por productos de calidad, de origen conocido, igual que ocurre con el mercado de la alimentación luchar por fabricas Wonka, tiene un futuro más cierto y concreto que no las chuches que provocan caries...

FIRMADO:
EL BRICOLADOR ENMASCARADO

MUJER, PROPIETARIA DE UN PISO Y CON HIJOS: EL PERFIL DE LOS QUE OPTAN POR REFORMAR SU VIVIENDA

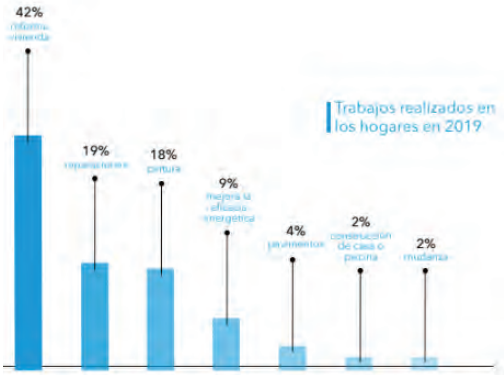
LA PLATAFORMA HABITISSIMO HA ELABORADO UN INFORME EN BASE A PERSONAS QUE REFORMARON SU VIVIENDA EN 2019

CONCLUSIONES DEL "INFORME SOBRE LA REFORMA Y LA REPARACIÓN EN ESPAÑA". HABITISSIMO HA CREADO UNA DESCRIPCIÓN DETALLADA DEL PERFIL DE LA PERSONA QUE SOLICITA REFORMAR LA VIVIENDA

La mayoría de las personas que han reformado su vivienda en España son mujeres que residen con su pareja y con hijos en un piso y tienen entre 51 y 55 años, y con ello, desean reparar deterioros o daños relacionados con la antigüedad de la vivienda. Esta es la principal conclusión a la que ha llegado el estudio "Informe sobre la reforma y la reparación en España" que ha realizado la plataforma habitissimo en base a las respuestas de las personas que realizaron alguna mejora de su vivienda a lo largo de 2019.

Si analizamos el régimen del inmueble donde residen los particulares que han realizado una mejora en su hogar, comprobamos que un 88% posee una vivienda en propiedad, frente a un 12% que vive en régimen de alquiler. Hay que tener en cuenta que en España sigue imperando la tendencia de tener una vivienda en propiedad, frente al alquiler. En cuanto a la tipología de las viviendas, podemos observar que un 66% de los particulares reside en pisos y tan solo un 34% residen en viviendas unifamiliares. Del total de personas que residen en un piso, un 52% reside en un piso de menos de 90m2 y un 48% reside en un piso de más de 90m2.

La principal motivación que llevaron a las personas a realizar una reforma parcial (en una o dos estancias) en su vivienda fue poder reparar deterioros o daños relacionados con la antigüedad de la vivienda (en el 35% de los casos). En cambio, un 34% optaron por la reforma parcial porque necesitaban adaptar la vivienda a cambios recientes en la familia o en su estilo de vida. Por otro lado, un 20% hizo una reforma parcial porque acababan de comprarse una casa y quería personalizar alguna estancia. Finalmente, un 9% querían hacer una reforma integral pero no tuvieron medios económicos o el tiempo necesarios para realizarla.



En cuanto a la estancia más elegida para reformar, el baño (51%) y la cocina (40%). Ambas estancias son las que más se desgastan debido a su gran uso. Además, estas estancias son las que delatan la edad de la vivienda, ya que suelen tener una estética determinada. El exterior de la vivienda (4%), el comedor (4%) y el dormitorio (1%) son estancias que apenas sufren alteraciones.

Por otro lado, de los particulares optaron por realizar una reforma integral en su vivienda, el 51% ejecutó este tipo de reforma porque acababa de comprarse un vivienda y quería personalizarla, el 27% decidió realizar una reforma integral de su vivienda, porque se había quedado envejecida y no contaba con el confort necesario. Y solo un 5% realizó una reforma integral porque acaba de comprarse una vivienda y decidió reformarla como inversión.

Hay que tener en cuenta, que el 64% del parque inmobiliario de España fue construido antes de 1980 (anterior a NBE-CT 79), con una antigüedad de casi 40 años. Estas viviendas fueron construidas sin ninguna obligación de medida de aislamiento y sus materiales con el transcurso del tiempo se han desgastado y envejecido. Esto ha provocado que los particulares que residen en estas viviendas se vean obligados antes o después a reformar por completo su vivienda para poder alcanzar el confort y eficiencia energética necesaria.

LA PRINCIPAL MOTIVACIÓN QUE LLEVARON A LAS PERSONAS A REALIZAR UNA REFORMA PARCIAL (EN UNA O DOS ESTANCIAS) EN SU VIVIENDA FUE PODER REPARAR DETERIOROS O DAÑOS RELACIONADOS CON LA ANTIGÜEDAD DE LA VIVIENDA (EN EL 35% DE LOS CASOS)

En cuanto al principal medio económico con el que contaron las personas que realizaron una reforman fueron sus ahorros, en el 77% de los casos, mientras que sólo un 6% pagó su reforma/reparación mediante un préstamo bancario. Un 4% lo pagó a plazos mediante una tarjeta de crédito y un 3% utilizó un préstamo personal a través de familia/amigos. Un 9% contó con otros medios para hacer frente a la reforma y/o reparación.

LOS ESPAÑOLES PUNTÚAN CON UN NOTABLE ALTO SUS VIVIENDAS PARA TELETRABAJAR

Los hogares españoles puntúan con un 7,83 el acondicionamiento de sus hogares para teletrabajar, según los datos adelantados del estudio 'Quiero Vivir Mejor', y publicados después de que el Ministerio de Sanidad haya recomendado esta modalidad de trabajo como medida de prevención frente al avance del coronavirus.

De este análisis, puesto en marcha por Cuida tu Casa, la iniciativa de Andimac para saber cómo se vive dentro de los hogares, se desprende que la nota que dan los españoles al estado de sus casas es del 6,9 atendiendo a parámetros como la conectividad, la accesibilidad, el aislamiento acústico o térmico, entre otros.

La patronal de la reforma recuerda que, al margen de situaciones excepcionales como la que acontece, la vivienda es el lugar en el que habitualmente más tiempo pasamos y que por ello debería encontrarse en unas condiciones que garanticen el descanso, el bienestar y la calidad de vida de quienes las habitan. No obstante, los resultados de este estudio ponen de manifiesto que los españoles pensamos que vivimos en mejores condiciones de las reales, porque nos acostumbramos a las incomodidades que puede ocasionar las idas y venidas de cobertura, los ruidos molestos, las humedades o las pérdidas de temperatura.

Hasta 2010, los españoles destinaban el 1,5% del presupuesto familiar a la mejora de sus viviendas, a pesar de que las pisan todos los días y de que es su inversión más importante, por delante del automóvil, a cuyo cuidado y mantenimiento dedican un 5%. Este hecho provoca que, más allá de las telecomunicaciones, la realidad habitacional de las viviendas sea en líneas generales muy inferior en prestaciones.

BIGMAT DAY CELEBRA UNA NUEVA EDICIÓN CON 130 PROVEEDORES

LA CITA TUVO LUGAR LOS DÍAS 4 Y 5 DE MARZO EN EL CLUB DEPORTIVO SOMONTES DE MADRID

COINCIDIENDO CON LA CELEBRACIÓN BIGMAT HA PUESTO EN MARCHA SUS PREMIOS A LA INNOVACIÓN, BIGMAT MAT+IN, QUE RECONOCERÁN LOS MEJORES PRODUCTOS E INICIATIVAS INNOVADORAS EN EL SECTOR DE LOS MATERIALES DE CONSTRUCCIÓN Y EL BRICOLAJE

Este año, la duodécima edición del BigMat Day se ha celebrado los días 4 y 5 de marzo en el Club Deportivo Somontes de Madrid. El grupo de distribución ha querido innovar y volver a los orígenes del evento, escogiendo un espacio singular, diseñado por la propia compañía. El encuentro, que ha contado con 130 proveedores, de los sectores de la ferretería, maquinaria y herramientas, sanitarios, pavimentos, revestimientos y acondicionamiento exterior, obra, cubierta y acondicionamiento interior, muebles de cocina y electrodomésticos, ha tenido un gran poder de convocatoria. El presidente de BigMat España y Portugal, Pedro Viñas, indicaba que "una edición más el BigMat Day ha demostrado ser la cita de referencia del sector de la construcción y el bricolaje en España y Portugal. Es una gran oportunidad para hacer negocios, intercambiar experiencias y conocer las tendencias del sector".

En esta edición, por primera vez, los proveedores presentaron sus novedades en la zona de demostraciones y en sus stands. La zona de BigMat Day, por su parte, acogió también charlas formativas de distintos proveedores.

Además, el día 4 se celebró el debate y la mesa redonda "Construir en un mundo rural que se vacía", que contó con ponentes del prestigio de Javier Martín Ramiro, director general de Vivienda y Suelo del Ministerio de Transportes, Movilidad y Agenda Urbana de la Comunidad de Madrid; los arquitectos Andreia Garcia y Diogo Aguiar, finalistas de los premios BigMat Portugal de Arquitectura 2019; o José María Sánchez García, arquitecto y profesor titular de Proyectos de Escuela Técnica Superior de Arquitectura de Madrid.

PREMIOS A LA INNOVACIÓN MAT+IN

Por otra parte, BigMat ha puesto en marcha sus Premios a la Innovación, BigMat MAT+IN, que reconocerán los mejores productos e iniciativas innovadoras en el sector de los materiales de construcción y el bricolaje. Los Premios BigMat MAT+IN se presentaron coincidiendo con la apertura del BigMat Day 2020, la decimosegunda edición del evento.

Los galardones BigMat MAT+IN contarán con seis categorías: Discovery, al producto más innovador y disruptor del mercado, tanto a nivel profesional como destinado al gran público; Ecoexcelence, a la contribución o compromiso con la sostenibilidad, ya sea en la fabricación, en la utilización o en las consecuencias de uso o aplicación; Profriendly, a la instalación que avance en la simplificación, incremento de agilidad y que posibilite nuevas formas de realizar la instalación de un producto por parte de un profesional; Smart Innovation, a la usabilidad o empleabilidad de un producto; Taste, a la estética; y Prestige, a aquellos productos que faciliten la comodidad o el estilo de vida.

Cada uno de los premiados en las distintas categorías recibirá una reproducción del galardón conmemorativo del premio, junto con una metopa acreditativa de la distinción recibida. El premio absoluto, por su parte, estará reconocido con una estatuilla diseñada especialmente y de la posibilidad de beneficiarse de una campaña de publicidad conjunta con BigMat, además de comercializar el producto en todas las tiendas del Grupo a nivel nacional y de disponer del producto en su almacén logístico.

El plazo de presentación de las distintas candidaturas se abrió el pasado 4 de marzo y finalizará el 10 de abril. Un jurado constituido por distintas personalidades relevantes del sector de la construcción, y de la vida económica, cultural y social seleccionado por BigMat designará a tres finalistas en cada una de las seis categorías. Estos 18 productos finalistas se someterán a la elección por parte del público del ganador de cada categoría. Entre los seis finalistas, el jurado escogerá el ganador absoluto. El 31 de julio de 2020 se harán públicos los ganadores.

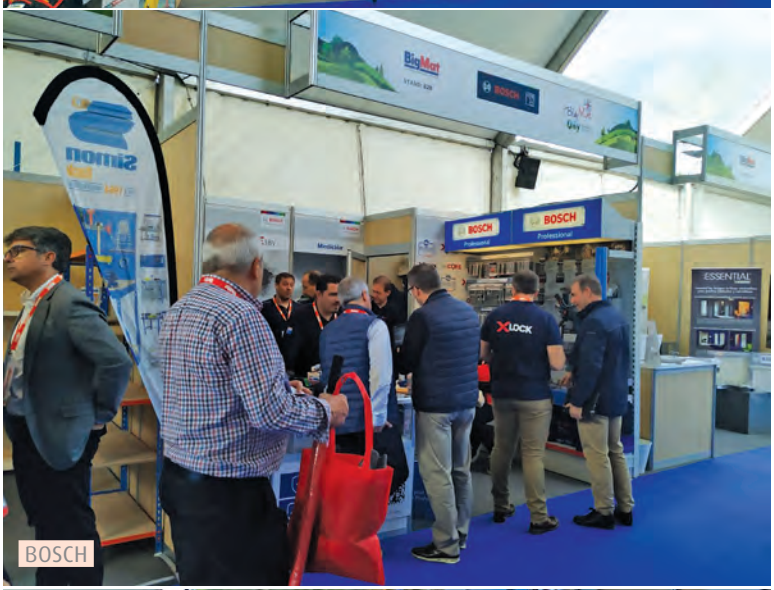
Puede participar en los Premios BIGMAT MAT+IN cualquier producto fabricado o comercializado por una persona física o jurídica, con independencia de la ubicación de su domicilio social. La participación será gratuita y podrá realizarse a través de la web de los premios que se habilitará oportunamente.

En palabras de Pedro Viñas, presidente de BigMat Iberia, "los Premios BigMat Mat+IN son una oportunidad para todos aquellos productos e iniciativas innovadoras relacionadas con el sector de la construcción para llegar al mercado a través de una marca tan reconocida como BigMat".

21 MILLONES EN VENTAS

BigMat Day 2020 se saldó con operaciones por 21 millones de euros, lo que supone un aumento del 22,2% respecto a la cita del año 2019. En cuanto a la afluencia de visitantes, se aproximó a los 8.000, con un incremento del 7,5% respecto al año anterior. El presidente de BigMat España y Portugal, Pedro Viñas, in-

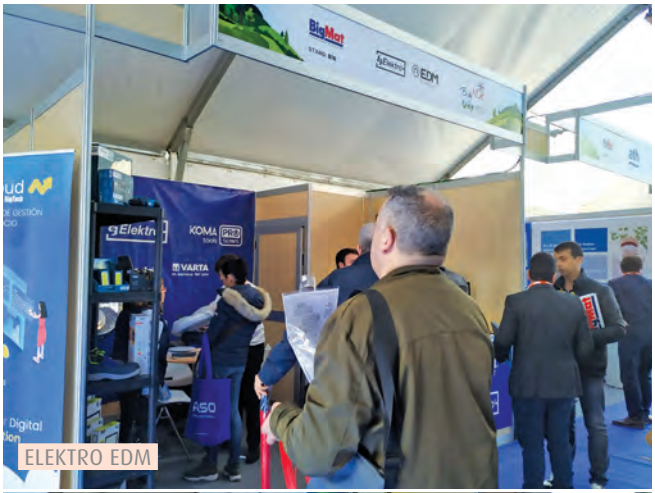
AGINCO



BOSCH

CATRAL

CEYS



ELEKTRO EDM

GARDENA

LEGRAND

ROMBULL

RUBI

dica que "una edición más el BigMat Day ha demostrado ser la cita de referencia del sector de la construcción y el bricolaje en España y Portugal. Es una gran oportunidad para hacer negocios, intercambiar experiencias y conocer las tendencias del sector".

En el transcurso de este este encuentro se presentaron el acuerdo de pago aplazado a 120 días suscrito con la entidad alemana DZ Bank y los nuevos Universos de Riesgo y Adhesivos para los socios del Grupo, entre otras iniciativas y proyectos. Respecto al acuerdo con DZ Bank, segunda entidad financiera alemana por tamaño y que funciona como cooperativa a través de las 12.000 sucursales de sus más de 900 asociados, se trata de un sistema que permitirá al grupo mejorar las condiciones de pago de factura y contar con un procedimiento de pago inmediato y garantizado al proveedor, con cobertura del 100% de las operaciones. Gracias a este sistema los socios de BigMat podrán beneficiarse de la posibilidad de pago aplazado hasta 120 días a partir de la fecha de la factura. Además, los socios del grupo de distribución podrán mejorar sus condiciones de pago, reducir la carga administrativa y consultar su cartera de pagos.

COMAFE PRESENTA SU PROYECTO Y CENTRO LOGÍSTICO A LA COMUNIDAD DE MADRID

El director general de Comafe, Alfredo Díaz Martín; y la secretaria general de Agrefema, Soledad Dávila López; mantuvieron a finales de febrero una reunión informativa con la directora general de Comercio y Consumo de la Comunidad Autónoma de Madrid, Marta Nieto Novo; y la directora general de Autónomos, Emprendedores, Economía Social y Responsabilidad Social, Almudena Moreno Hernández. Durante el encuentro, se ha presentado el avance del proyecto de empresa y el nuevo centro logístico que Comafe pondrá en marcha en la Comunidad de Madrid próximamente. Así como las líneas estratégicas sobre las que Comafe sustenta su futuro, innovación global en el conjunto de todas las áreas de la empresa, inversión prioritaria en herramientas e infraestructuras tecnológicas que permitan la máxima agilidad empresarial y ofrecer un altísimo nivel de servicio al cliente, y desarrollo de conceptos comerciales, físicos y online, que permitan ofrecer soluciones y servicios al cliente. La directora general de Comercio y Consumo de la CAM, Marta Nieto Novo, confesó durante la reunión que, "Comafe es un ejemplo de éxito de cooperativismo que integra a más de mil ferreterías en España, el 35% en la Comunidad de Madrid, y da empleo a cuatro mil personas. Por eso, ofrecemos nuestra máxima colaboración y apoyo a todas las iniciativas que mejoren las competencias y sostenibilidad del comercio de proximidad".

MANUEL DOS BLOCOS NUEVO ASOCIADO DE CECOFERSA EN PORTUGAL

Cecofersa cuenta desde este mes de marzo con un nuevo asociado, en esta ocasión en territorio portugués, y es que Manuel Dos Blocos, LDA con sede en el municipio de Avessadas, se ha convertido en el nuevo asociado de la central de compras. Se trata de un establecimiento especializado en materiales de construcción en la región de Oporto. Con esta nueva incorporación ya son 134 los asociados de Cecofersa.

ASÍ SERÁ EL NUEVO ALMACÉN DE EHLIS EN TOLEDO AUTOMATIZADO POR SSI SCHAEFER

El integrador intralogístico SSI Schaefer se ha adjudicado el diseño y la construcción del nuevo almacén automático que la compañía Ehlis, especialista en la distribución mayorista de productos de ferretería, bricolaje, jardinería y menaje, está desarrollando en la zona centro. En concreto, la nueva plataforma ocupará un espacio de 22.000 m2 en el municipio toledano de Illescas y está previsto que esté operativo a finales de 2021. Los procesos logísticos de almacenaje y picking se realizarán con ayuda de tecnologías multishuttle y soluciones robóticas avanzadas. Se trata de un almacén automático es una solución de alta densidad y compacta que combina dos zonas. Una primera es el silo de palés, de 3.132 m2, con 4 transelevadores exyz energéticamente eficientes para un total de 29.376 ubicaciones. La segunda es un almacén con tecnología flexi-shuttle de 836 m2 con 2 pasillos, 24 niveles y 48 shuttles que tiene una capacidad para 36.864 cubetas. Combinada con las estaciones de mercancía a personas, este nuevo centro permitirá a Ehlis optimizar su proceso de picking. El sistema permitir la duplicación de ambos sistemas de almacenaje. Además, la solución se complementa con 3 estaciones de picking y una estación dual picking / packing en el loop del flexi (ampliable al doble) y dos estaciones de picking en el loop de palés (igualmente ampliable), cuenta con los sistemas de conveyors para palés y cubetas, zona de consolidación y de expedición. Todos los procesos logísticos estarán controlados y monitorizados por el software Wamas de SSI Scahefer, conectado a su vez con el SAP EWM.

MARÍA JOSÉ VALERO NUEVA SUBDIRECTORA GENERAL DE BDB

Desde hace unos años la Central de Compras y Servicios BdB ha iniciado un proceso de profesionalización que consiste en crear una estructura más eficiente y preparada para el crecimiento que planea alcanzar. Entre los cambios que la compañía ha realizado en 2019, está el nombramiento de María José Valero como Subdirectora General. María José Valero, Licenciada en Ciencias Económicas y Empresariales por la Universitat de València, tiene una amplia trayectoria en la empresa en las áreas financiera, de recursos humanos y TIC, estando además participando en las decisiones estratégicas. A partir de ahora, apoyará a José Durá, Director General, en la dirección ejecutiva de la empresa, que a su vez podrá dedicar así más tiempo al área estratégica, nuevos proyectos y relaciones institucionales.

"PONTE A ELLO, PONTE CUADROS" NUEVA CAMPAÑA DE COARCO

Las ferreterías Coarco tiene nueva campaña publicitaria, tras su campaña "Hazlo easy", la cooperativa ferretera canaria anima ahora a pasar a la acción con el mensaje "Ponte a ello. Ponte cuadros", eslogan promocional de la campaña de Coarco para este año. El eje de la campaña, y del dinámico spot que podrá verse a partir del próximo 2 de marzo, es convertir en bricolajeros a quienes se enfrentan a esas pequeñas obras y reparaciones siempre pendientes en las casas, o, simplemente, quieren renovar o decorar su hogar. Se va a hacer un amplio despliegue publicitario en los soportes habituales, físicos y digitales: vallas publicitarias, televisión, radio, cine y, por supuesto, en las redes sociales, en las que se encuentra gran parte de su público objetivo, entre los 25 y los 54 años. El objetivo principal es captar y mantener a un cliente, cada vez más joven, que está descubriendo el placer del "hazlo tú mismo" (do it yourself-DYS) y todo lo que ofrecen las tiendas de ferretería más cercanas.

OPTIMUS FINALIZA SUS FASES DE APLICACIÓN DE LA CADENA DE VENTA

La cadena Optimus, este año 2020, finaliza sus 3 fases de aplicación de los conceptos de cadena de Venta. Además celebra el 5º aniversario de Optimus desde su inicio de aplicación como cadena de venta. En la primera fase se implantó la imagen corporativa en sus diferentes ámbitos de actuación, primeros folletos comunes y activación de la publicidad en medios locales. En la segunda fase se trabajó los remodelings de tienda, se profundizó en la publicidad común entre todas las tiendas Optimus, independientemente de la cooperativa que perteneciera, realización de Spots de Televisión, radio,...a nivel regional. Se formalizó el surtido básico y recomendado de Optimus, común en todas las cooperativas y está aplicándose en las tiendas Optimus progresivamente. Paralelamente se inauguró la web optimusferreteria.com, como la web conjunta de la cadena de cara al cliente final y con orientación prioritaria hacia potenciar la tienda física. Finalmente, la tercera fase, basada en la nueva política de folletos comunes (ejemplo Guía de Ferretería), busca establecer y reforzar puntos de unión entre proveedores y surtidos Optimus para conseguir beneficios comunes (cercanía colaborativa con el proveedor), y la aplicación de cuatro áreas muy importantes para la consagración de la cadena de venta: establecer un manual de punto de venta, disponer de un manual de gestión del punto de venta, creación de tiendas tipo Optimus en cada cooperativa, y la creación de un plan de fidelización para el cliente final.

RAÚL GRAÑA NUEVO DIRECTOR GENERAL DE VÁLVULAS ARCO

Válvulas ARCO, empresa española fabricante de válvulas para agua, gas y calefacción, ha incorporado a Raúl Nicolás Graña Rodríguez en calidad de nuevo director general. El nombramiento forma parte de la estrategia de expansión de Válvulas ARCO. MBA en el Instituto de Empresa de Madrid y Bachelor of Science in Management Science, por la Universidad de Lock Haven, Pennsylvania - EE.UU., Graña ha desarrollado una extensa carrera profesional en la industria del packaging. En la selección del nuevo directivo ha sido decisiva su brillante trayectoria y más de 25 años de experiencia liderando proyectos en España, Francia, Alemania, Italia, Rusia, México, Chile, Brasil, Canadá y Estados Unidos. Desde la dirección de la firma, Raul Graña participará en el diseño del plan estratégico 2020-2024 que comprende, entre otros retos, la entrada en nuevos mercados, la optimización de los procesos de producción y logísticos, así como el diseño de nuevas soluciones para sistemas de agua, gas y calefacción.

IZAR CUTTING TOOLS CELEBRA SU CONVENCIÓN DE VENTAS EN FRANCIA

Izar Cutting Tools celebró su Convención de Ventas en Francia bajo el lema "Sin límites" los días 27 y 28 de febrero de 2020. "El equipo francés altamente motivado, valora el valor añadido que ofrecemos en Francia en cuanto a calidad y servicio que ofrecemos sirviendo los más de 65.000 artículos en 24horas. Cerramos 2019 con un crecimiento de 2 dígitos sostenidos en los últimos años. Asimismo, el objetivo este año es seguir esta tendencia de crecimiento", explican desde Izar. Además, "intensificamos nuestra presencia en el mercado de la mano de nuestro técnico Joseba del Pozo quien es responsable del desarrollo de la renovada y fortalecida gama industrial principalmente en lo que se refiere a herramienta de metal duro como: microherramientas, herramientas pulidas, y soluciones para materiales como: titanio, composite, fibras, materiales templados" apuntan.

AYERBE EXPONE EN LA FIMA AGRÍCOLA DE ZARAGOZA

Ayerbe presentó los grupos electrógenos especialmente adaptados para riegos, instalaciones agropecuarias, y sistemas de bombeos. Los generadores con control programable de ordenadores de granjas y gestión de regadíos, por medio de sistema GSM provocaron el interés de muchos de los visitantes. Asimismo, se expuso la gama de motobombas agrícolas de presión y de caudal en versiones fijas y móviles que completaron el espacio del stand. Además, mostró como última novedad la Transpaleta eléctrica frutera, muy demandada en ese sector y que alcanzó un gran éxito en la pasada feria Fruit Attraction. Ayerbe Industrial está abriéndose al mercado Agrícola que cada vez está demandando más la maquinaria Ayerbe.

IMCOINSA EN EL FORO ASEAMAC 2020, EL ENCUENTRO ANUAL DE ALQUILADORES

Los días 29 y 30 de enero tuvo lugar en Madrid una nueva edición del Foro ASEAMAC: el encuentro anual de alquiladores por excelencia, organizado por la Asociación nacional de alquiler de maquinaria y equipos. Para la celebración eligieron el Teatro Goya, un espacio multidisciplinar idóneo para compaginar las conferencias, talleres y exposiciones con los momentos de encuentro entre los asistentes. En esta ocasión participaron más de 250 profesionales del sector y más de 40 patrocinadores que interactuaron durante estos días en un entorno y ambiente inmejorables. Conferencias y talleres con los temas de actualidad del sector y debates para poner en común sus experiencias y profundizar en los temas que más interesan y preocupan al alquilador. En el catálogo IMCOINSA las empresas alquiladoras encuentran la gama más amplia de equipos de construcción, así como una extensa relación de consumibles, ofreciendo soluciones globales a sus necesidades.

3ª EDICIÓN "MI HOGAR MEJOR" CON MÁS DE 170 TUTORIALES Y 13M DE VISUALIZACIONES

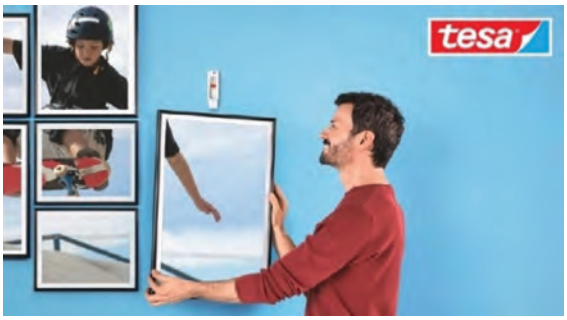
"Mi Hogar Mejor", el Proyecto de la Asociación de Fabricantes de Bricolaje y Ferretería (AFEB) ideado para ayudar a las marcas asociadas a potenciar sus contenidos de la mano de los influencers más reconocidos del sector, inicia su tercera edición habiendo generado más de 170 vídeos publicados y alrededor de 20 tutoriales por publicar de cara al primer trimestre del 2020. Dos años después de la puesta en marcha de Mi Hogar Mejor, el proyecto ha conseguido alcanzar más de 13 millones de visualizaciones en sus vídeos de Youtube, gracias a la participación de 44 marcas del sector del bricolaje, la decoración y la jardinería; quienes han apostado por el branded content de la mano de sus mejores embajadores: los influencers. En esta tercera edición, Mi Hogar Mejor suma nuevas marcas reforzando así su presencia en el sector. Mediante la publicación de tutoriales creativos, "Mi Hogar Mejor" permite mejorar el posicionamiento en internet y la presencia en el mercado de las diferentes marcas que conforman el proyecto, las cuales encuentran un lugar en el que crear sinergias y ofrecer contenidos de interés para el usuario final. Apostando por el contenido original y de calidad, Mi Hogar Mejor persigue el objetivo de generar conversación y conseguir engagement con el consumidor o espectador "de la televisión digital".

LEROY MERLIN CRECE UN 24,6% TRAS LA UNIÓN CON AKI

Leroy Merlin ha dado a conocer sus resultados anuales, que consolidan un año más su liderazgo al frente del sector del acondicionamiento del hogar. Durante 2019, Leroy Merlin facturó 2653 millones de euros, tras la unión con AKI, lo que supone un aumento del 24,6% respecto al año anterior. Asimismo, su EBIT llegó hasta los 84,5 millones de euros y su tienda online obtuvo cifras récord con una facturación de 59,9 millones de euros (un 26,8% más que en 2018). La compañía afronta este 2020 con un lema "despertar en cada persona la motivación de crear entornos donde vivir mejor". Las inversiones han sido un punto clave en el desempeño económico de la compañía durante 2019, alcanzando los 160 millones euros. Entre otros, Leroy Merlin destinó 69,5 millones de euros a la transformación y apertura de nuevos puntos de venta, en un año marcado por la transformación de tiendas AKI a Leroy Merlin COMPACT; y otros 51,5 millones a la transformación digital y supply chain. Por otro parte, Leroy ya cuenta a pleno rendimiento con sus almacenes de Meco (60.000 m2) y Ribaroja (36.000 m2). El almacén de Meco cuenta con capacidad para 40.000 pedidos al día y en abril de 2020 estará totalmente operativo. Mientras, el almacén destinado a cerámica de Ribaroja, ubicado en un enclave estratégico en este mercado, cuenta con 20.000 referencias.

YA HAY FECHA PARA LAS FERIAS DE COFERDROZA 2020

Coferdroza ya ha dado a conocer las fechas para sus ferias. Este 2020 la 9ª feria virtual de negocios de Coferdroza, está programada del 1 al 30 de abril de 2020. Mientras que la 3ª feria de negocios presencial Coferdroza se llevará a cabo los días 24 y 25 de septiembre de 2020 en Zaragoza. Como novedad y "siempre pensando en facilitar la presencia de los proveedores en las mismas, potenciando e incrementando sus negocios, hemos querido ir más allá" explican desde la cooperativa, que este año premia a sus proveedores que participen en la 3ª feria de negocios presencial con la inscripción gratuita como proveedor colaborador en la 9ª feria Virtual de negocios.



tesatape VUELVE A LA TV CON SU SISTEMA INTELIGENTE DE MONTAJE

tesa tape continuará en este 2020 con su inversión en televisión, y ya son siete años consecutivos en los que la marca tesa está presente en dicho medio para reforzar sus campañas. Su Sistema Inteligente de Montaje, el Smart Mounting System, vuelve a ser el protagonista, buscando dar a conocer a los usuarios finales las ventajas de esta solución y ayudar a sus distribuidores a aumentar la cifra de venta. Se trata de un spot que toca un lado más emocional dirigido a su público objetivo, los bricoladores. La campaña de televisión estará presente durante todo el mes de febrero en los canales de A3 Media, Mediaset España y autonómicos en Prime Time. Además, tesa tape volverá a apostar por el contenido digital y a utilizar plataformas digitales, como Youtube, Facebook, redes sociales y publicidad en vídeo. tesa lleva a cabo una estrategia 360 que también incluye ampliación de la gama con nuevos productos y nuevo material para el punto de venta.

BTV SE ALÍA CON PUDO PARA COMERCIALIZAR LAS TAQUILLAS INTELIGENTES KUIK

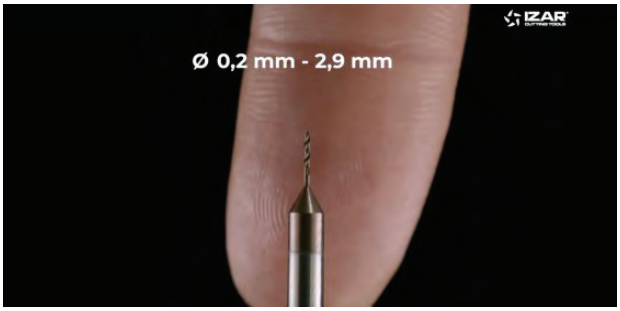
El fabricante aragonés de buzones y PUDO International, colaborarán en el mercado español para aumentar la red de taquillas inteligentes repartidas por todo el territorio. Un producto integrado ya con las principales empresas logísticas nacionales, que crece paralelamente al consumo online. PUDO cuenta actualmente con más de 300 taquillas inteligentes repartidas en más de 20 provincias españolas, con una capacidad de 6.000 boxes al día para la entrega y recogida de paquetería. Están instalados en puntos de gran afluencia de público: supermercados, estaciones de metro, gasolineras, centros comerciales... Con BTV, la filial suiza espera acercar el producto a otro nicho de mercado, todavía inexplorado para la compañía: comunidades de vecinos y viviendas de nueva construcción, en el que el fabricante de buzones está más que asentado. BTV por su parte, consigue con PUDO el partner tecnológico perfecto para seguir desarrollando su producto estrella: los buzones inteligentes Kuik, que con la reciente colaboración de las citadas empresas, han sido rebautizados como Kuik Smart Living.

RUBI PRESENTA LA NUEVA GAMA DE BROCAS DE DIAMANTE DRYGRES 4DRILL

RUBI amplía la gama de diamante DIAMOND EXPERT, con las nuevas brocas DRYGRES 4DRILL. La gama de diamante RUBI, compuesta por discos de corte y brocas de perforación ha consolidado en los últimos años un crecimiento muy importante alzándose como una de las gamas estratégicas de la marca. RUBI sigue dedicando esfuerzos en la evolución y mejora constante de sus productos, gracias a la apuesta por la innovación tecnológica que identifica a la marca. Las brocas 4DRILL están especialmente diseñadas para la perforación en seco de gres porcelánico, y también son aptas para otros materiales cerámicos y piedras naturales. Esta gama es perfecta para trabajar con taladros eléctricos inalámbricos de 1000 a 2500 RPM. Además, las nuevas DRYGRES 4DRILL se caracterizan por su agarre rápido al material a perforar evitando el deslizamiento (EASY START), que se ha conseguido con el desarrollo de su soldadura con granos de diamante. A su vez, esta solución ha aportado una mayor duración y un elevado rendimiento en toda la gama. Por último, todas estas brocas constan de tornillo prisionero que mantiene la cera en la punta de la broca y le da rigidez. La gama de brocas de diamante DRYGRES 4DRILL consta de los diámetros más solicitados: 6, 8, 10, 12, 14 y 20 mm y también de un práctico kit (con brocas de 6 a 12 mm).

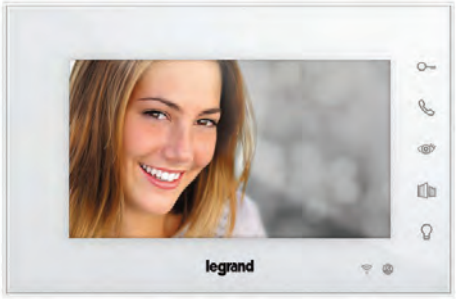
IFAM PRESENTA SU GAMA DE CERRADEROS ELÉCTRICOS E-STRIKE

IFAM refuerza su extensa gama de cerrajería con la incorporación de una nueva línea de producto: los cerraderos eléctricos. Bajo el nombre de E-Strike, IFAM ofrece más de 60 referencias en tres modelos distintos. Estos cerraderos se adaptan a cualquier tipo de puerta y ofrecen un amplio rango de voltajes válidos para los principales sistemas de portero automático. En relación a su anchura, los cerraderos E-Strike se pueden adquirir en 21mm (E-Strike A1) y en 16 mm (E-Strike B1 y B2). El modelo A1 es apto, principalmente, para puertas de madera y de herrería de acero y ofrece un rango de voltaje de 8 a 14V AC/DC. En cuanto a los modelos B1 y B2, su anchura de 16mm los hace aptos para su instalación en cualquier tipo de puerta, incluidas las de la aluminio y PVC. Su rango de voltajes va de los 9 a los 16V en el caso del modelo B1 y de 9 a 24V en el modelo E-Strike B2. Este último cerradero ofrece también más fuerza de precarga y permite la apertura de la puerta con presiones de hasta 200 N. Los tres modelos de cerraderos eléctricos de IFAM ofrecen una gran variedad de referencias tanto en sus funciones como en sus acabados.



IZAR CUTTING TOOLS LANZA SUS MICRO-BROCAS DE METAL DURO

Nuevas micro-brocas de metal duro de Izar Cutting Tools. Cuentan con un ángulo de 10 grados, afilado en cruz, agudeza de gran precisión, geometría especial para alto rendimiento en aceros aleados y fundición, gran acabado superficial del canal para una excelente evacuación de viruta y con una dimensión de 0,2mm-2,9mm.



NUEVA GAMA DE VIDEOPORTEROS CONECTADOS LEGRAND PARA EL CANAL DIY

Legrand presenta en el canal DIY una nueva solución inteligente para la seguridad del hogar: el Easy Kit Connected, un kit de videoportero con el que controlar el acceso a la vivienda desde cualquier lugar mediante el smartphone. La compañía ha creado este kit de videoportero que permite la gestión de todas sus funciones de una forma práctica y sencilla, gracias a su fácil y rápida instalación en la vivienda y al acceso intuitivo mediante la App Door Entry Easy Kit. Easy Kit Connected está compuesto por una unidad interior con conexión Wifi, una placa exterior de calle y se puede ampliar con una cámara exterior adicional, lo que ofrece vigilancia completa. Se trata de un dispositivo de fácil instalación (cableado de 2 hilos) y configuración, es posible convertir la instalación actual en una conectada simplemente reemplazando la unidad interior sin realizar cambios estructurales. La unidad interior del videoportero se conecta a la red Wifi del hogar. Su diseño actualizado con acabado en color blanco o negro, posee una pantalla de 7" y monitor manos libres, lo que permite contestar cómodamente a las llamadas. Además, dispone de doble apertura y de función de activación de la iluminación al recibir una llamada.

CISA LANZA SU NUEVO CATÁLOGO 2020

CISA Cerraduras presenta su nuevo catálogo-tarifa 2020 que incluye una extensa gama de soluciones para la gestión de accesos; cerraduras eléctricas, cerraduras para carpinterías metálicas y de madera, cerraduras de seguridad a borjas y para puertas acorazadas, cilindros, candados, cierrapuertas, cajas fuertes, manillas, cerraduras cortafuego y cerraduras con función antipánico, dispositivos antipánico, dispositivos de emergencia, etc. En la nueva edición del catálogo CISA 2020 en formato digital, se incluye la actualización de su gama de productos en formato PRESTO. El formato PRESTO es un estándar de traspaso de información digital entre el fabricante de productos de la construcción y los proyectistas de obras, compatible con una amplia variedad de software a través del estándar FIEBDC. CISA busca satisfacer las necesidades en todo tipo de entornos, con soluciones específicas para prevenir el acceso ilícito en cualquier tipo de acceso. Además busca desarrollar sistemas para permitir el tránsito seguro de las personas, incluso con movilidad reducida, en caso de peligro o emergencia.

ROLSER PRESENTA EN LAS ÚLTIMAS CITAS FERIALES SU APUESTA ECOLÓGICA

Hace casi una década Rolser presentaba el Ecomaku, el primer carro con una clara vocación sostenible gracias a sus materiales y procesos de fabricación, respetuosos con el medio ambiente. 10 años después Rolser sigue promoviendo la ecología con nuevos productos, como Bolsas Rolser de Malla Reutilizables, o la bolsa I-Max en los modelos DUNE, TAILOR ó ECOIMAX, todos con el proceso de fabricación Natural Process, que invitan a convertir lo cotidiano en excepcional. Excepcional por su naturaleza, respetuosa con el medio ambiente, con tejidos procedentes de piezas de textil resultado de un minucioso proceso de reciclaje por selección. De esta manera se evita un tinte adicional en su confección, siendo los colores los propios de las prendas recicladas.

SE AMPLÍA LA GAMA DE ROBOTS CORTACÉSPED DE GARDENA

Se suman dos nuevos cortacésped a la gama de robots de Gardena. Así, la gama de Sileno City, dispone actualmente de 2 modelos diferentes de robots cortacésped, el nuevo Smart Sileno City 250 y el ya conocido Smart Sileno City 500. El primero de ellos para espacios más reducidos de hasta 250m2 y el segundo de ellos para superficies de hasta 500m2. A través de la aplicación Smart System, disponible para Android, IOS y web, es posible controlar estos dos robots cortacésped, además de controlar otros dispositivos de riego. Además, la gama de Sileno +, añade con el Sileno + 2000, un nuevo modelo diferente y novedoso dentro de la línea de robots cortacésped de Gardena.

AZKONOBEL PRESENTA LAS INNOVACIONES DE SUS 'SUPERPINTURAS' PARA EL MUNDO

Azkonobel reunió en Madrid a distribuidores y prensa para presentar las últimas novedades en pinturas y barnices. Empezando por la madera, en 2020 Xylazel y Xyladecor serán dos marcas que crecerán cada una hacia un cliente distinto. Xylazel estará orientada al experto en madera, con un mayor rango de producto que cubra cualquier tipo de necesidad, por otra parte, Xyladecor será la mejor apuesta del bricolador, sin complicaciones, con un lenguaje cercano al consumidor, para trabajos simples del día a día. Respecto al metal, la gran novedad es el nuevo producto de Hammerite, la marca icónica que garantiza la mejor solución para el metal, que lanza "SUPERIA", este producto garantiza 12 años de protección en todos los metales, ofrece acabado brillante, satinado, mate, liso efecto forja, y forja, cuenta con una amplia gama decolores adaptada a toda la gama de metales, y estará disponible en dos formatos, 750 ml y 2,5 litros. Además, en la gama de metal, Azkonobel cuenta también con Oxirite, una marca más cercana a la practicidad. En comunicación, la gama de metal se trabajará en la misma línea que la de madera. Respecto a las novedades en la gama de color del grupo, habrá Sistema mix, en 2020 se hará un reposicionamiento de las bases (mistral, confort y emblema); el tinte ACOMIX será más competitivo que nunca, tendrá un ahorro del 15% del precio, y un nuevo formato de 2,5 litro, la gama 'Colores del mundo' cuenta con tres tonos nuevos, llegan Capadocia (tonos rojizos muy actuales), Azores (tonos verdes, más apagados que los habituales) y Laponia (tonos azulados, grisáceos, de actualidad de la tendencia nórdica y minimalista, azules glaciares,...). Además, a partir de ahora cualquier color es posible, Colores del Mundo tendrá un base blanca (en dos formatos 4 y 10 litros) que se unirá al color deseado, todo manteniendo el precio. Y nace Ultraresist en bases Mix. Por último, la marca lanza los 'Tester de color', un mini rodillo con unos pocos mililitros de producto, que el consumidor podrá adquirir por internet (también en tienda), y que en 48 horas tendrán en su hogar para probar sobre la pared o la superficie que prefiera, pudiendo comprobar si la adquisición es la correcta en las condiciones de luz y ubicación exactas.

IXO VI DE BOSCH, EL REGALO IDEAL

El nuevo IXO VI de Bosch es uno de los atornillador más versátil del mercado que se complementa con el concepto IXO Collection, la colección de adaptadores con diversas aplicaciones dentro y fuera del hogar. Hasta ocho adaptadores entre los que encontrar el perfecto para regalar en el día del padre. Para los más sibaritas, el sacacorchos o el molinillo de especias creativo para la cocina de autor. Ventilador de barbacoa, perfecto para asar a la parrilla de forma rápida y fácil, para los padres gourmet. O para los aficionados al DIY, el multicutter universal, autoafilable y muy versátil. Y para aquellos amantes del bricolaje, se encuentra el adaptador de taladro, adaptador excéntrico que permite que el IXO atornille cerca de los cantos, el adaptador de par de apriete para un atornillado con absoluta precisión y control, y el adaptador angular diseñado para todas las aplicaciones de atornillado posibles en lugares imposibles.

MCCULLOCH APUESTA ESTA PRIMAVERA POR LA DESBROZADORA B33PS+ 4 EN 1

McCulloch presenta la desbrozadora B33PS+ 4 en 1 es ideal para mantener el cuidado del jardín. Se trata de una herramienta multifuncional y versátil con la que se pueden utilizar cuatro sistemas de corte distintos gracias a su diseño formado por un eje desmontable que permite añadir los diferentes accesorios: disco, cortasetos, hilo y sierra. De esta manera ofrece con una desbrozadora que mantiene la robustez y ergonomía característica de los otros modelos pero que a la par, ofrece nuevas ventajas con las que el usuario ahorra tiempo, esfuerzo y espacio a la hora de realizar diferentes tareas.

PANDION S3 DE PANTER, LAS BOTAS TÉCNICAS POLIVALENTES PARA CUALQUIER ACTIVIDAD

Por su diseño y componentes, las Botas Técnicas Pandion S3 de PANTER, son un excelente calzado valorado y demandado por todo tipo de profesionales ya que por su naturaleza polivalente son compatibles con múltiples profesiones y actividades; construcción, bricolaje, instalaciones, horticultura, jardinería, industria agrícola, logística, mantenimiento industrial, mecánicos, instaladores, etc. Este modelo cuenta además con la Tecnología Optimal Sole, que le confiere una increíble amortiguación y estabilidad. Con Optimal Sole, PANTER ha revolucionado el sector, fabricando el calzado profesional de mayor confort del mercado, con una notable reducción del peso, a la vez que un aprovechamiento de la amortiguación en la pisada de entrada para impulsar el siguiente paso. Proporciona, entre otros beneficios, óptimo reparto de las presiones plantares, disminución de la fatiga muscular y reducción de posibles dolores lumbares.

ARCO PRESENTA NOVEDADES EN LA FERIA AQUATHERM

Arco ha estado presente en la feria internacional Aquatherm celebrada recientemente en Moscú donde ha presentado al público profesional su catálogo de válvulas, accesorios y sistemas para instalaciones de fontanería, gas y calefacción, tanto para la industria como para el mercado doméstico. En esta edición, la marca española ha dado a conocer los últimos productos fabricados con el sistema Vitaq: las válvulas de retención y la llave de escuadra A-80 X-flow. El objetivo de Arco con la incorporación del material técnico Vitaq a estos productos es mejorar la funcionalidad y alargar la vida útil de las instalaciones.

Válvula de retención VITAQ

Válvula A-80X-FLOW

MERCEDES-BENZ VITO: ¡AÚN HAY MÁS!

LAS PRIMERAS UNIDADES LLEGARÁN AL MERCADO A PARTIR DE JUNIO

LA NUEVA VERSIÓN ESTÁ DISPONIBLE CON MOTORES DIÉSEL DE CUATRO CILINDROS OM 654, E INCORPORA NUEVOS SISTEMAS DE INFOENTRETENIMIENTO Y ASISTENCIA A LA CONDUCCIÓN, ASÍ COMO ALGUNAS MEJORAS EN SU DISEÑO

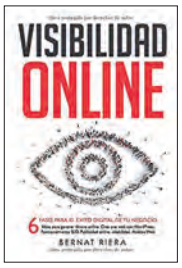
Ahora Mercedes-Benz ofrece la posibilidad de equipar las versiones con tracción trasera o 4x4 de la Vito con el motor diésel OM 654 de 2,0 litros y cuatro cilindros. Esta nueva generación de motores, que hasta ahora sólo estaba disponible para la Vito Tourer, se ofrece en cinco niveles de potencia: 102, 136, 163, 190 y 239 CV.El fabricante destaca que la generación del motor OM 654 (1.950 cc) es aún más eficiente y limpia que el anterior OM 651 (2.143 cc). Para la variante con tracción delantera, se mantiene el motor OM 622 de 1,7 litros y cuatro cilindros. Otra novedad en la cadena cinemática es la disponibilidad de la transmisión automática 9G-TRONIC, para todas las variantes de la Vito con tracción trasera. Su interruptor DYNAMIC SELECT permite seleccionar los programas de conducción "Comfort" y "Sport" y así adaptar el comportamiento del cambio a sus requisitos de conducción.

UN PASO MÁS EN SEGURIDAD

El Asistente de Frenada Activo, el DISTRONIC y el espejo retrovisor interior digital amplían de 10 a 13 la gama de sistemas de asistencia a la conducción y de seguridad para la nueva Vito. El nuevo Asistente de Frenada Activo puede detectar el riesgo de colisión con un vehículo que circula por delante. Primero advierte al conductor visual y acústicamente, y si éste no responde el asistente aplica la presión de frenado adecuada a la situación. Si no hay reacción, el sistema proporciona apoyo con maniobras activas de frenado. En tráfico urbano, también reacciona ante obstáculos estacionarios o peatones cruzando. DISTRONIC también está disponible para la Vito por primera vez. El Asistente Activo de Distancia puede mantener la distancia al vehículo precedente establecida por el conductor descargándole de trabajo, por ejemplo, al conducir en autopista o en atascos con continuas maniobras de parada y arranque.
El Espejo retrovisor interior digital es una primicia en el segmento. Una cámara trasera HDR muestra todo lo que sucede detrás del vehículo en la pantalla del espejo. Transmite un campo de visión que es dos veces más ancho que el que proporciona un espejo retrovisor interior convencional.

NUEVA PARRILLA Y MEJORAS EN EL INTERIOR

En el apartado estético también hay novedades. Los diseñadores han modificado la parrilla del radiador, que se combina con los elementos del equipo opcional DISTRONIC, Asistente de Frenada Activo o parachoques pintados. En el interior, el tejido robusto y elegante "Caluma" reemplaza al anterior "Tunja". La renovación incluye nuevas salidas de aire de tipo turbina con un aspecto deportivo. En lo referido a sistemas multimedia, se ofrecen opciones como la radio básica (Audio 10), con Bluetooth y toma USB, pantalla táctil de 7,0 pulgadas (Audio 30) y Apple CarPlay y Android Auto, así como cámara de marcha atrás, mientras que el tope de gama (Audio 40) incluye ya navegador integrado.



VISIBILIDAD ONLINE - MARKETING DIGITAL 2019

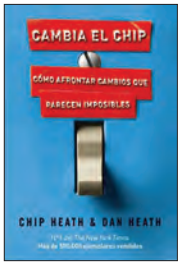
Descubre la guía definitiva en 2017 para crear una estrategia de marketing digital 4.0 con un presupuesto cercano a cero. El mejor libro de marketing para cualquier CEO, Emprendedor o propietario de un negocio tanto online como físico.

Autor: Bernat Riera
Págs: 239
Precio: 15,49 €
Edita: Agencia del ISBN

APLICACIONES DEL LED EN DISEÑO DE ILUMINACIÓN

Cuenta con la colaboración de más de 50 diseñadores de iluminación y especialistas en tecnología LED, miembros de la asociación APDI y otras asociaciones de Latinoamérica, así como otros expertos del sector. Todos ellos han aportado de forma entusiasta su visión y experiencias en los proyectos realizados con tecnología LED.

Autor: Alfred Sa
Págs: 442
Precio: 28,31 €
Edita: Marcombo



CAMBIA EL CHIP: CÓMO AFRONTAR CAMBIOS QUE PARECEN IMPOSIBLES

Con un estilo ameno y agradable y con una sólida exposición argumental, los autores nos resumen décadas de investigación en psicología, sociología y otras disciplinas científicas para explicarnos cómo podemos efectuar un cambio transformador en nuestras vidas. Si llevas tiempo intentando cambiar de hábitos sin conseguirlo, éste libro se convertirá en tu mejor aliado y compañero de ruta.

Autor: Chip Heath, Dan Heath, Ana García Bertrán (Traductor)
Págs: 312
Precio: 17,05 €
Edita: Gestión 2000

FIMMA Maderalia
2 – 5 junio 2020

FIMMA MADERALIA

Traslada su próxima edición a la primera semana de junio ante la situación motivada por la propagación del Coronavirus y las consecuencias derivadas entre los expositores y visitantes extranjeros, especialmente los procedentes de Italia y Centroeuropa. La decisión ha sido consensuada con el sector que ha dado el visto bueno a las nuevas fechas de junio ya que no interfiere en los ciclos comerciales anuales de las empresas.

Cuándo: 2 al 5 de junio de 2020
Dónde: Feria de Valencia
Organiza: Feria de Valencia

INTERNATIONALE EISENWARENMESSE KÖLN

FERIA INTERNACIONAL DE FERRETERÍA DE COLONIA

La Feria Internacional de Ferretería de Colonia ya tiene una nueva fecha, tras consultar con la industria y con amplia aceptación por parte de los expositores. Todos los contratos actuales con estos permanecerán válidos. Sólo habrá una feria para la industria de la ferretería en Colonia en 2021: Asia-Pacific Sourcing, que fue planeada para marzo, será integrada en la Feria de Ferretería.

Cuándo: 21 al 24 de febrero de 2021
Dónde: Colonia
Organiza: EISENWARENMESSE

CONGRESO DE FERRETERIA Y BRICOLAJE AECOC

AECOC ha comunicado nueva fecha para la celebración del 23º edición de su Congreso de Ferretería y Bricolaje. Tras haber sido aplazado con motivo de las restricciones impuestas por los avances del COVID-19, el Congreso mantendrá el programa previsto de ponencias, con el objetivo de ofrecer las máximas facilidades a los asistentes y garantizar la propuesta de valor.

Cuándo: 9 de julio de 2020
Dónde: Marriot Auditorium Hotel de Madrid
Organiza: AECOC

No pensarás en otra cosa

Piensa en Big y acertarás

Cerámica · Baños y Decoración · Cerramientos · Jardín
Herramientas · Material Eléctrico · Fontanería · Pintura y Papel Pintado
Aislamientos · Cementos y Adhesivos y Cubiertas · Prefabricados

20 AÑOS JUNTOS

BigMat

La tienda profesional de la construcción

PASO®

SOLUCIONES PROFESIONALES

0%
SULFÚRICO
100% EFICAZ

CON PASO,
DESATASCA SEGURO

NO TE ARRIESGUES