

Memoria AFEB

2014



Diciembre 2014

ÍNDICE

- 3** WORLD DIY REPORT Y FEDIYMA-EDRA DIY CONSUMER
- 4** AFEB EN EL CONGRESO AECOC DE FERRETERÍA Y BRICOLAJE / ASAMBLEA GENERAL DE SOCIOS
- 5** PRIMER FORO ANUAL AFEB
- 6** CÓMO TRABAJAR EN UN MARKET PLACE
- 7** EL NUEVO RINCÓN DEL BRICOLAJE / AFEB PARTICIPA EN EL PRIMER BARÓMETRO DIGITAL DEL SECTOR
- 8** GRUPOS DE TRABAJO
- 11** DESAYUNO AFEB - QF PLUS / PARTICIPACIÓN CONJUNTA EN EXPOFERRETERA COSTA RICA
- 12** SEGUNDO FORO ANUAL AFEB
- 14** CONCURSOS EL RINCÓN DEL BRICOLAJE
- 15** AFEB PARTICIPA EN EL RETO DEL CUBO DE AGUA / AFEB EN EUROBRICO 2014
- 16** EMPRESAS DE AFEB SE REUNIERON CON LOS PRINCIPALES DISTRIBUIDORES DE SUDAMÉRICA
- 16** NUEVAS FUNCIONALIDADES EN LA WEB DE AFEB Y NUEVA POLÍTICA DE PROMOCIÓN DE MARCAS
- 17** CON LOS 16 NUEVOS SOCIOS DEL 2014, AFEB CIERRA EL AÑO CON 68 EMPRESAS ASOCIADAS
- 18** SOCIOS AFEB

WORLD DIY REPORT Y FEDIYMA-EDRA DIY CONSUMER



AFEB empezó el año con información relevante para sus asociados.

El World DIY Report 2013, que incluía información detallada sobre la situación de la distribución en los mercados de bricolaje de los 72 países más relevantes de los cinco continentes analizando las siguientes variables:

- ▶ **Ventas de bricolaje por país.**
- ▶ **Pib por país.**
- ▶ **Gasto per cápita en bricolaje por país.**
- ▶ **Información sobre los 30 distribuidores principales a nivel mundial país por país.**

El estudio se ofertó a 196 euros para los asociados de AFEB y a 460 euros para el público en general.

El FEDIYMA - EDRA DIY Consumer Study, realizado por la consultora Ebeltoft Group para las asociaciones europeas FEDIYMA y EDRA, se centró este año en los cambios en los comportamientos de compra de los consumidores de bricolaje. Para ello se realizaron más de 800 entrevistas en Alemania, Bélgica, España, Francia, Italia y Reino Unido, en las que se analizan:

- ▶ **Puntos de contacto entre los usuarios y la información del producto.**
- ▶ **Expectativas y comportamiento de los compradores.**
- ▶ **Diferencia de percepción entre el comprador online y offline.**
- ▶ **Uso del móvil y lo online en las compras de bricolaje.**
- ▶ **Evolución de las compras móviles en el futuro.**
- ▶ **Consideraciones demográficas (edad, tipo de casa, personas que conviven, etc.) de los compradores.**

AFEB EN EL CONGRESO AECOC DE FERRETERÍA Y BRICOLAJE

César Navarro, presidente de AFEB y director general de Cintacor, participó en la mesa redonda que abrió el Congreso AECOC de Ferretería y Bricolaje del 2014 (Madrid, 5 de febrero) en el que se debatieron las estrategias y perspectivas de crecimiento del sector durante el 2014.

El presidente de AFEB incidió en la necesidad de seguir colaborando para mejorar la oferta de productos y adecuarla al consumidor, al tiempo que resaltó la

importancia de poner de moda la mejora del hogar. Durante el Congreso, Carlos Torme, director de Desarrollo de Mercados de AECOC, anunció la elaboración, con la colaboración de AFEB, del primer Barómetro Digital que mediría la orientación de las empresas del sector en el canal online y la participación de AFEB en la organización del 'Día de tu Casa', iniciativa surgida en el seno de AECOC para poner en valor el bricolaje y llegar al consumidor final.



Congreso AECOC



César Navarro

ASAMBLEA GENERAL DE SOCIOS

Los cinco pilares del 2014

Durante la Asamblea General de socios celebrada en Valencia el 6 de marzo del 2014, se expusieron los cinco pilares que iban a marcar la asociación a lo largo del año: relanzamiento del Rincón del Bricolaje; Grupos de Trabajo; Relación con la Distribución (con nuevos desayunos y actos institucionales como el Día de tu Casa), Firma del Código de Buenas Prácticas Comerciales entre fabricantes y distribuidores a nivel europeo y Potenciación de las Estadísticas realizadas por AFEB.



PRIMER FORO ANUAL AFEB

El mismo día 6 de marzo, AFEB organizó el primero de sus dos foros anuales en el que, como siempre, se empezó analizando la coyuntura económica del sector.

Coyuntura Económica del Sector

Carlos del Piñal (miembro de la Junta Directiva de AFEB y Director General de Husqvarna) hizo una exposición económica de la evolución económica del sector analizando los datos del PIB, inflación y tasa de paro desde el año 2013 hasta las últimas previsiones para los años 2015 y 2016, estimándose que el consumo fuera acelerando su ritmo de que podría situarse en el 1'6% en el 2015 y en el 2'5% en el 2016.

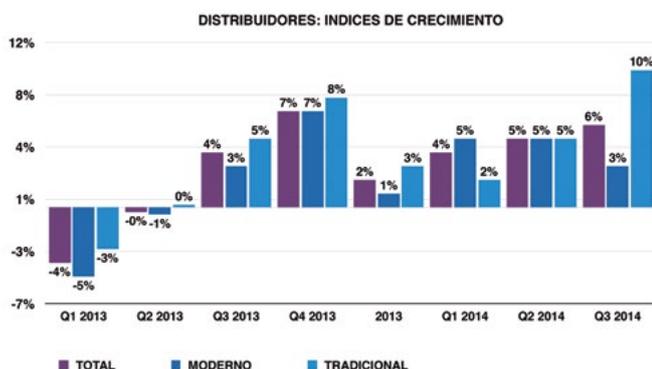
Del Piñal analizó los informes de incidencia elaborados por AFEB y los informes de coyuntura elaborados conjuntamente por AFEB y AECOC e insistió en la importancia de cumplimentar las encuestas por parte de los asociados, anunciando la posibilidad de incorporar el Cuadro de Mandos en futuros informes.



Carlos del Piñal



Foro Anual AFEB



“El ritmo de crecimiento podría situarse en el 1'6% en el 2015 y en el 2'5% en el 2016.”

Cómo trabajar en un market place

Demis Torres, director comercial de Rakuten España, explicó a los asociados de AFEB cómo trabajar en un market place y los cambios experimentados por el consumidor. “Las tiendas tienen que generar diversión”, sentenció. “Tenéis que divertir al usuario. Si lo hacéis, compran. En caso contrario, se aburren y se van”.

Torres recordó que el consumidor final se ha transformado en ‘prosumer’, un mix entre productor y consumidor. “Gracias a la tecnología compra, consulta, opina”.

“El consumidor es activo, está muy bien informado, es exigente, impaciente y omnipresente”. Ahora los consumidores pueden comprar lo que quieran en cualquier momento. “La cadena de distribución queda alterada por la tecnología”, aseguró.

Para vender en un market place, primero hay que tener en cuenta su tipología, si se trata de un modelo B2C (business to consumer: del negocio al consumidor) o del nuevo concepto B2B2C (business to business to consumer: atienden transacciones co-



Demis Torres

merciales entre negocios y entre negocios y consumidores). En el primer caso, solo hay que identificar los productos estrella del catálogo. En el segundo caso, que es el modelo de negocio de Rakuten, los pasos serían los siguientes:

- ▶ **Identificar el producto estrella del catálogo.**
- ▶ **Pensar en la estrategia de lanzamiento.**
- ▶ **Política de precios.**
- ▶ **Diseño de la página basada en tienda-experiencias.**
- ▶ **Diseño de producto. Debe incluir una buena descripción y todo lo que facilite la compra al usuario.**
- ▶ **Estrategia de medios. Es necesario ser activo en redes sociales.**
- ▶ **Lanzamiento. Una vez realizado todo lo anterior, es el momento de lanzar el producto.**
- ▶ **Revisar todo lo que se ha hecho.**

El nuevo rincón del bricolaje



Alejandro Casero

En el mismo foro, Houser&Houser, empresa especializada en marketing online, explicó a los asociados cómo iba a ser la renovación del Rincón del Bricolaje, portal de internet que ofrece soluciones al usuario final sobre los productos de las empresas de AFEB, siendo tres los objetivos principales:

- ▶ **Hacer crecer el número de visitas al portal.**
- ▶ **Impulsar la comunidad que envuelve al portal.**
- ▶ **Lograr una mayor implicación de las marcas.**

Todo ello, siguiendo una guía de estilo y contenidos, facilitado a todos los miembros de AFEB, con el fin de facilitar los procesos y unificar los criterios de trabajo.

AFEB PARTICIPA EN EL PRIMER BARÓMETRO DIGITAL DEL SECTOR

45 empresas asociadas participaron, a lo largo del primer trimestre del 2014, en la elaboración del primer Barómetro Digital del sector que pretendía medir la orientación de las empresas del sector en el canal on-line, lo que AFEB considera esencial para medir la competitividad de las empresas en este entorno.

A través del Instituto Superior de Desarrollo de Internet (ISDI), se puso en marcha este proyecto (financiado íntegramente por AECOC) con la finalidad de detectar los principales puntos de mejora y establecer un plan de trabajo para ayudar a las empresas a desarrollarse en este canal.



GRUPOS DE TRABAJO

A FEB ha intensificado, durante el 2014, las reuniones de los grupos de trabajo que se crearon en el 2013, a la vez que ha creado nuevos grupos que funcionan tanto a nivel on-line como en reuniones presenciales en las que los responsables de las distintas áreas de las empresas asociadas, no competidoras entre sí, se reúnen para compartir temas de interés común.

Grupo Exportación



Los miembros del Grupo de Exportación de AFEB, liderado por CRC, se reunieron el 11 de abril para debatir temas comunes. Entre las conclusiones alcanzadas por este grupo destacó la evolución positiva del mercado exterior, con crecimientos medios del 15 % en las exportaciones durante el último trimestre de 2013.

También se pusieron en común las ferias internacionales más interesantes para el 2014: Perú Expo Ferretera, Expo Ferretera Costa Rica, Expo Ferretera México, Argelia y Casablanca y se erigieron como áreas de interés prioritario para el sector Francia, Rusia, Turquía, Perú, Colombia, México, Marruecos y Guinea.

Durante la reunión se apuntó la posibilidad de realizar misiones inversas en Eurobrico y Ferroforma con distribuidores que se acercaran a visitar estas ferias.
Foto grupo export

Grupo Redes Comerciales



El 2 de septiembre tuvo lugar la reunión del Grupo D de Redes Comerciales liderado por Husqvarna, en el que se plantearon tres temas de análisis:

- **Colaboración y sinergias** entre los miembros de AFEB, valorando la posibilidad de compartir agentes, gestores de punto de venta o comerciales propios y contar con ponencias específicas sobre aspectos relacionados con las redes comerciales. También se exploró la opción de emplear la televenta entre varias empresas para llegar a clientes tradicionales más pequeños.
- **Retribución**, examinándose la proporción de los incentivos para agentes mult Cartera sobre las ventas, así como las retribuciones de los agentes comerciales, destacando entre las conclusiones que cada empresa conoce el punto de equilibrio para contar con un agente, constatándose como las zonas más lógicas para ello, las islas, además de Galicia, por su especial orografía. Del mismo modo, resulta importante asegurarse de que la mult Cartera no sea muy extensa.

► **Seguimiento y control** por parte del agente de las acciones acordadas tras una visita acompañando al agente: mayor presión en un cliente, presentación de una gama nueva... Se analizó qué tipo de herramienta se puede utilizar aparte de las estadísticas de venta y de qué manera se controla si se consigue realizar esa tarea en modo y tiempo. Aunque el método está pensado para agentes multicartera, también se constató su validez para agentes propios. Por otra parte, se expuso la validez de los informes concretos de temas objetivos por parte de los agentes multicartera, como el lanzamiento de un nuevo producto o la evolución de una serie de tiendas pertenecientes a un grupo.

Grupo Administración Comercial



El 18 de septiembre AFEB organizó un grupo de trabajo sobre administración comercial, liderado por Akzo Nobel al que asistieron siete representantes de empresas asociadas no competidoras entre sí. Se incidió en la necesidad de profundizar en las herramientas que permiten a los clientes enviar sus pedidos en diferentes formatos y se integran automáticamente en el ERP de las empresas, así como en el impulso de la factura electrónica. También se pusieron sobre la mesa prácticas para mejorar la eficacia de la administración comercial, como la confirmación a los clientes de la recepción de sus pedidos, motivarlos para que usen las plataformas de pedidos, informarles de los restos pendientes y de las anulaciones automáticas de restos pendientes en un plazo determinado de días, realizar un seguimiento de las incidencias, tanto con el almacén como con las agencias de transporte, etc.

Grupo E- Commerce



El grupo B de E-commerce liderado por WD-40, se reunió el 25 de septiembre con responsables de Amazon, quienes explicaron el funcionamiento de su canal de venta online tanto en la versión Market Place como en la Retail.

Este grupo de trabajo concluyó que la venta online tiene un gran potencial en el futuro, aunque todavía representa un porcentaje pequeño en algunas empresas. Se concluyó asimismo que existe una gran oportunidad de fomentar que los distribuidores hagan e-commerce y que al mismo tiempo se debe impulsar el comercio electrónico de aquellos clientes que ya cuentan con tienda online, mediante acciones promocionales y de cross selling promovidas por los fabricantes.

“AFEB ha intensificado, durante el 2014, las reuniones de los grupos de trabajo que se crearon en el 2013”

Grupo Logística



El grupo de trabajo de Logística organizado por AFEB analizó el 15 de octubre algunos de los aspectos de mayor interés relacionados con la gestión de stocks y los almacenes. En la reunión participaron cinco miembros de la asociación (no competidores entre sí), quienes abordaron, entre otros temas, sus diferentes formas de actuar para optimizar los stocks, las nuevas tecnologías de comunicación aplicadas a la logística y las mejoras en almacenes dinámicos a través de sistemas informáticos.

Entre sus conclusiones destacan:

- ▶ Que para mejorar la gestión del stock, se trabaja con unos mínimos que, en algunos casos, se calculan comparando los consumos de cada referencia del último año con el consumo de años anteriores, mientras que en otros casos se calcula según la previsión de ventas. Para solucionar el problema de los obsoletos, una opción consiste en crear un almacén paralelo con las referencias de más de seis meses en almacén e identificar los artículos con colores. Otra alternativa puede ser la venta a proveedores locales o internacionales del stock más problemático. Por otra parte, y como una tendencia que viene dada por los clientes, se observa un descenso del número de unidades de venta.
- ▶ Que utilizar varios operadores de transporte diferentes puede suponer un ahorro de hasta el 30 %. Otra fórmula puede ser realizar subastas entre distintos operadores con el fin de conseguir el mejor precio

en el envío de camiones directos. Con el objetivo de paliar la falta de conocimientos de los equipos comerciales acerca de la cadena de producción y logística, se propuso disponer de un stock online que pudiera ser consultado por estos de forma habitual y una herramienta también online para que realicen sus pedidos, ya que ayudaría a automatizar el proceso.

Grupo Trade Marketing



Analizar las diferentes estrategias de promoción en el punto de venta fue el objetivo del grupo de trabajo de Trade Marketing de AFEB (grupo B) que, liderado por Cintacor, se reunió el 30 de octubre y en el que participaron doce asociados no competidores entre sí. Los asistentes examinaron las dificultades encontradas en las acciones con PLV promocionales, como el coste de preparación del material y la personalización para la distribución, entre otros aspectos. También la gestión de los folletos centró la atención del grupo de trabajo, así como la utilización de documentos digitales (todavía con poca repercusión en el sector) para evitar la impresión en papel y la conveniencia de publicar el catálogo y la tarifa juntos o separados. Los asistentes al grupo se mostraron de acuerdo con el buen resultado de las demostraciones al público, siempre que estuvieran bien ubicadas en el establecimiento, considerando que suponen una buena ocasión para formar a la red comercial de la tienda. También las pantallas y vídeos son un excelente recurso para atraer la atención de los consumidores. Por último, se abordó el posible desarrollo de las nuevas tecnologías en el retail y el papel de los fabricantes en este proceso.

DESAYUNO AFEB - QF PLUS

El 28 de mayo, la cooperativa QFplus compartió con sesenta socios de AFEB sus proyectos de desarrollo dentro de lo que venimos denominando Desayunos con la Distribución, iniciativa organizada periódicamente por la asociación con diferentes agentes de la distribución.

En el encuentro, que duró más de cuatro horas, los directivos de la cooperativa desgranaron, departamento por departamento, su funcionamiento y problemática y solicitaron la colaboración de las empresas proveedoras para mejorar aspectos como: abastecimiento, codificación, EDI, BBDD electrónicas, administración, riesgos, etc.

También se adelantaron algunos aspectos de la cadena de ventas que desarrollará la cooperativa y que se enfocará a la reparación y al bricolaje.



PARTICIPACIÓN CONJUNTA EN EXPOFERRETERA COSTA RICA



AFEB contó con un stand agrupado en la feria Expo-Ferretera, de Costa Rica (30, 31 de mayo y 1 de junio) que contó con la participación de tres miembros de AFEB (Orfesa, Pentrilo y Cintacor) y tres del Grupo Beret (Gala Gar, Rombull Ronets y Ruedas Alex), en la que ha sido la primera colaboración entre ambas asociaciones.

SEGUNDO FORO ANUAL AFEB

El noveno Foro AFEB, celebrado el 8 de julio en Barcelona, reunió a unos 75 directivos de empresas asociadas para exponer los últimos datos del sector y comentar los futuros proyectos.

Coyuntura Económica Sectorial

Según datos aportados conjuntamente por AECOC y AFEB, las ventas al canal de bricolaje aumentaron más del 15 %, mientras que las destinadas al tradicional lo hicieron casi un 13 %.

También el canal generalista (grandes superficies de alimentación que comercializan productos de ferretería y bricolaje) mostró un buen comportamiento, con incrementos superiores al 10 %.

Carlos del Piñal, responsable del comité de Economía de la asociación, repasó los principales datos macroeconómicos del país, que evidenciaban signos positivos. Por otra parte, tras un primer trimestre caracterizado por los buenos resultados, con un 4 % de crecimiento medio del sector, el segundo trimestre se ha estabilizado e impera la prudencia para la segunda mitad del año.



“Las ventas al canal de bricolaje aumentaron más del 15 %, mientras que las destinadas al tradicional lo hicieron casi un 13 %”

Mapa de la Distribución

Como segundo punto del foro de julio, se presentó El Mapa de la Distribución, informe elaborado por AFEB que muestra la evolución de los diferentes operadores del sector de ferretería y bricolaje en los últimos 14 años (en el ámbito de productos de consumo, no se incluyen los industriales). Xavier Merino, director de marketing y comercial de Compo y responsable del comité de relaciones con la distribución, y Juan Manuel Fernández, director general de C de Comunicación, expusieron las principales conclusiones de este estudio, que sirve para tener una radiografía completa de todos los canales de distribución de nuestro país.

'Hard discount' de bricolaje, tiendas multiprecio y venta online son los canales con mayor crecimiento en la venta de productos de ferretería y bricolaje en los últimos años. Los llamados 'hard discount' (Brico Dépôt y Bricomart) han aumentado su facturación un 158 % entre 2007 y 2014. Los bazares, por su parte, han incrementado sus ventas de ferretería y bricolaje un 700 % en el mismo periodo, aunque, en este último caso, todavía se trata de cifras globales no muy significativas. En cuanto al canal online, si bien no hay datos anteriores a 2014, se estima que será uno de los que mayor crecimiento experimentará en los próximos años.

Medianas superficies de bricolaje y grandes superficies de alimentación han sido las más perjudicadas por la situación económica. Entre 2007 y 2014, la facturación de las primeras descendió un 37 %, aunque en el cómputo global entre 2000 y 2014 han obtenido un aumento del 12 %. En cuanto a la alimentación, el decrecimiento entre 2007 y 2014 fue del 34 % y en los últimos 14 años, de casi el 7 %.

Por su parte, las ventas del canal de ferretería bajaron un 18 % entre 2007 y 2014. El saldo positivo del periodo 2000-2007 (casi un 23 % de crecimiento) hace que el cómputo global no haya decaído, sino que se haya mantenido, con un ligero incremento



Xavier Merino

del 0,7 % entre 2000 y 2014. En cuanto a las grandes superficies de bricolaje, continúan creciendo, aunque a un ritmo mucho menor. Si bien en el periodo 2000-2007, el aumento fue del 154 %, entre 2007 y 2014 este solo fue del 6 %, a pesar de contar con muchas más tiendas.

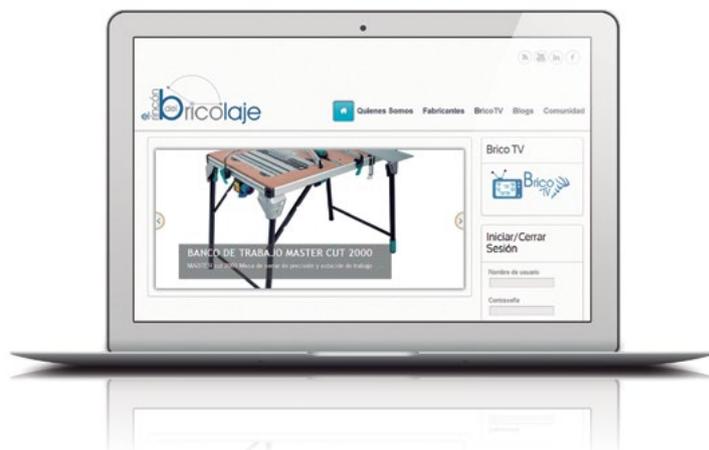
En cuanto a cuotas de mercado, el canal de ferretería en España ha pasado del 79 % en el año 2000 al 49 % actual (referido siempre a productos de consumo, no industriales). Esto supone un descenso del 33 %. No obstante, la gran superficie de alimentación ha sido la que mayor pérdida de cuota de mercado ha experimentado en este tipo de artículos (-50 %), al pasar de un 16 % al 8 %, durante el mismo periodo.

Las medianas superficies de bricolaje también se han visto afectadas, con una bajada del 25 % (cae del 8 % al 6 % de cuota de mercado actual).

En cambio, grandes superficies de bricolaje (GSB) y 'hard discount' se configuran como canales de crecimiento. Las GSB son las que mayor incremento han obtenido, del 3 % del año 2000 al 23 % de 2014. Los 'hard discount' pasan del 3 % en 2007 (en el año 2000 todavía no habían aterrizado en España) al 8 % actual.

CONCURSOS EL RINCÓN DEL BRICOLAJE

El Rincón del Bricolaje, la iniciativa online de AFEB para unir a fabricantes y usuarios finales, ha organizado tres concursos a lo largo del año, con la finalidad de incrementar la masa social y la participación del perfil de Facebook de El Rincón del Bricolaje, despertar el interés de los socios de AFEB por este portal y detectar temas interesantes para comunicar en el mismo.



Concurso Febrero

En el mes de febrero, AFEB puso en marcha el primero de los concursos del año, titulado "Para mí el bricolaje es..." en el que participaron cinco socios: CRC, Mapei, Rubi, V33, Wagner y WD40. El concurso premiaba a las mejores y a las más votadas respuestas a la pregunta que titulaba el concurso. El objetivo específico del concurso era relanzar el Social Media de la plataforma. Tras un aumento del 732% en la masa de fans podemos concluir que el objetivo se cumplió, obteniendo además más de 550 participantes.

Concurso Julio

Durante el mes de julio se puso en marcha el segundo concurso, titulado 'El Bricolaje es para el Verano' que contó con la participación de cinco socios de AFEB: Pinturas Montó (para su marca Expresa), Tatay, Rulo Pluma (para su marca Syntilor), Wagner y Bellota (para su marca Corona). Los concursantes tenían que hacerse fans de la página de Facebook de El Rincón y contestar a la pregunta '¿qué proyecto de bricolaje te gustaría hacer este verano?' Se generaron más de 800 votos y se consiguió un incremento de casi el 40% en el número de fans, pasando de 649 a 1.074.

Concurso Septiembre-Octubre

En el tercer concurso en Social Media del año, titulado 'Tu inspiración tiene premio', los participantes debían demostrar su capacidad DIY al explicar lo que determinados elementos decorativos propuestos les inspiraban a hacer. Cinco fueron las marcas de socios de AFEB que colaboraron en el mismo: Olfa (perteneciente a Aghasa Turis), Bellota, Tatay, Soudal y V33. 200 participantes contribuyeron al éxito de la iniciativa, consolidando los concursos en Social Media como una buena herramienta de cara a promocionar la plataforma y las marcas participantes.

Concurso Diciembre

El último concurso del año, ya muy cerca de la Navidad, se celebró en diciembre y esta vez contó con la participación de seis socios de AFEB: Bellota, Greutor (para su marca Oh!Haus&co), Pentrilo, Cintacor (para su marca Stor Planet), Tatay y Weber. La mecánica en esta ocasión fue un Trivia donde los participantes debían acertar seis preguntas, cada una de ellas relacionada con las marcas participantes. Otra vez más de 200 participantes constataron la buena acogida de este tipo de acciones, consolidando el Facebook de El Rincón del Bricolaje con más de 1400 seguidores.

AFEB PARTICIPA EN EL RETO DEL CUBO DE AGUA



AFEB también ha querido formar parte del Reto del Cubo de Agua puesto en marcha en el sector de ferretería y bricolaje con el objetivo de colaborar con 'Aparadrina una neurona para Álex', una iniciativa apoyada por la Fundación Txema Elorza para ayudar a Álex, un niño de seis años con parálisis cerebral infantil.

Marta Omedes, gerente de la asociación, fue retdada por la directora de Cuadernos de Ferretería y Bricolaje y una vez cumplido con su reto, desafió a otros miembros de AFEB: Xavier Merino, director de marketing y comercial de Compo; Jesús Poza, director general de CRC; y Alejandro Casero e Ignacio Casanovas, socios de Houser&Houser.

De esta manera, AFEB se involucra en una iniciativa solidaria que ha conseguido aunar al sector en un objetivo altruista. Todos los vídeos de los retos se pueden ver en Youtube, bajo la etiqueta #RetoCuboAgua - Ferretería y Bricolaje.

AFEB EN EUROBRICO 2014

Durante la edición de Eurobrico 2014 (del 1 al 3 de octubre, en Feria Valencia), 29 asociados de AFEB participaron en alguna de estas modalidades: stand propio, stand conjunto de AFEB o zona de demostraciones de la asociación. En el espacio conjunto de AFEB estuvieron presentes Greutor, Semillas Batlle, V33, Wagner y WD-40. En la zona de demostraciones colaboraron Bostik, Euro Trade Flooring, Flower, Rulo Pluma, Semillas Fitó y V33.



Eurobrico 2014

EMPRESAS DE AFEB SE REUNIERON CON LOS PRINCIPALES DISTRIBUIDORES DE SUDAMÉRICA



Empresas de AFEB en Perú

Del 26 de noviembre al 5 de diciembre, ocho empresas asociadas participaron en una misión empresarial a Perú, Chile y Colombia, países en los que mantuvieron importantes reuniones y contactos con distribuidores del sector. Las empresas participantes se reunieron con destacados distribuidores de bricolaje de Sudamérica, al mismo tiempo que se acercaron a distribuidores de ferretería y de nuevos canales como Linio. Las empresas participantes en esta misión la calificaron como muy positiva, tanto por el número de reuniones como por la calidad de los contactos.

NUEVAS FUNCIONALIDADES EN LA WEB DE AFEB Y NUEVA POLÍTICA DE PROMOCIÓN DE MARCAS

AFEB ha añadido este año un nuevo apartado en su página web, **www.brico-afeb.com**: Próximas Actividades. En este nuevo espacio la asociación informa a sus miembros acerca de todas las actividades programadas por la asociación, muchas de las cuales se anuncian en la parte general de la web y tienen un mayor desarrollo o detalle en el área reservada al socio.

Por otra parte, AFEB quiere reforzar su política de promoción de marca, para lo que incluirá en todos sus soportes de comunicación (página web, documento de presentación de servicios, comunicaciones en Cuadernos de Ferretería y Bricolaje, carteles en ferias, etc.) las marcas de mayor notoriedad de sus asociados.



CON LOS 16 NUEVOS SOCIOS DEL 2014, AFEB CIERRA EL AÑO CON 68 EMPRESAS ASOCIADAS



NMC: fabricante y distribuidor de productos decorativos.



FOREST STYLE: fabricante y distribuidor de madera tratada para la decoración del jardín.



ARREGUI: fabricante y distribuidor de buzones, cajas fuertes, contenedores de reciclaje, alarmas y otros artículos de seguridad.



GROHE: fabricante de grifería.



AGHASA TURIS: proveedor de suministros industriales, ferretería y almacenes de construcción que comercializa bajo diferentes marcas.



EURO TRADE FLOORING: desarrolla y distribuye productos para suelos y paredes.



FONTANA FASTENERS: fabricante y distribuidor de tornillería.



ROMBULL RONETS: fabricante de redes de seguridad, cordelería, mallas y distribuidor elásticos y trincajes.



MOTIP DUPLI IBÉRICA: fabricante de productos para la decoración, cuidado del automóvil y aplicaciones profesionales.



MIARCO: fabricante y distribuidor de cintas y otros productos adhesivos.



VÁLVULAS ARCO: fabricante y distribuidor de válvulas y sistemas de fontanería.



SEMILLAS FITÓ: empresa dedicada a la mejora, producción y comercialización de semillas.



CANAS Y GOMEZ: fabricante de accesorios para el taladrado y el aserrado.



3M: fabricante de productos relacionados con la industria de los abrasivos, adhesivos, seguridad personal y diferentes componentes para la industria.



INTERMAS NETS: Fabricante de mallas plásticas extruidas.



MF JÉWÉ: producción, importación y comercialización de soluciones para el mundo de la madera.

SOCIOS AFEB

1. 3M

Abrasivos, adhesivos, seguridad personal y componentes para la industria
www.3m.com

2. ABUS IBERICA, S. L.

Ferretería
www.abus.es

3. AGHASA TURIS

Construcción, ferretería y herramientas
www.aghasaturis.com

4. AKZO NOBEL, S. L.

Pintura
www.bruguer.es

5. ARREGUI

Buzones, cajas fuertes, contenedores de reciclaje, alarmas y artículos de seguridad
www.arregui.es

6. BAYER CROPSCIENCE, S.L.

Jardín
www.bayercropscience.es

7. BEISSIER, S. A. U.

Decoración
www.beissier.es

8. BELLOTA HERRAMIENTAS

Construcción, ferretería, herramientas y jardín
www.bellota.com

9. BOSTIK SPAIN

Decoración, ferretería, construcción
www.bostik.es

10. BRICOLUX IBÉRICA, S. A.

Iluminación y electricidad
www.bricolux.es

11. CAÑAS Y GÓMEZ

Accesorios para el taladrado y el aserrado
www.bricolux.es

12. CEYS, S. A.

Adhesivos, selladores, reparadores, cintas, masillas
www.mundoceys.es

13. CINTACOR

Decoración
www.cintacor.es

14. COMPO IBERIA, S. L.

Jardín
www.compo.es

15. CRC INDUSTRIES IBERIA, S. L. U.

Ferretería, decoración y pintura, construcción y electricidad
www.crcind.com

16. ESTABLECIMIENTOS BAIXENS, S. L.

Decoración y pintura
www.baixens.com

17. EURO TRADE FLOORING, S.L.

Baño, cocina, construcción, decoración, jardín y madera.
www.eurotradeflooring.com

18. FAC SEGURIDAD

Ferretería
www.fac-seguridad.com

19. FIJACIONES NORMA, S. A.

Ferretería
www.fijacionesnorma.es

20. FONTANA FASTENERS IBERICA, S.A

Construcción, ferretería y madera
www.gruppofontana.it

21. FOREST STYLE

Jardín
www.forest-style.com

22. GENERAL CABLE

Electricidad
www.generalcable.es

23. GERMANS BOADA

Ferretería, herramientas
www.rubi.com

24. GREUTOR

Ferretería y electricidad
www.greutor.com

25. GROHE

Grifería
www.grohe.com

26. GRUPO DESA

Ferretería, fontanería, herramientas, construcción
www.desa.es

27. HUSQVARNA ESPAÑA, S. A.

Jardín
www.husqvarna.com/es

28. IBERMAPEI, S. A.

Adhesivos, Cola, Cementos y material para la construcción
<http://www.mapei.com/es-es>

29. IMPREX

Electricidad y Jardín
www.imprexeurope.es

30. INTERMAS NETS

Mallas plásticas extruidas
www.intermasgroup.com

31. KÄRCHER, S. A.

Ferretería, herramientas y jardín
www.karcher.es

32. LABORATORIOS RAYT, S. A.

Carpintería y madera, decoración, ferretería, construcción, pintura
www.rayt.com

33. LEDS-C4

Iluminación
www.leds-c4.com

34. LEGRAND ESPAÑA

Electricidad e iluminación
www.legrand.es

35. MAPA SPONTEX

Jardín, ordenación
www.mapa-spontex.com

36. MF JÉWÉ

Madera
www.jeweret.eu

37. MIARCO

Cintas y adhesivos
www.miarco.es

38. MONTANA COLORS

Decoración y pintura
www.montanacolors.com

39. MOTIP DUPLI IBÉRICA

Decoración y cuidado del automóvil
www.motipdupli-iberica.com

40. NMC IBERICA

Construcción, decoración,
 ferretería, jardín, pintura
www.nmciberica.es

41. ORFESA, S. A.

Ferretería, fontanería y sanitarios
www.orfesa.net

42. PENTRILLO, S. L.

Herramientas y pintura
www.pentriilo.com

43. PHILIPS

Iluminación
www.philips.es

44. PINTURAS MONTÓ

Pintura, ferretería,
 decoración y construcción
www.montopinturas.com

45. PLASTICOS TATAY, S. A.

Cocinas, decoración, ferretería, jardín,
 construcción, ordenación y sanitarios
www.tatay.com

46. PRODUCTOS FLOWER, S. A.

Jardín
www.productosflower.com

47. PRODUCTOS IMEDIO, S. A.

Adhesivos, selladores, masillas, etc.
www.imedio.es

48. RAFAEL MARQUEZ MORO Y CIA, S. A. (RMMC)

Ferretería, fontanería, jardín,
 construcción y sanitarios
www.rmmcia.com

49. ROCA SANITARIO, S.A.

Baño
www.roca.es

50. ROLSER, S.A.

Construcción, decoración y ordenación
www.rolser.com

51. ROMBULL RONETS

Redes de seguridad
www.rombull.es

52. RULO PLUMA

Decoración, ferretería, fontanería,
 herramientas, construcción, moquetas
 y alfombras, pintura
www.rulopluma.com

53. SAINT GENIS, S.A. (INOFIX)

Decoración, ferretería y ordenación
www.inofix.com

54. SEMILLAS BATLLÉ

Jardín
www.semillasbatlle.es

55. SEMILLAS FITÓ

Jardín
www.semillasfito.com

56. SIKA, S. A. U.

Materiales de construcción
www.sika.es

57. SIMON BRICO

Electricidad e iluminación
www.simonbrico.es

58. SOUDAL QUIMICA, S. L.

Pintura
www.soudal.com

59. STANLEY BLACK & DECKER

Ferretería, fontanería y herramientas
www.stanleyblackanddecker.com

60. SUCITESA

Carpintería, cerámica, cocinas,
 decoración, electricidad, ferretería,
 fontanería, herramientas, iluminación,
 jardín, construcción, moquetas y alfom-
 bras, ordenación, pinturas y sanitarios
www.sucitesa.com

61. TECNICAS EXPANSIVAS, S. L. - INDEX

Carpintería, electricidad, ferretería,
 fontanería, materiales de construcción
www.grupoindex.biz

62. TESA TAPE, S. A.

Decoración, electricidad, ferretería,
 moquetas y alfombras, pintura
www.tesatape.es

63. V33 ESPAÑA, S. A.

Pinturas
www.v33.es

64. VÁLVULAS ARCO

Válvulas y fontanería
www.valvulasarco.com

65. VARO IBERICA

Ferretería, herramientas,
 iluminación y jardín
www.varo.com

66. WD-40 COMPANYY

Ferretería y herramientas
www.wd40.es

67. WEBER-STEPHEN IBÉRICA, S. R. L.

Jardín
www.barbacoasweber.es

68. WOLFCRAFT ESPAÑA, S. L.

Ferretería y herramientas
www.wolfcraft.de/es/

