

el Periódico del Azulejo

DIRECTOR: ÁNGEL BÁEZ CALVO.
MARZO Y ABRIL DEL 2025

NÚMERO 283
www.elperiodicodelazulejo.es

Cerámica de autor

Compañías como Cevica consiguen aportar infinitas soluciones para el 'contract' con su variedad de diseños cerámicos.

Las cadenas españolas de distribución llevan a cabo ferias exclusivas

MagFace, la nueva tecnología magnética de colocación en seco

Sumario

Tema del Mes

Páginas 4 a 7



El canal de venta y sus **eventos exclusivos**

Industria

Página 8

Entrevista a Salvador Moros, de **Prissmacer**

Colocación cerámica

Página 18

Rodacal Beyem
apuesta por la calidad

Colocación Cerámica

Página 22

Emac y la accesibilidad

Diseño

Página 14



Un proyecto de altura para la marca **Loewe**

Director: Ángel Báez Calvo. Redactor Jefe: Pepe Beltrán. Jefa Ediciones Especiales: Eva Colom. Coordinación y Redacción: Javier Cabrerizo. Diseño: J.Martos. Fotografía: M. Nebot, G. Utiel y T. Losas. Edita: Comunicación y Medios de Levante, SL. Directora Comercial: Cristina Pastor. Ejecutivo de ventas: Javier Cabrerizo. E-mail: azulejo@elperiodico.com. Ctra. Almassora, s/n. 12005 Castellón. Teléfono: 964 349 500. DL: CS-016-2000

Suscríbete al boletín de noticias de 'El Periódico del Azulejo'

Recibe cómodamente en tu correo electrónico las principales noticias del sector: ferias (Cersaie, Cevisama, Coverings, Casa Decor), tendencias, nuevos productos, diseño, maquinaria, distribución, interiorismo, arquitectura, colocación, reformas, baños y cocinas...

el Periódico del
Azulejo newsletter



www.elperiodicodelazulejo.es

APOYOS PARA PAVIMENTO FLOTANTE



MATERIAL RECICLABLE

Visite nuestro catálogo técnico
PRESTO www.lizabar.com

MODELOS
PATENTADOS



Ejecutamos el montaje
a nivel nacional

PARA USO EN:

- TERRAZAS ACCESIBLES
- FALSOS SUELOS TRANSITABLES
- CUBIERTAS PEATONALES
- AZOTEAS
- REHABILITACIONES, ETC.



SECTOR CONSTRUCCIÓN



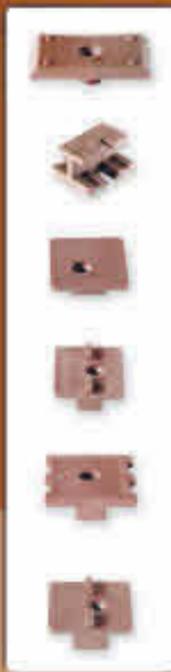
SECTOR ENTARIMADOS

Columnas gran altura regulables
Resistencia 1.000 kg
Alturas ilimitadas

GRAPAS
OCULTAS PARA
ENSAMBLAJE
DE TARIMAS
NATURALES Y
SINTETICAS



Separación entre lamas: sólo 3mm.
Cabeza de tornillo: no visible



LIZABAR
PLASTICS s.l.

NUEVO

C/ Binefar, 37 | Local 26-28
08020 Barcelona
Tfno. / Fax: 93 305 63 61
e-mail: lizabar@lizabar.com
www.lizabar.com



El Grupo BdB congregó durante dos jornadas en el recinto de Feria Valencia a 700 profesionales del sector de la construcción entre proveedores, asociados de toda España y el equipo de la propia central.

BdB Meeting, un espacio de reflexión y de compras

El certamen celebrado en Valencia ha incluido ponencias sobre la actualidad del sector y una **feria comercial**

La central de compras y servicios BdB, con sede nacional en Nàquera (Valencia), reunió los pasados 27 y 28 de marzo a 700 asistentes profesionales del sector y a 90 marcas proveedoras en su reunión anual celebrada en Feria Valencia, bajo la denominación de BdB Meeting.

El objetivo de este encuentro, que la pasada edición se desarrolló en Alcalá de Henares (Madrid), es «crear un punto de encuentro que favorezca un entorno de cercanía entre las empresas y almacenes asociados, proveedores homologados y el equipo de la central, así como generar nuevas oportunidades de negocio entre los asistentes», en palabras de José Durá, director de la compañía.

La primera jornada del evento analizó la actual situación del sector y el perfil del cliente de la distribución de materiales, así como la evolución del negocio de la marca propia, a través del secretario general de Andimac, Sebastián Molinero; la responsable del departamento de Compras de Cerámica y Baño de BdB, Violeta Pons; y la responsable del departamento de Márketing y Comunicación, Míriam Carretero.

Posteriormente, el responsable del departamento de Compras de Materiales de Construcción y Ferretería, Gustavo García, dio a conocer las novedades en el



Doble imagen del homenaje de BdB a los distribuidores y fabricantes que colaboraron tras la dana.

surtido y servicio en cuanto a la categoría de ferretería. A continuación, el director general de BdB, José Durá, subrayó cómo la evolución de la central en 2024 «ha sido positiva con incrementos en facturación, nuevos asociados y tiendas e incremento de compras, lo que ha convertido a grupo BdB en uno de los grupos más potentes de la construcción a nivel nacional».

DISTINCIONES A LOS ASOCIADOS

La reunión anual de BdB distinguió, además, a los asociados que destacan en las diferentes categorías como son marca, fidelidad y relevo generacional. Así, dentro de la categoría de marca, se galardonó al almacén BdB Azulejos Aurora, en Alcázar de San Juan (Ciudad Real); mientras que en relevo generacional se destacó a BdB Sumabe, de Benicarló (Castellón). En la categoría de fidelidad, el acto condecoró a BdB Pastor Can Picafort en Can Picafort (Baleares); BdB Cementos Sacristán, en Logroño (La Rioja); BdB Construagro, en Entrambasaguas (Cantabria); y BdB Comercial Arques, en Amposta (Tarragona).

Otro momento muy especial de BdB Meeting se produjo cuando la central de compras y servicios reconoció a los distribuidores, fabricantes y entidades que, de forma desinteresada, ayudaron a través de aportaciones económicas y materiales para aliviar los efectos de los vecinos afectados por la dana en la provincia de Valencia del pasado mes de octubre.

Estas distinciones, bajo el nombre *Tots a una veu*, se concedieron a los

FOTOS: JAVIER CABRERIZO / GRUPO BDB



El pabellón 8 de Feria Valencia albergó a finales de marzo la cita comercial en la que 90 marcas referentes desplegaron sus novedades en 8.000 metros cuadrados.



La central reconoce la solidaridad de siete almacenes nacionales, proveedores e instituciones que ayudaron en la dana

representantes de BdB Analpa, de Olocau (Valencia); BdB Aso Romeo, en Zuera (Zaragoza); BdB Almacenes Campomayor (Badajoz); BdB Farga Martí, en Alboraiá (Valencia); BdB J. M. Boceguillas, en Boceguillas (Segovia); BdB Las Palmeritas, en Lepe (Huelva); y BdB Navarro Navarro, en Nàquera (Valencia).

También se valoró públicamente en Feria Valencia la labor realizada por un grupo de marcas proveedoras y de entidades como los ayuntamientos de Nàquera y Moncada, y Protección Civil de Moncada. Los reconocimientos fueron entregados por el director general de Grupo BdB, José Durá; la responsable del departamento de Compras de Cerámica y Baño, Violeta Pons; el responsable del departamento de Compras de Materiales

de Construcción y Ferrería, Gustavo García; y la responsable de Márketing y Comunicación, Míriam Carretero.

La primera jornada del BdB Meeting también contó con uno de los más destacados *influencers* de la construcción, @javijam, y como broche final la ponencia de Javier Sirvent, apodado por los medios de comunicación como el primer *technology evangelist* español, bajo el título *BdB AI Future: la revolución inteligente del sector*. A su finalización se desarrolló un encuentro para el *networking* entre todos los asociados.

PROMOCIONES EXCLUSIVAS PARA ASOCIADOS

En la segunda jornada del BdB Meeting 2025 y en un espacio de 8.000 metros cuadrados de superficie, el pabellón 8 de Feria Valencia acogió la feria comercial con 90 marcas referentes del sector entre las que se encontraban también tres estands de BdB en los que se puede ampliar información sobre los servicios y marcas propias de la central. La convocatoria finalizó con una cena privada como broche final para los asociados.



Más información:

Escanea el QR para acceder a la GALERÍA DE FOTOS del encuentro de Grupo BdB en www.elperiodicodelazulejo.es



Los asociados de BdB tuvieron acceso a ofertas y promociones exclusivas durante el Meeting.



La convocatoria bienal sirvió como plataforma para impulsar las compras y para fomentar el 'networking' entre asociados, personal de central de Gamma Group y numerosos fabricantes.

Gamma Group exhibe todo su potencial en Málaga

Celebra una exitosa edición de **Gamma Connecting** con 400 asociados y más de 90 proveedores oficiales

Gamma Group llevó a cabo el 26 de marzo la edición 2025 de Gamma Connecting. El encuentro se desarrolló en las amplias instalaciones del Palacio de Ferias y Congresos de Málaga (FYCMA), que fueron el marco perfecto para albergar un evento en el que participaron más de 400 asociados de la cadena de España, Portugal y Andorra. También fueron protagonistas de la cita 91 proveedores del sector, con sus respectivos equipos comerciales, que dispusieron de espacios individuales para exponer sus últimas novedades de producto.

El certamen, que comenzó a las 9.30 horas, sirvió como punto de encuentro privilegiado entre la distribución de materiales y acreditadas firmas de numerosos sectores: recubrimientos cerámicos, soluciones para la construcción, las reformas, la cocina y el baño, morteros, perfilera, sistemas de nivelación, software y vestuario profesional, entre otros campos vinculados con el sector.

COMPETITIVIDAD Y NUEVAS RELACIONES

Arropados por una amplia representación del equipo de profesionales de la central de Gamma Group, la cita constituyó «una oportunidad para que nuestros almacenes asociados mejoraran su competitividad y establecieran nuevas

relaciones comerciales. Además, también fue una magnífica ocasión para que los proveedores asistentes aumenten sus ventas y, en definitiva, estén en contacto directo tanto con clientes actuales como potenciales».

AFIANZAMIENTO DE RELACIONES

El evento, que se prolongó durante una jornada completa, consiguió los objetivos fijados e «impulsó el *networking* entre asociados, personal de central de Gamma Group y proveedores». Desde la firma reseñan que «este evento ya está plenamente instaurado como punto de encuentro imprescindible para los almacenes Gamma que ven esta feria como una oportunidad única de mejorar su competitividad y luchar contra la hipercompetencia del sector».

PERFIL PROFESIONAL

Desde la firma también enfatizan que «el perfil del visitante de Gamma Connecting 2025 fue altamente profesional y especializado, con un interés particular en la innovación y las oportunidades de negocio en el sector de la construcción, cerámicas, baños, cocinas, herramientas y tecnología». Estuvieron presentes gerentes, vendedores y responsables de compras de puntos de venta especializados en materiales de construcción, reforma y diseño.

Los asistentes buscaron identificar productos innovadores y soluciones tecnológicas, establecer contactos comerciales y consolidar relaciones con proveedores y otros asociados, así como adquirir



El espacio al aire libre dentro del recinto del Palacio de Ferias y Congresos de Málaga (FYCMA).

FOTOS: JAVIER CABRERIZO



Vista de la zona dedicada durante Gamma Connecting a los stands comerciales de acreditados proveedores de diferentes ámbitos del sector.



La cita congregó a 400 asociados de España, Portugal y Andorra, además de profesionales de 91 firmas del sector

conocimientos técnicos mediante demostraciones. Uno de los principales intereses del evento consistía en tener acceso a ofertas exclusivas y a ampliar la red de contactos en un entorno propicio para el *networking*.

La innovación también fue el eje central del evento, reafirmando el compromiso de Gamma Connecting 2025 «con la presentación de las últimas tendencias y soluciones que transformarán el sector de la construcción y la reforma». Después del éxito de la edición de 2023, desarrollada en la Ciudad de las Artes y las Ciencias de València, la feria se ha consolidado como un punto de encuentro sobresaliente entre los principales actores del sector y posicionándose como el evento de referencia para proveedores y

asociados, con «un enfoque en la competitividad y la excelencia», indican fuentes de la central del compras, que anticipan que la cita «alternará la presencialidad cada dos años, al igual que otras grandes ferias del sector de la construcción».

«La celebración de Gamma Connecting constituye una plataforma muy importante tanto para nuestros asociados de España, Portugal y Andorra, como para los 90 proveedores que han participado. A todos ellos agradecemos su presencia por haber hecho del evento no solo una feria de compras, sino un espacio de colaboración entre asociados, fabricantes de múltiples sectores y todo el equipo de la central», recalcan desde Gamma Group.

El evento también contó con un original toque artístico, con la presencia de la autora Isa Nieto, quien elaboró en vivo una obra frente a todos los asistentes. Esta vistosa creación se sorteó como parte del cierre del encuentro entre los fabricantes desplazados hasta Málaga y el proveedor agradecido fue Kerakoll, referente en adhesivos y morteros.



Más información:

Escanea el QR para acceder a la GALERÍA DE FOTOS del evento de Gamma Group en www.elperiodicodelazulejo.es



La artista Isa Nieto, el representante de Kerakoll y parte del equipo de Gamma Group.

ENTREVISTA

Salvador Moros, gerente comercial de Prissmacer Cerámica

«Quick Cerámica 2.0 es nuestra línea más novedosa»

Todas las marcas de Grupo Pamesa celebraron a finales de febrero en sus sedes en Castellón una nueva edición de la feria Cerámica Experience. ¿Qué valoración hacen desde Prissmacer de la convocatoria?

–La valoración es muy positiva desde el inicio de las dos semanas que componen nuestro evento. Si bien la segunda semana, que suele ser la más fuerte a cuanto a visitas, el número de clientes ha sido ligeramente superior a la edición anterior, la primera semana el crecimiento ha sido exponencial, reforzando aún más nuestra apuesta por tener las exposiciones listas durante los 365 días al año.

–¿Cuáles han sido este año las principales novedades impulsadas dentro del certamen comercial?

–Siempre pregunto que lo que funciona no hay que cambiarlo, por lo tanto el formato de dos semanas más la Night Experience ha seguido en su nivel y éxito habitual. Eso sí, este último evento se va a trasladar al recinto del nuevo Roig Arena de València en la próxima edición, con lo que se conseguirá aún más relevancia para la edición 2026.

–¿Qué perfil de profesionales acudieron durante la celebración del evento a las instalaciones de Prissmacer en la provincia de Castellón?

–Sobre todo revendedores de nuestro producto, ya sean pequeñas tiendas individuales, mayoristas, grupos de compra o grandes cadenas. Como siempre decimos somos buenos produciendo y luego debemos buscar a los mejores distribuidores de nuestros azulejos.

–¿Cuántos invitados conocieron sus propuestas de diseño durante la muestra?

–Como he comentado, se han incrementado las visitas con respecto al año anterior. El número total de visitas durante las dos semanas ha sido superior a 2.000 personas solo en nuestra empresa, cifra de la que estamos orgullosos y que refleja el poder de convocatoria desde Prissmacer y desde el grupo Pamesa.

–Uno de los atractivos de Cerámica Experience fueron las Cerámica Night Experience que usted ya ha citado. ¿Qué valor añadido tienen estos encuentros para fidelizar a sus clientes? ¿Cuántas personas trabajan para el éxito de estas veladas?

–Las Cerámica Night Experience constituyen una parte esencial de nuestras dos semanas de feria. Esas tres noches, en



Salvador Moros, gerente comercial de Prissmacer Cerámica, en las instalaciones de la marca.



El mercado español se mueve en un crecimiento de dos dígitos»

simbiosis con el Villarreal Club de Fútbol, nos sirven para, de una forma más informal, compartir junto al cliente una velada preparada con mimo en un

marco incomparable como es el Estadio de la Cerámica. La presencia de nuestro presidente, Fernando Roig, junto a los jugadores del primer equipo siempre genera una importante expectación entre los invitados.

Este evento se prepara desde el departamento de Comunicación del Grupo Pamesa, junto a todos los departamentos de Márketing de las siete marcas. En total son unas 15 personas las que trabajan durante meses y, al igual que este año con la temática del circo, consiguen hacernos soñar a todos los invitados durante tres veladas muy positivas.

–¿Qué importancia tiene el evento completo de Cerámica Experience dentro de la estrategia anual de Prissmacer?

–Si el año natural empieza el 1 de enero, de forma interna parece que todo empieza con Cerámica Experience, ya que es en febrero cuando presentamos las novedades de forma general en estas dos semanas. Durante esas dos semanas buscamos la excelencia no solo en el producto, sino

en la presentación del mismo en nuestras exposiciones.

–¿Cuáles han sido las principales novedades de producto que Prissmacer presentó en esta edición?

–Podría citar nuevos formatos como el 100x100 centímetros o el producto de la nueva línea de la fábrica de Almassora, donde desde una *pieza madre* podremos ir hasta piezas de 30x60 centímetros.

No obstante, personalmente me quedo con el *Quick Cerámica 2.0*, nuestra línea de producto más novedoso. Es un sistema para instalar cerámica sin obra, muy sencillo, que permite una instalación rápida, limpia y económica. Por dar un dato, en un piso de 90 metros cuadrados hay un ahorro de más de un 30% frente a la colocación tradicional.

–¿Qué colecciones o líneas de producto tuvieron mejor acogida por parte del público profesional?

–Al hilo de la pregunta anterior, algunos mercados han apreciado más el 100x100 centímetros, otros se han sorprendido con el *Quick Cerámica* y la mayoría han apreciado los nuevos diseños en formatos tradicionales pero con las tendencias de grafismo y color actuales.

–¿En qué más eventos promocionales participarán en 2025?

–En Coverings y Cersaie. Es cierto que vuelvo a lo de antes, creemos que tenemos una exposición espaciosa, viva, que se va adaptando continuamente y abierta todo el año, ningún sitio mejor que nuestra casa para recibir a los clientes. Pero es cierto que Coverings, en el primer mercado de exportación como es Estados Unidos, o la feria más internacional de la cerámica como es Cersaie, por ahora, merecen nuestra presencia.

–¿Qué objetivos de crecimiento se han marcado para 2025 en Prissmacer?

–En un escenario tan incierto como el actual en los mercados maduros, Europa y EEUU por las posibles medidas del gobierno de Trump, creo que será un crecimiento similar a los años anteriores, pero basado en otras zonas. En resumen, repito las palabras de nuestro presidente y afirmo que «el 2025 será un buen año».

–¿En qué mercados han experimentado un incremento destacado de las ventas en estos primeros meses del año?

–Tanto el mercado nacional como la exportación está en números de crecimiento muy positivos en este primer trimestre del año 2025, destacando la propia España o Estados Unidos como países que presentan mayores incrementos.

–¿A día de hoy cuál es el top de mercados internacionales donde más factura Prissmacer?

–Vamos al compás del sector, de forma que España, Estados Unidos, Francia y Marruecos forman nuestros mejores mercados en la actualidad.

–Y, finalmente, ¿el mercado nacional continúa la línea al alza de 2024?

–Sí, totalmente, se está moviendo cerca de un crecimiento de dos dígitos y parece que lo que resta del año seguirá en esas cifras. Los mercados de proximidad siempre son fundamentales para nosotros y estos datos refuerzan nuestra idea de que el año será bueno.

Nuevo avance en favor de la sostenibilidad industrial

Porcelanosa, Grespania y STN prueban un sistema más eficiente de filtrado en hornos que depura el aire

La unidad de Innovación del Instituto Valenciano de Competitividad e Innovación (Ivace+i) ha respaldado con 126.000 euros el desarrollo de un innovador sistema de filtrado, llamado Ceramix AIRA, cuya particularidad es que depura las partículas que se desprenden de los procesos que tienen lugar a elevadas temperaturas como ocurre durante la cocción de baldosas cerámicas.

Este sistema de separación de las partículas presentes en los gases ha sido desarrollado por el Instituto de Tecnología Cerámica (ITC) y permite recuperar los materiales valiosos separados no emitidos a la atmósfera, fomentando así una industria más limpia y saludable. De igual modo, además de mejorar la calidad ambiental, permite obtener una recuperación energética, recirculando el calor residual procedente de los procesos intensivos durante el uso de energía.

Para el desarrollo de este sistema, el ITC ha trabajado en colaboración con empresas del sector cerámico como Grespania, Grupo STN y Porcelanosa Grupo, donde se ha instalado un prototipo del proyecto para testear su funcionamiento en un entorno industrial real.

La consellera de Innovación de la Generalitat valenciana y presidenta de Ivace+i, Marián Cano, visitó en Porcelanosa este sistema de filtrado reali-



La reciente visita a las instalaciones de Porcelanosa de la consellera de Innovación, Marián Cano.

zando dentro de la estrategia sostenible del ITC orientada a buscar soluciones transformadoras para las industrias según sus demandas y necesidades. Marián Cano señaló que «se trata de una solución industrial innovadora y eficaz que beneficiará a las empresas intensivas en el uso de energía como las empresas del sector cerámico».

La máxima responsable de Innovación destacó el «papel clave» de Ivace+i en la

transformación del tejido industrial valenciano, apoyando iniciativas innovadoras que combinan tecnología, sostenibilidad y competitividad.

En este sentido, Marián Cano indicó que con el apoyo a esta nueva investigación del ITC «no solo se respaldan avances técnicos, sino que se fomenta una industria más limpia y saludable, con un impacto directo en el bienestar laboral y ambiental».

El proyecto Ceramix AIRA «atiende a la demanda del sector industrial para tratar de abordar, de manera eficiente, uno de los grandes retos ambientales a los que se enfrenta como es la eliminación de material particulado en emisiones procedentes de procesos a altas temperaturas y la habilitación de nuevas opciones de recuperación energética».

El doctor Salvador Gomar, investigador en el Área de Sostenibilidad del ITC, señaló que en procesos industriales como el del azulejo se necesita la depuración de partículas que se generan a altas

Las solución limpia las partículas nocivas que se desprenden del proceso industrial a altas temperaturas

temperaturas. «El filtrado se suele hacer a través de mangas textiles». El proyecto del instituto tecnológico sustituye este material por un cilindro cerámico para ganar eficiencia. Además, a diferencia de las mangas textiles, el uso de la cerámica posibilita hacer este proceso a elevadas temperaturas. «Logramos con ello dos beneficios: el ambiental de la limpieza, al tiempo que se reaprovechan los gases mediante la recirculación del calor residual», detalló Gomar.

Walter Ceglia liderará la nueva etapa de crecimiento de Neolith

Relevo al frente de la compañía

Neolith, firma especializada en la fabricación de piedra sinterizada con sede en Almassora (Castellón), ha dado a conocer la incorporación de Walter Ceglia como nuevo CEO de su organigrama «para impulsar su crecimiento en una etapa de expansión que ya está mostrando resultados positivos».

Walter Ceglia cuenta con más de 20 años de experiencia liderando proyectos en entornos industriales internacionales.

Recientemente ocupó el cargo de presidente ejecutivo de HMY, empresa franco-española propiedad de LBO France, donde encabezó «una transformación estratégica de gran alcance». Bajo su dirección, HMY se convirtió «en uno de los líderes de su sector, evolucionando de un especialista en el mercado alimentario a un actor global en retail». Antes de ello, Ceglia fue CEO del grupo naval Couach y de GE Power Conversion (ex Converteam) en América Latina, donde



La firma, con una planta de última generación en Castellón, confía en la experiencia de Ceglia.

impulsó una «dinámica de crecimiento y desarrollo destacables». Relevo en el cargo de CEO a Jesús Ayarza.

Tal y como relató la multinacional, «con este paso, Neolith responde a las demandas de su etapa actual y reafirma su apuesta por el crecimiento sostenido y el liderazgo en piedra sinterizada. El bagaje del señor Ceglia y su marcada orientación al cliente refuerzan la capacidad de la compañía para cumplir, e

incluso superar, sus objetivos estratégicos. Durante 2024, Neolith ha demostrado su clara tendencia de crecimiento, destacando el avance en mercados como Estados Unidos, Oceanía y Asia. Este 2025 la compañía busca consolidar el crecimiento en regiones clave como Asia, Oceanía y América, también acelerando su expansión en el resto de territorios».

Asimismo, la marca está trabajando ahora en la apertura de nuevos showrooms en Madrid y Auckland (Nueva Zelanda), que «estarán listos en los próximos meses», y tiene previsto «un amplio lanzamiento de nuevos productos, que incluirán desde propuestas específicas para proyectos de arquitectura como nuevos modelos innovadores pensados para encimeras de cocina».

Cabe recordar que Neolith trabaja bajo un modelo plenamente colaborativo, «respaldado por una planta de última generación en Castellón que incorpora procesos altamente automatizados». Su producto, «versátil y de alto valor añadido», se adapta a una amplia variedad de espacios —desde cocinas y baños hasta fachadas y entornos exteriores—, «respondiendo a las exigencias del presente y anticipándose a las del futuro».

Pepe Pellicer, un pionero en la exportación de cerámica

Este artículo homenajea a los emprendedores del azulejo entre los que se encuentra el **fundador de APE Grupo**

GABRIEL UTIEL



El fundador de APE Grupo, con su esposa e hijos, en la sede de APE Grupo cuando recibió el Premio a la Trayectoria en los galardones Empresa del Año.

Antes de que la memoria haga estragos y los recuerdos de un pasado todavía nada lejano se diluyan, cuando algunas grandes marcas españolas azulejeras señorean sus logros en las grandes capitales del orbe, con exposiciones y productos que nada tienen que envidiar a los de la moda, por su diseño y calidad, quien esto firma y un día fuera testigo de los primeros pasos que daban en el exterior los primeros esforzados hispanos, cual un joven y modesto Bernal Díaz del Castillo o Alonso de Ercilla, hablando entonces de la conquista de América, ahora tocaba hacerlo del azulejo de España.

Rondaban entonces los años setenta y estábamos bajo la égida del régimen de Franco, como con la acertada disposición de los llamados López como ministros: Rodó y Bravo, para incorporarnos a esa UE cuyo final del túnel parecía acercarse a no mucho tardar, a pesar de la persistente oposición de nuestro principal competidor (Italia) y el lastre de unos pesados aranceles, cuando a través de misiones comerciales y la energía de la Asociación Nacional y Sindical de Azulejeros Españoles, con sede en la localidad de Onda, y siendo su secretario general un diplomático canario, enjuto y calvo, Manuel González, empresas como



Pepe Pellicer, junto a su esposa Luisa Chenoll, en la sede de APE Grupo en Castelló.

Azulejera Granadina, presidida por un grandísimo y visionario empresario, que también como distribuidor local tuvo una relevante contribución en la expansión del azulejo, don Francisco Sáez de Tejada Martín.

Azuvi, con la simpatía y la gran humanidad de Pascual Arrufat; Fabresa, con

sus insignes directivos, Carda y Usó; Bechiazul; Cedolesa, con el siempre ajetreado Manolo Devis; Sanchis, trajeado asesor del Banco Exterior en Castellón en el farragoso papeleo de las cartas de crédito de entonces, Diago, con el granadino Cobo, y Cicosa del matrimonio Serra y su incansable agente, el emprendedor, el

amigo, el *pater familiae*, Pepe Pellicer, apodado el León de Carlet, quien sin dominar ningún idioma y con una endiablada agilidad para los negocios y la cordialidad, podía sin embargo recorrerse media Europa y luego los países árabes, de preferencia, buscando clientes, mientras se rendían a su corpulenta apuesta y su peculiar manera de trabajar, sin horas para el descanso y con una dedicación completa a las varias fábricas que creó.

PROSPERIDAD CON ESCASOS RECURSOS

Posiblemente en el tintero se haya quedado algún otro personaje de esos inicios, alguna otra industria, algún otro agente comercial, alguna traductora que también nos ayudó entonces, lo que lamento no citar, aun así, por todos ellos, quienes aún puedan leer este modesto homenaje como quienes seguro de esta lista ya no están, cuando la palabra azulejo parece ceder el testigo al de la cerámica, y cuando las nuevas tecnologías hacen más fácil la comunicación y el comercio, quiero poner el acento sobre esos pioneros que en modestos vehículos, con penosas carreteras y medios de transporte, sin hablar idiomas, sin teléfonos móviles, con escasos recursos, el más avanzado era el télex, instalado después de innumerables recomendaciones y a qué precio; no existía todavía el fax y en muchos casos antes había que pasar por una centralita para una conferencia internacional; con penoso embalaje, reducido empleo de pallets y sí de jaulas de madera; tonificación a mano; con azulejos en 15x15, blanco, y los famosos lisos o *farben*, serigrafías de dos tintas, excepción hecha de la serie Artesanía que sin engobe y copia de los versos de la Alhambra, Azulejera Granadina llevó hasta Australia y Dinamarca, o aquellos 15x15 reactivos, de gran éxito en Saloni, con el inicio de las plaquetas de 10x20, de color cuero, siempre sobre arcillas rojas.

HEREDEROS DE LA EXTRAORDINARIA INDUSTRIA

En esta ardua andadura, a la que quizás muchos herederos de esa hoy extraordinaria (y mal llamada) industria de la cerámica española, que ha logrado expandirse hasta el mundo del fútbol, no les quede tiempo para preguntarse cómo han llegado hasta ahí, tampoco nadie les haya contado la aventura de estos pioneros del azulejo, ni sepan quién es ese abuelo, de achacoso andar y aún maciza cabeza que deambula por la calle Enmedio de Castellón, otrora llamado *León de Carlet*, don José Pellicer, que surcó el piélago para poner una pica en Flandes con el azulejo español y con acento de Valencia, como otros ya olvidados compatriotas que si no merecerán el descanso en el panteón de hombres ilustres de la España eterna, al menos precisan este sencillo recuerdo y la gratitud para siempre.

* Fernando Orero Sáez de Tejada, de Roquetas de Mar (Almería).



Hidrobox, que ha formalizado su integración en TECE GmbH, acredita una notable trayectoria como firma dedicada a la fabricación y comercialización de elementos para el equipamiento de baño.

Absara Industrial ya forma parte del grupo TECE GmbH

La empresa castellanense, propietaria de **Hidrobox**, pasa a ser uno de los activos de la compañía alemana

TECE GmbH y Absara Industrial, SL han alcanzado un acuerdo durante el mes de marzo por el que la empresa española, conocida por la producción de equipamiento para baños bajo la marca Hidrobox, pasará a formar parte del grupo alemán TECE.

Con la formalización de esta operación, TECE «fortalece su estrategia de crecimiento internacional y amplía su experiencia en el campo de la tecnología de drenaje». Absara Industrial, con sede en la provincia de Castellón, cuenta con una destacada trayectoria en la fabrica-

ción de platos de ducha y bañeras en *solid surface* y otros compuestos a base de resina y cargas minerales.

Con más de 30 años de experiencia en soluciones de instalación y diseño de baños, TECE opera en más de 50 países «como líder en tecnología de drenaje, sistemas de tuberías y soluciones sanitarias». Tal y como han indicado las dos compañías a través de un comunicado, «la integración de Absara Industrial permitirá al grupo ampliar su oferta de productos, desarrollar sinergias en I+D y optimización de procesos, así como for-

talear su capacidad industrial en la región mediterránea».

«Nuestra empresa ya cuenta con un buen acceso a este segmento de mercado específico, que ahora se ve excelentemente complementado con Absara. Estamos convencidos de que esta expansión estratégica reforzará aún más nuestra posición como uno de los principales proveedores internacionales de sistemas de drenaje para duchas», señala Peter Fehlings, socio y director general de TECE GmbH. TECE GmbH cuenta con presencia global y un equipo de casi 1.700

empleados. Sus ventas internacionales se gestionan a través de 22 filiales y una extensa red de distribuidores y socios comerciales en todo el mundo.

La integración de Absara Industrial en TECE se realizará «de manera progresiva, garantizando la continuidad operativa y manteniendo los estándares de calidad que caracterizan a ambas empresas».

«Para Absara, este paso supone un respaldo a la distribución internacional de sus productos. Estamos convencidos de que con la integración en el grupo TECE podremos incrementar nuestras capacidades de innovación. En este proceso ha sido fundamental compartir una visión industrial común que garantice la calidad de los productos finales», afirma Fernando Valero, director general de Absara Industrial.

Nazca Capital compra dos compañías españolas del baño

Operación con **Coycama y Becrisa**

Nazca Capital ha anunciado que, a través de su fondo Nazca Small Cap II, ha adquirido participaciones mayoritarias de las compañías del sector del baño Coycama y Becrisa. La operación se ha concretado durante el mes de marzo por un importe que no ha sido desvelado.

La entidad ha reseñado en un comunicado que la transacción pasa por la integración de un total de cuatro marcas bajo la premisa de crear un «grupo líder

en el sector del baño español», con presencia en soluciones como muebles de baño al contar con dos fábricas, lavabos de *solid surface*, platos de ducha, mamparas, sanitarios y grifería.

Asimismo, el grupo posee de forma conjunta unas ventas por encima de los 40 millones de euros y un ebitda superior a los 5 millones, en tanto que el 30% de las ventas son de carácter internacional. En el marco de la operación, se ha especificado que los socios actuales de



El estand comercial de Coycama y Becrisa, en la reciente edición de Cevisama, en València.



Coycama y de Becrisa, con más de 30 años de experiencia en el sector, continuarán vinculados al proyecto.

En un plano más amplio, desde la firma han expuesto que ya atesoran experiencia en el sector tras su inversión en McBath. Asimismo detallan que esta suma de activos permitirá al grupo apostar por el crecimiento a nivel de capacidad productiva, con la apertura de una nueva fábrica en Vinaròs (Castellón) y la expansión de las instalaciones de Ulldecona (Tarragona) y Onda, también en Castellón, así como acelerar el desa-

rrollo comercial a nivel internacional.

Sobre esta nueva apuesta inversora, los socios de Nazca Celia Pérez-Beato y Ramón Garnica expusieron que «encaja a la perfección» con su estrategia, «combinando un ambicioso crecimiento y la creación de un grupo único con alto valor estratégico», adujeron.

Por otra parte, la citada operación es la segunda inversión del vehículo Nazca Small Cap II que, además, se encuentra en su fase final de captación de capitales y cuyo objetivo es el de cosechar 220 millones de euros.



La presencia de APE Grupo en 'Appartamento Spagnolo' se concretará con propuestas como 'Reto', de 'Esencia Material', un acabado diseñado por Erico Navazo; y la colección de lavabos 'London' de Ilbagno.

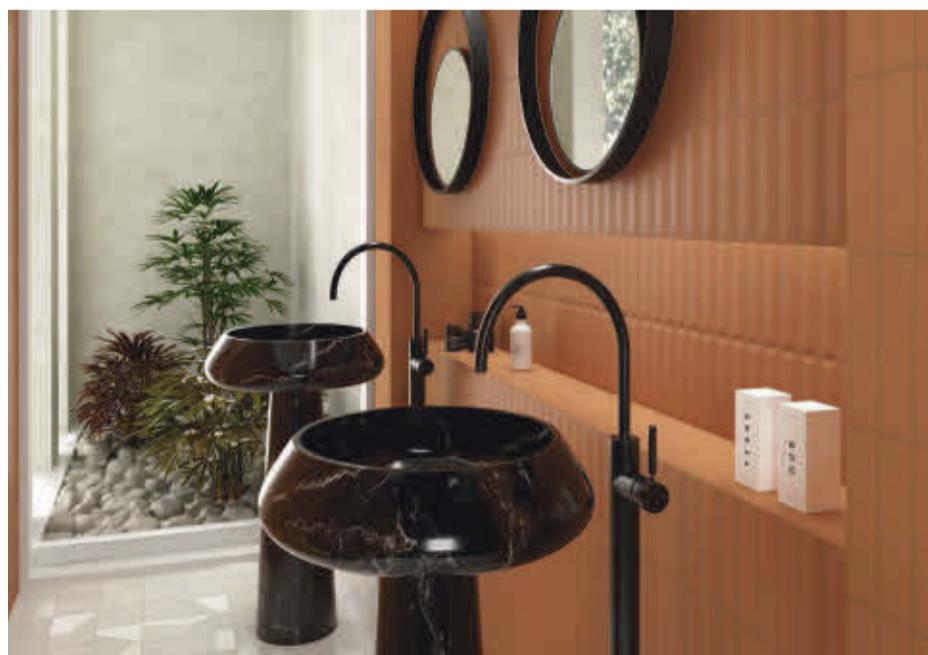
APE Grupo muestra su

esencia creativa en Milán

La firma participa en '**Appartamento Spagnolo**', la exposición de diseño español organizada por el Icx

APE Grupo refuerza su apuesta por el diseño y la exclusividad con su primera participación en la Semana del Diseño de Milán, el evento más influyente del sector del hábitat en el ámbito internacional. La firma cerámica formará parte de *Appartamento Spagnolo*, una innovadora exposición de diseño español en el Palazzo Castiglioni, organizada por el Instituto de Comercio Exterior (Icx), bajo la marca Interiors from Spain, con el comisariado de Elle Decor Italia y desarrollada por el estudio de arquitectura Calvi Brambilla. Este espacio, que se podrá ver del 7 al 13 de abril, ha sido concebido como un viaje inmersivo a través de una selección de piezas de 17 empresas españolas de los sectores hábitat e interiorismo. APE Grupo exhibirá allí dos colecciones de su marca Carmen, especializada en cerámica decorativa y pequeño formato: *Three D*, una propuesta geométrica inspirada en el arte y la arquitectura; y *Reto*, de *Esencia Material*, colección diseñada por el interiorista Erico Navazo formada por piezas esmaltadas en satinado, que recuperan un tratamiento de color tradicional en la cerámica vidriada. Además, su marca Ilbagno presentará la colección de lavabos *London* para reafirmar la versatilidad de su oferta.

El Palazzo Castiglioni, construido por Giuseppe Sommaruga entre 1901 y 1904 y joya del estilo *liberty* milanés, será el



'Three D', una propuesta geométrica inspirada en el arte y la arquitectura de la marca Carmen.

escenario de esta exposición, donde el talento español dialogará con las tendencias globales en un marco de sofisticación e innovación. Calvi Brambilla, reconocido por su enfoque vanguardista y galardonado con premios como el Good Design Award, ha proyectado un concepto expositivo que resalta el ADN de las marcas participantes.

La presencia de APE Grupo en esta cita supone una «consolidación de su posicionamiento como empresa que apuesta por la diferenciación en el sector cerámico». La compañía, con una trayectoria marcada por la innovación y la colaboración con reconocidos diseñadores, ha convertido el diseño en uno de los pilares estratégicos de su crecimiento inter-

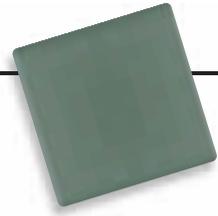
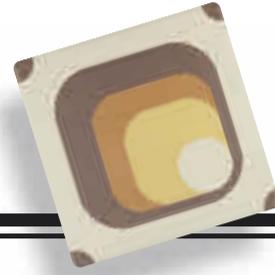
nacional. En esta línea, la Semana del Diseño de Milán se presenta como «una plataforma idónea para conectar con arquitectos, interioristas y prescriptores de todo el mundo».

Por este motivo, para José Miguel Pellicer, CEO de APE Grupo, esta primera participación en Milán llega en un momento clave para la firma castellanense: «En APE Grupo no comercializamos únicamente recubrimientos cerámicos, sino que creamos diseño. Somos exploradores de tendencias, creadores de

El proyecto se podrá ver del 7 al 13 de abril con el comisariado de Elle Decor Italia y el diseño del estudio Calvi Brambilla

ambientes y socios de arquitectos e interioristas que buscan algo más que una superficie. Cada colección nace de una visión clara: fusiónar innovación y estética, ofreciendo piezas que cuentan historias y definen espacios. Para nosotros, la cerámica es más que un material; es un lenguaje visual, capaz de transformar ambientes y evocar emociones. Por tanto, creemos que la Semana del Diseño de Milán es el mejor escaparate para nuestro producto».

cevica®
the tile atelier

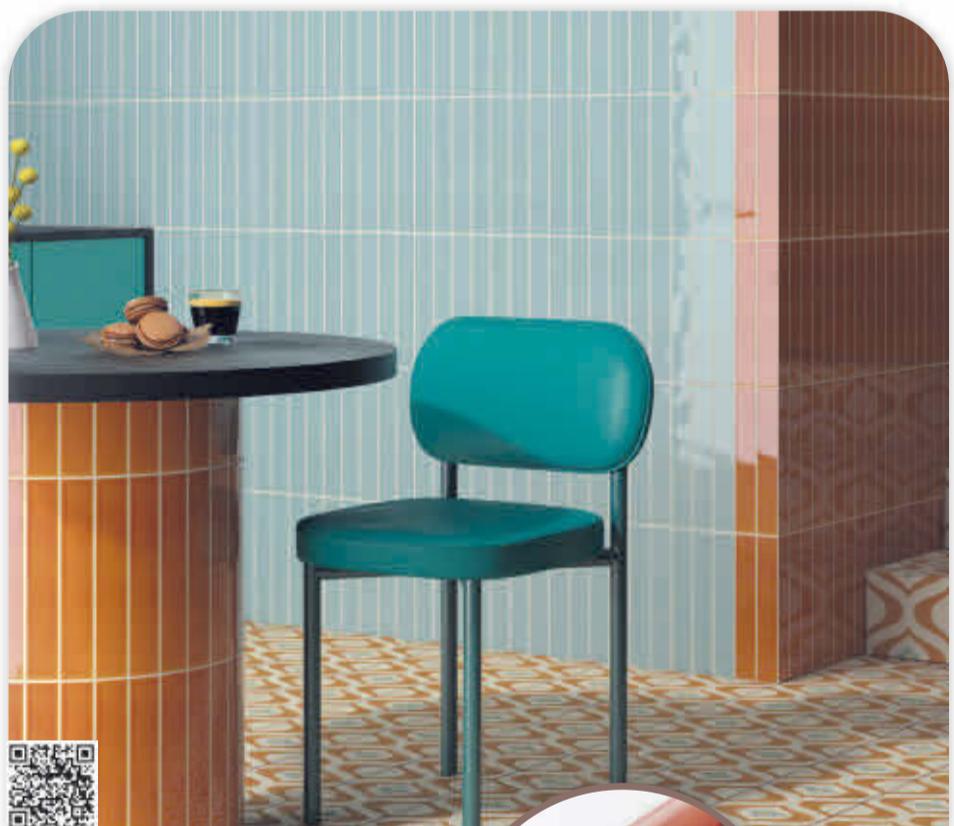


NUEVAS COLECCIONES CEVISAMA 2025

Las colecciones GROOVY y FUNKY reviven el estilo retro de los años 70 con diseños modernos y vibrantes que aportan personalidad a cualquier espacio.



Groovy 20x20 cm



Funky 5x30 cm

La colección FUNKY se fabrica con BORDES ESMALTADOS.





Cumella, conocido por su brillante trabajo en las últimas décadas y su participación en grandes proyectos arquitectónicos, ha creado un revestimiento único para la fachada del establecimiento.

LOEWE 'viste' de cerámica española su nueva tienda

Cerámica Cumella crea 35.536 piezas doradas artesanales para este proyecto e inscribe su nombre en otro icono arquitectónico de referencia



El resultado de la colaboración entre Loewe y Cumella que fusiona en Shanghái (China) la artesanía tradicional y la estética contemporánea.

La firma de moda internacional Loewe ha recurrido al talento de Cerámica Cumella, liderada por Toni Cumella, para diseñar la fachada de su nueva tienda insignia, ubicada en Shanghái (China), en una colaboración que fusiona la artesanía tradicional con la estética contemporánea.

Cumella, conocido por su brillante trabajo durante las últimas décadas por su participación en grandes proyectos con su cerámica arquitectónica, ha creado un revestimiento único que transforma la fachada en una pieza escultórica, que realza la identidad de la marca a través de materiales nobles y técnicas arte-

sanales. El estudio barcelonés ha empleado 35.536 piezas doradas.

El diseño, compuesto por una serie de módulos cerámicos elaborados a mano, destaca por su textura, cromatismo y juego de volúmenes, evocando la conexión de Loewe con la artesanía, la naturaleza y la innovación. Cada pieza se inspi-

ra en texturas que evocan los patrones del cuero plegado característicos de la marca de moda.

La colaboración entre Cumella y Loewe para la fachada de la tienda no solo refleja la tradición artesanal de la cerámica, sino que también incorpora un diseño innovador que interactúa con la luz y el entorno, creando una experiencia visual única para los visitantes.

LEGADO DE UNA TRADICIÓN HISTÓRICA

Cerámica Cumella, fundada en 1880, representa la esencia de un oficio que se ha transmitido de generación en generación. La estirpe de ceramistas, liderada por Toni Cumella, trabaja con una producción artesanal y seriada, con un uso de técnicas tradicionales que les ha conducido a colaborar con arquitectos y estudios de renombre.

Los ceramistas catalanes han llevado a cabo proyectos lejos de nuestras fronteras, en países como Japón, Australia o Jordania, que forman parte de grandes proyectos arquitectónicos como Maggie's Southampton, espacio dedicado al tratamiento de personas con cáncer, o el Mercado de Santa Caterina, diseñado por el prestigioso estudio EMBT.

UN SELLO FAMILIAR MULTIDISCIPLINAR

Sin embargo, la sofisticación de Cerámica Cumella no sólo está presente en edificios que hoy constituyen verdaderos iconos. Uno de los proyectos más reconocidos del sello familiar son los tiradores creados para la firma de cerveza Damm, y el mosaico El Beso, en colaboración con el fotógrafo Joan Fontcuberta, ubicado en la plaza Isidre Nonell en el centro de Barcelona.

FOTOS: RUBÉN PORÉ



Francesc Rifé e Inma Bermúdez, en el encuentro celebrado en el 'showroom' de Nadis con las últimas tendencias cerámicas. A la derecha, José Manuel Ferrero, Jorge Herrera y Jacobo Ventura.

Nadis Design 'marida' la cerámica y el diseño de autor

La firma, referente en tendencias y **creatividad**

Nadis Design celebró a finales de febrero en su *showroom* un evento exclusivo en el que ofreció una experiencia única para profesionales, clientes y colaboradores. El evento anual de la firma, especializada en cerámica de autor, congregó a numerosos invitados en el punto álgido del ciclo Inside Nadis.

En la velada, todos los asistentes disfrutaron de las exquisitas propuestas gastronómicas de sus nuevas colecciones *Bohemia* (del diseñador José Medina-Suárez), *Roberta* (obra de Inma Bermúdez) y *Tapp*, en «un entorno donde el diseño y los acabados cerámicos se sintieron, se vivieron y se descubrieron».

La velada contó con música en directo, caricaturistas, el espectáculo de Flair Bartending y cócteles exclusivos de la colección *Tapp*, junto con degustación de chocolates de distintos orígenes, lo que convirtió la noche en «una sinfonía de sabores y texturas».

Nadis ha creado su *showroom* como un espacio para mostrar sus diseños en «un entorno centrado en la inspiración y la experimentación sensorial». La marca es un referente de creatividad con un catálogo que combina materiales, texturas y formas con piezas cerámicas diferenciadas en colaboración con autores como Francesc Rifé, Inma Bermúdez, José Medina-Suárez o Jorge Herrera.



Jose Maria Gimeno (Summumstudio), con Francesc Rifé. El evento contó con música en directo, caricaturistas, cata de chocolates artesanos y coctelería.



Los asistentes y el equipo de Nadis Design disfrutaron de un encuentro en el que las nuevas colecciones cerámicas de la marca fueron las protagonistas.



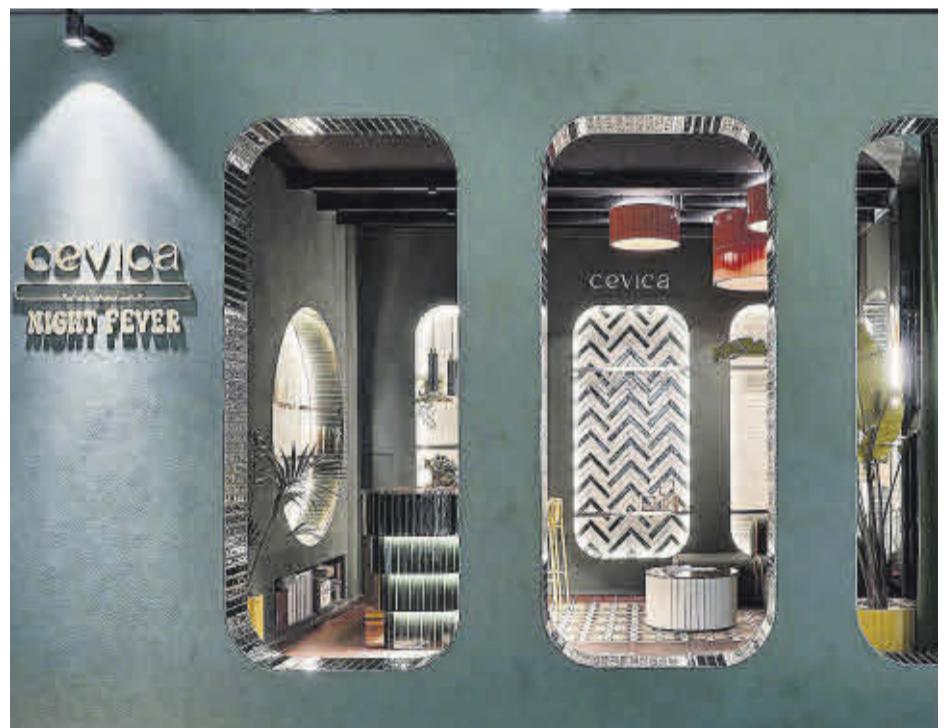
Más información:
Escanea el QR para ver más de 100 imágenes del evento de Nadis Design en la página web www.elperiodicodelazulejo.es



FOTOS: ADAM GARCÍA

Detalles del espacio de Cevica en Feria Valencia, diseñado por Paralela Taller Creativo y que destacó por su inspiración 'vintage' para arropar la presentación de los nuevos acabados de la firma.

Cevica brilla con cerámica con personalidad propia



Cevica se ha especializado en el sector 'contract' y su catálogo ofrece productos cerámicos personalizados para hoteles, restaurantes y clientes de lujo, tanto a nivel nacional como internacional.

Su original espacio en **Cevisama** recibe una mención de honor en los galardones al Mejor Diseño de Estand

Cevica ha confiado un año más en Cevisama como plataforma de promoción de sus últimas propuestas cerámicas. La compañía castellanense destacó en el certamen internacional tanto por la diferenciación y mimo de sus productos como por la puesta en escena de su espacio, que le valió una mención de honor en los galardones al Mejor Diseño de Estand entre todos los expositores.

Bajo el lema *Night Fever*, el espacio de la marca acaparó las miradas de los visi-

tantes de la feria internacional por su estilo *vintage* y como escenario perfecto para arropar la cerámica de Cevica, concebida para «ofrecer un sinfín de posibilidades decorativas para proyectos con originales formatos, acabados y tonos», tal y como reseña su CEO, Raúl Carnicer.

El stand de la firma, diseñado por Paralela Taller Creativo, estaba planteado como un salón de estética retro que se abría al exterior simulando grandes ventanales donde la cerámica, la luz y el color tomaban todo el protagonismo.

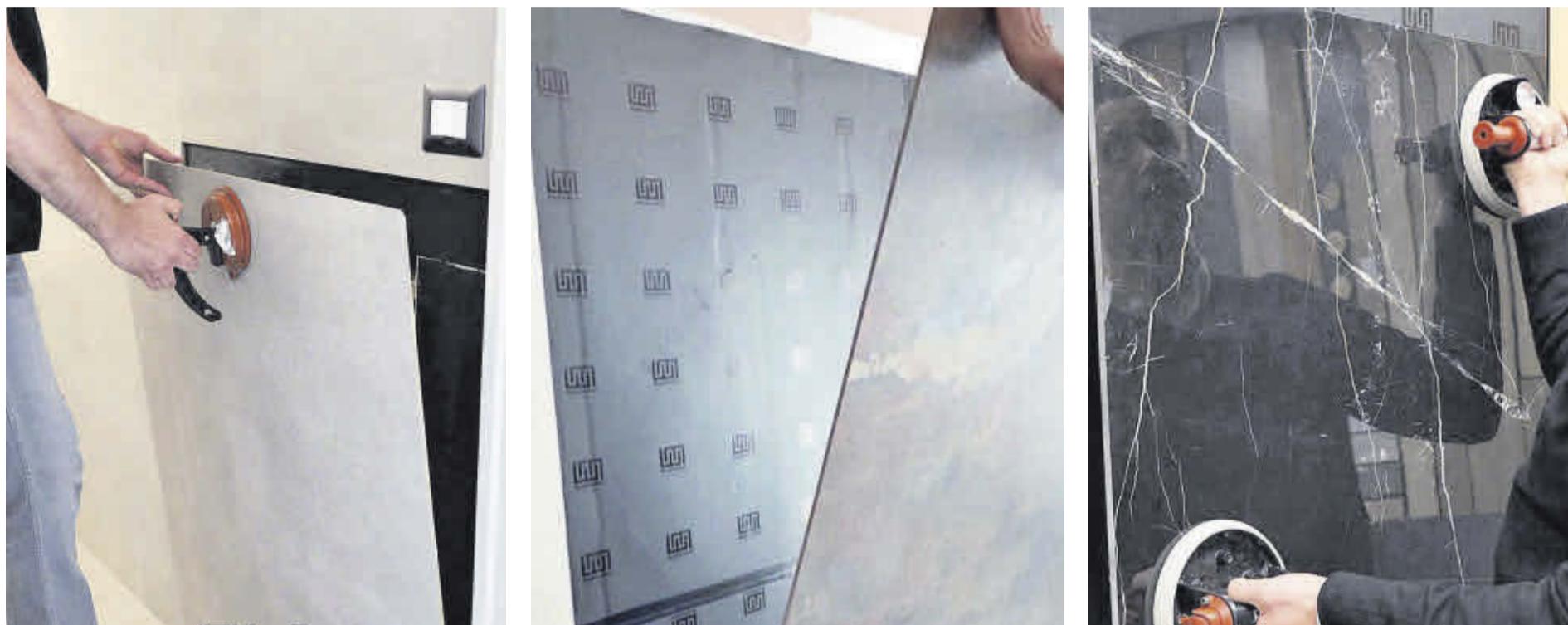
Con un claro guiño a la cultura de los años 70, la compañía castellanense presentó sus nuevas colecciones *Groovy* y *Funky*. *Groovy* llega al mercado en formato 20x20 cm con 7 colores de base en soporte porcelánico y acabado antideslizante. Mientras *Funky*, en 5x30 cm, es una propuesta de revestimiento formada por una paleta de doce colores «con un acabado brillo vibrante con suaves aguas que otorgan profundidad».

Con su puesta en escena en Feria Valencia, Cevica ha profundizado en su

capacidad para ofrecer diseños cerámicos a medida para cada proyecto, con productos personalizados en formatos, colores y acabados. La empresa colabora con interioristas de todo el mundo para garantizar el éxito estético, especialmente en el sector *contract*, con acabados para hoteles y restaurantes.

PRESENTE EN COVERINGS Y CASA DECOR

Tras el éxito en Cevisama, Cevica trasladará a finales de abril sus nuevas series *Groovy* y *Funky* a Coverings, el evento de referencia para la cerámica en América. Y la marca castellanense también será protagonista en la próxima edición de Casa Decor, que tendrá lugar entre el 3 de abril y el 18 de mayo en un edificio señorial en la calle Sagasta 33 de Madrid.



Tras su sencilla instalación, la base magnética de MagFace garantiza una colocación estable y resistente a los impactos. Las baldosas permanecen fijas, incluso en entornos de alto tránsito.

MagFace, la tecnología magnética de colocación

El sistema fija **en seco (sin adhesivos)** cerámica, materiales pétreos y sintéticos de hasta 160x320 cm

MagFace System, diseñado por Bassi Group International, es «el único sistema patentado de instalación magnética en seco que está certificado por el Centro Cerámico de Bolonia y el TCNA». Gracias a su tecnología magnética, las baldosas cerámicas de hasta 160x320 cm y 20 mm de grosor se fijan firmemente a la base MagFace sin necesidad de emplear adhesivos ni morteros, lo que garantiza numerosas ventajas frente a la colocación flotante o con anclaje.

El creador de esta solución, Andrea Bassi, destaca las principales características que ofrece MagFace:

1. Estabilidad y durabilidad mejorada. La base magnética garantiza una colocación estable y resistente a los impactos. Las baldosas permanecen fijas, incluso en los entornos de alto tránsito. El sistema cuenta con la certificación Heavy Duty según el Robinson Test (ASTM C627-10) por su resistencia a cargas, y presenta un valor > 55 en resistencia al impacto (ISO EN 10545-5), por lo que es idóneo tanto para espacios comerciales y zonas de gran afluencia.

2. Instalación rápida y sencilla. A diferencia de otros sistemas, MagFace permite una instalación sin la utilización de adhesivos, polvo ni olores. El pavimento es transitable de inmediato, lo que permite una puesta en funcionamiento al instante, con velocidades de instalación de hasta 20 m² por hora. Ello reduce sig-



Las baldosas que integran el sistema pueden retirarse fácilmente sin dañar el soporte.

nificativamente los tiempos de cierre de comercios y áreas públicas.

3. Flexibilidad y mantenimiento sencillo. Las baldosas pueden retirarse fácilmente sin dañar el soporte. En caso de mantenimiento o renovación estética, pueden sustituirse de forma rápida, lo que reduce los costes y las molestias.

4. Aislamiento frente a la humedad. MagFace es compatible con sistemas de

calefacción y refrigeración. El sistema incluye una base aislante que mejora el aislamiento contra la humedad, ideal para baños u otros entornos expuestos a la humedad. Gracias a su composición, es también apto para instalaciones con sistemas de suelo radiantes.

5. Sostenibilidad y economía circular. MagFace no utiliza adhesivos químicos ni materiales tóxicos, lo que reduce el

impacto ambiental y mejora la calidad del aire interior. Además, las baldosas integradas con el sistema MagFace son reutilizables, lo que evita residuos y fomenta la economía circular.

6. Compatible con suelos radiantes. La tecnología MagFace es compatible con sistemas de calefacción por suelo radiante, lo que garantiza una distribución uniforme del calor sin afectar la eficiencia.

7. Certificado para la instalación vertical. La colocación en pared está certificada y garantizada mediante el Spit Test, soportando cargas verticales de hasta 110 kg/m².

8. Certificado libre de VOC y formaldehído en conformidad con la norma GB18582-2020.

9. Certificación de ausencia de campos magnéticos nocivos. No interfiere con equipos electrónicos ni afecta a personas con marcapasos, según la Directiva 2013/35/UE (emisión muy baja < 0.5 mT).

10. Juntas removibles y atóxicas. El sistema incluye *MagFiller*, un sellador híbrido atóxico disponible en doce colores diferentes, que garantiza juntas flexibles y fácilmente removibles sin rotura.

Tal y como reseña Andrea Bassi, «la colocación magnética en seco de MagFace es una tecnología patentada única en el mundo, se integra perfectamente con todo tipo de materiales y permite obtener certificaciones LEED y BREEAM». MagFace se licencia a fabricantes de pavimentos, revestimientos y superficies de cerámica, mármol, piedra, cuarzo, materiales sintéticos y madera.

Más información sobre el sistema en la página web oficial www.magface.it y en la dirección de correo electrónico info@magface.it.

Rodacal Beyem lanza la campana Misión UNE 138002

El fabricante español crea una **campana** para aplicar los criterios de la normativa al uso de adhesivos cementosos



La fórmula de 'Beyem Prime' garantiza una adhesión superior en todo tipo de soportes, un tiempo abierto prolongado y una elevada deformación.

En el sector de la construcción, la excelencia no es una opción, sino una necesidad. Las exigencias técnicas y normativas marcan el camino hacia instalaciones cerámicas seguras y duraderas, y la UNE 138022 se ha convertido en un referente para garantizar su correcta colocación.

Sin embargo, la complejidad del documento en sí puede llegar a suponer una barrera para muchos profesionales. Por eso, Rodacal Beyem, en su última campaña, ha asumido la responsabilidad de simplificar su aplicación, en lo que respecta al uso de los C2S2, sin comprometer la rigurosidad de sus exigencias.

EL VALOR DE LA ELECCIÓN ADECUADA DEL ADHESIVO
La correcta elección del adhesivo es clave para garantizar la compatibilidad entre las baldosas, el tipo de soporte y el lugar y objetivo de instalación. Esta relación es esencial y, aunque cada vez menos, todavía muchas veces pasa desapercibida. Del mismo modo, el cumplimiento normativo no debería ser visto como una carga, sino como una oportunidad para perfeccionar cada instalación con baldosas



Rodacal Beyem es especialista en morteros industriales y soluciones técnicas para la construcción.

cerámicas por adherencia.

Con esta filosofía, en Rodacal Beyem han trabajado en la aplicabilidad de la UNE 138002 para el uso de adhesivos cementosos tipo C2S2 con el fin de simplificar su interpretación y aplicación

para el beneficio de los profesionales de la construcción.

La clasificación C2S2 dentro de la UNE 138002 responde a una serie de exigencias que garantizan la máxima seguridad y rendimiento en la instalación cerámi-

ca. Los adhesivos cementosos de este tipo deben cumplir con las máximas prestaciones en cuanto a adherencia a tracción y deformación, factores fundamentales cuando se trabaja con soportes críticos o baldosas de gran formato.

La adherencia inicial, tras inmersión en agua, tras ciclos de hielo/deshielo y tras envejecimiento con calor son parámetros determinantes en la norma que aseguran que el adhesivo cementoso mantenga sus propiedades en cualquier condición de obra. Asimismo, su característica especial S2 es clave, como adhesivo altamente deformable, para absorber tensiones estructurales y prevenir fisuras, lo que permite su uso en superficies sujetas a movimientos o cambios térmicos significativos.

Todos estos aspectos convierten a los adhesivos C2S2 en «la mejor opción para cumplir con la UNE 138002 en proyectos con altas exigencias», señalan desde Rodacal Beyem.

Dentro de los adhesivos cementosos C2TES2, *Beyem Prime* se presenta como «la solución definitiva para quienes bus-

'Beyem Prime' se presenta como «la solución definitiva para quienes buscan precisión y fiabilidad en la construcción»

can precisión y fiabilidad». Su fórmula avanzada «garantiza una adhesión superior en todo tipo de soportes, un tiempo abierto prolongado y una elevada deformación, permitiendo su uso en condiciones extremas sin comprometer la durabilidad de la instalación». Además de ello, su «excelente humectación y trabajabilidad facilitan su aplicación en baldosas cerámicas de gran formato y en entornos de alta exigencia».

Otro aspecto fundamental es la resistencia al deslizamiento (T), lo que facilita la colocación de piezas en superficies verticales sin comprometer la precisión y alineación. Y la clasificación E que garantiza un tiempo abierto ampliado al adhesivo sin perder prestaciones.

En definitiva, tal y como enfatizan desde el fabricante español de adhesivos para la colocación cerámica, «con *Beyem Prime*, cumplir la norma deja de ser un obstáculo para convertirse en un aliado en la búsqueda de la excelencia constructiva. La misión está clara: asegurar instalaciones cerámicas impecables, eficientes y perdurables. La solución también: *Beyem Prime*, el adhesivo cementoso que marca la diferencia».

Fila, protagonismo triple en Cevisama

La firma presenta con éxito **'Progrip'**, un nuevo producto para el tratamiento antideslizante de las superficies

La reciente edición de Cevisama fue el escenario en el que Fila Solutions presentó al mercado español su última novedad: *Progrip*, un tratamiento antideslizante profesional. *Progrip* es una solución diseñada para mejorar la adherencia en superficies de cerámica, granito y piedras silíceas, sin alterar el aspecto original del material. Esta solución captó la atención de arquitectos, distribuidores y profesionales de la construcción, quienes pudieron comprobar su «eficacia y facilidad de aplicación a través de demostraciones en prácticas en el stand».

Desde Fila Solutions señalan que «estamos muy agradecidos por el recibimiento de *Progrip* en Cevisama. La seguridad en los pavimentos es una preocupación de nuestros clientes y con este producto ofrecemos una solución efecti-



El equipo de Fila que atendió a los visitantes profesionales en el recinto de Feria Valencia.

va y profesional con el respaldo y las ventajas que ofrece Fila Solutions. Agradecemos enormemente a todos los clientes y visitantes que se pasaron por nuestro espacio para conocer nuestra novedad y demás soluciones y por compartir su experiencia con nosotros».

Durante la semana de feria, Fila también participó en la formación de la denominada Rubi Academy con la ponencia *La importancia de la limpieza final de obra*, impartida por Jordi Adsuara, director técnico de Fila Solutions Iberia. Adsuara ofreció una sesión informativa a los alumnos de Primero de FP del Grado Medio de Obras de Interior, Decoración y Rehabilitación desplazados hasta Feria Valencia para reforzar el compromiso de la firma con la profesionalización del sector.

Es una solución diseñada para mejorar la adherencia en cerámica, granito y piedras silíceas

Del mismo modo, Fila colaboró en Cevisama con Proalso en el Concurso de Colocación Cerámica en el que participaron varias escuelas. En el proceso que llevaron a cabo los estudiantes se utilizó la solución *Instant Remover* de Fila Solutions para la limpieza instantánea de la junta cementosa en fresco.

ANTIDESLIZANTE PROFESIONAL
calidad FILA

ACCIÓN RÁPIDA - NO CREA PELÍCULA - SEGURIDAD EN CADA PASO

www.filasolutions.com
@filasolutionsiberia

FILA ESPAÑA INDUSTRIA QUÍMICA S.L. 12592 Chilches (Castellón) | +34 964.590101 | filaespana@filasolutions.com

Más información



'Bekotec-EN-FI' transmite el calor hacia arriba de forma eficaz y reduce la transmisión del ruido de impacto.

Sistemas de suelo radiante más eficientes

Schlüter presenta una nueva placa de nódulos con un rendimiento aún más alto



La placa autoadhesiva 'Bekotec-EN-F-PS' es idónea para la colocación sobre pavimentos ya existentes.

Gracias a su muy baja altura, el sistema de suelo radiante hidráulico *Schlüter-Bekotec-Therm* es energéticamente muy eficiente y ahorra tiempo y material durante la instalación. Ahora, Schlüter-Systems presenta una nueva placa de nódulos con un aislamiento térmico y acústico de un rendimiento todavía más alto.

Schlüter-Bekotec-EN-FI es una nueva placa de nódulos con aislamiento térmico y acústico integrado de 30 milímetros de espesor fabricado con EPS. Gracias a este aislamiento, la transmisión del ruido de impacto se reduce hasta en 28 decibelios. También garantiza que el calor de los tubos de calefacción se transmita hacia arriba

de forma precisa y eficiente y, por tanto, hacia el interior de la habitación.

De este modo, el sistema de calefacción por suelo radiante de bajo consumo de energía trabaja de forma más eficiente, porque hay menos pérdidas de calor hacia los forjados. Por lo tanto, *Bekotec-EN-FI* cumple la norma europea EN 1264 para la instalación de sistemas de calefacción por suelo radiante sobre salas situadas inmediatamente por debajo. Esta norma exige la instalación de un panel aislante con resistencia térmica de $\geq 0,75 \text{ m}^2\text{K/W}$ por debajo del tubo de calefacción. *Bekotec-EN-FI* supera este valor, sin necesidad de usar placas aislantes adicionales, con lo que logra una eficiencia energética óptima con mínimo uso de materiales.

En la nueva placa de nódulos se puede instalar tanto tubos de 14 como de 16 mm de diámetro. Con el tubo de 16 mm se pueden realizar circuitos de calefacción más largos, lo que a su vez permite utilizar un colector más pequeño. Dependiendo de las necesidades de la instalación, también se puede reducir la capacidad de la bomba, ya que hay menos pérdida de presión en los circuitos de calefacción.

La instalación de *Bekotec-Therm* aún es más fácil con placas de nódulos autoadhesivos, como es el caso de los modelos *Bekotec-EN-FK* y *Bekotec-EN-F*, que no necesitan adhesivos, lo que ahorra material y hasta seis semanas de tiempo adicional de instalación frente a los sistemas convencionales. Además, con una proporción de hasta el 70% de material reciclado, ambas placas contribuyen al ahorro de recursos y permiten una instalación rápida y cómoda.



Schlüter®-BEKOTEC-PS

Con BEKOTEC-EN-F-PS y BEKOTEC-EN-FK-PS, Schlüter-Systems presenta un nuevo nivel de facilidad de uso para la instalación del innovador Pavimento de Cerámica Climatizado BEKOTEC-THERM. Las placas de nódulos autoadhesivos, compuestas en un 70 % de materiales reciclados, permiten una instalación sencilla, rápida y extremadamente limpia. Los dos sistemas autoadhesivos no solo permiten una baja altura de instalación, sino que también se pueden utilizar sobre una amplia variedad de soportes. Además del ahorro de material y peso, la rápida instalación permite realizar proyectos de construcción en poco tiempo y disminuyendo costes.



schluter.es

TU ALIADO EN COMPETITIVIDAD

GANAR EN TUS COMPRAS

Con beneficio directo en tu cuenta de resultados.

GANAR CLIENTES Y VENTAS

Con herramientas a tu disposición para vender más.

GANAR EN APOYO EN LA GESTIÓN

Con prestaciones de una gran empresa.

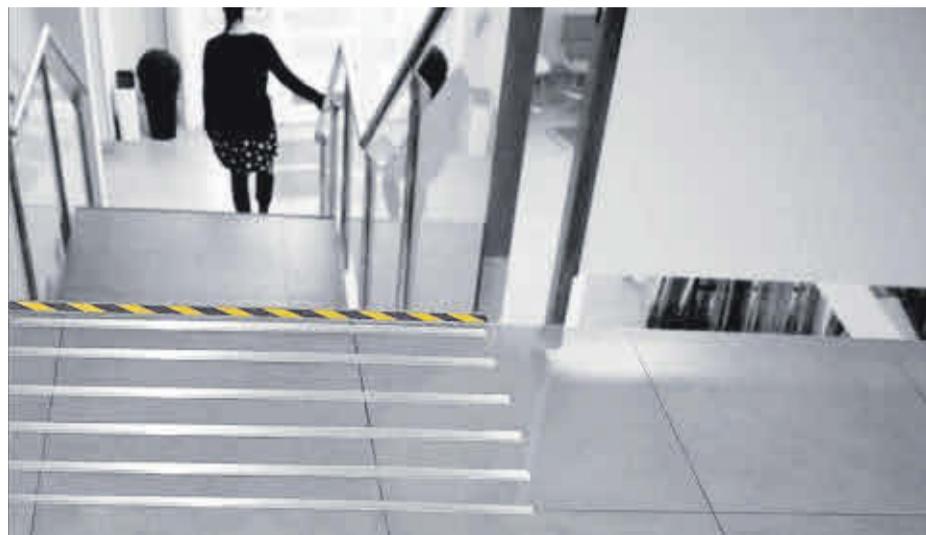


*Tu tienda especialista
en construcción* —

APUESTA SEGURA

ÚNETE A GRUPO BdB, CENTRAL DE COMPRAS Y SERVICIOS

T. 96 160 98 12 • www.grupodb.com



Las bandas y botones podotáctiles que comercializa Emac son elementos de pavimentación con texturas específicas que pueden ser detectadas a través del tacto con los pies o un bastón.

Emac da nuevos pasos

hacia la accesibilidad total

Las **bandas y botones podotáctiles** de la marca son una innovación en favor de una movilidad más segura



Dos de los sistemas que se incluyen dentro del catálogo de Emac: 'Novotop Access Acero Cincado' y 'Novotop Access Negro Mate'.

En un mundo donde la inclusión es cada vez más prioritaria, la accesibilidad universal se ha convertido en un factor clave en el diseño de espacios públicos y privados. La implementación de soluciones como bandas y botones podotáctiles no solo facilita la movilidad de personas con discapacidad visual, sino que también mejora la seguridad y la orientación de todas las personas en su día a día.

Emac Grupo trabaja desde hace años para crear espacios más inclusivos, asegurando que el diseño comercial también se encuentre alineado con las necesidades de todas las personas que transitan por áreas públicas.

Las bandas y botones podotáctiles de Emac son elementos de pavimentación

con texturas específicas que pueden ser detectadas a través del tacto con los pies o un bastón. Estos sistemas se utilizan principalmente como guías de orientación en aeropuertos, estaciones de transporte, centros comerciales, hospitales y otros entornos públicos y privados.

FUNCIONES COMPLEMENTARIAS

Si bien su función principal es asistir a personas ciegas o con baja visión, estos elementos han demostrado ser beneficiosos para toda la población. Su uso contribuye a una mejor organización del tránsito peatonal y a la seguridad en espacios de gran afluencia.

Desde Emac resaltan que «hemos desarrollado el Sistema Podotáctil para la Accesibilidad y Seguridad Universal,

una solución innovadora diseñada para facilitar el tránsito seguro de personas con discapacidad visual, baja visión o ceguera». «Su instalación sobre el pavimento permite señalar obstáculos, cambios de nivel, pasos de peatones o el final de áreas protegidas, proporcionando una referencia táctil que ayuda a la orientación y seguridad del usuario», explican desde la marca valenciana.

«CAMINOS ACCESIBLES Y ADAPTADOS A NORMATIVA»

La combinación de las soluciones *Novoband* y *Novotop* permite crear «caminos accesibles y adaptados a distintas normativas internacionales, garantizando una movilidad inclusiva en entornos urbanos y mejorando la autonomía de millones de personas en el mundo.

Entre los principales beneficios de las bandas y botones podotáctiles en diferentes entornos, desde Emac destacan los siguientes:

1. Aeropuertos y estaciones de transporte. Los aeropuertos y estaciones ferroviarias son espacios de gran tamaño y con un flujo constante de viajeros. En estos lugares, las bandas podotáctiles cumplen una doble función. Por un lado guían a personas con discapacidad visual, permitiéndoles desplazarse con autonomía. Y, por otro, ayudan a todos los viajeros, especialmente en momentos de alta concurrencia, proporcionando rutas claras y organizadas.

2. Centros comerciales y grandes superficies. Estos espacios pueden ser entornos complejos de recorrer, por lo que las bandas podotáctiles facilitan la orientación en áreas amplias y muchas veces confusas. También permiten que,

El Sistema Podotáctil de la marca constituye un plus para una movilidad segura y accesible

en situaciones de emergencia, todas las personas puedan encontrar rápidamente las salidas.

3. Seguridad en espacios públicos y privados. Más allá de la accesibilidad, estas soluciones de Emac «mejoran la seguridad al señalar zonas de riesgo, como escaleras, pasos de peatones o desniveles; y evitar accidentes en personas mayores o a usuarios que presenten una movilidad reducida».



El documento, que recoge estas medidas bajo el título 'Una mirada constructiva. Decálogo para abordar la escasez de vivienda en España', ha sido presentado en un acto en la sede de la CNC.

El decálogo para solventar la carencia de viviendas

El sector de la construcción propone **medidas clave** para hacer frente a este complejo problema en España

La escasez de vivienda en España se ha convertido en uno de los mayores retos que afronta el país. La limitada oferta para alquiler o compra junto con el incremento de los precios están tensionando el mercado, siendo ya la principal preocupación de los españoles, según el CIS. Para abordar esta problemática, las entidades más representativas del sector de la edificación se han unido, por primera vez, para presentar «un conjunto de soluciones efectivas».

Impulsado por Construmat, el Salón Internacional de la Construcción, el documento, que recoge estas medidas bajo el título *Una mirada constructiva. Decálogo para abordar la escasez de vivienda en España*, fue presentado en un acto en la sede de la CNC, en el que participaron Xavier Vilajoana, presidente de la Asociación de Promotores Constructores de España (APCEspaña); Pedro Fernández Alén, presidente de la Confederación Nacional de la Construcción (CNC); Marta Vall-Ilossera, presidenta del Consejo Superior de los Colegios de Arquitectos de España (CSCAE); Alfredo Sanz Corma, presidente del Consejo General de la Arquitectura Técnica de España (CGATE); y Roger Bou, director de la feria Construmat.

El presidente de Construmat, Xavier Vilajoana, resaltó la importancia del documento y su elaboración conjunta: «El decálogo recoge los principales focos sobre los que es imprescindible pasar a la acción de manera inmediata, además de lograr un pacto de Estado para mejorar el acceso a la vivienda de las familias en España». El también presidente de APCEspaña reclamó seguridad jurídica y recordó el papel clave del sector privado



APCEspaña, CNC, CSCAE y CGATE promueven el impulso de un Pacto de Estado por la Vivienda.

en la construcción de viviendas, tanto libres como asequibles y de protección oficial en nuestro país: «Más del 80% de las viviendas protegidas edificadas en España en los últimos 10 años lo han hecho empresas promotoras constructoras privadas. Y si queremos seguir ampliando esta parte del parque, las administraciones deben contar con el músculo y capacidad para poder dar respuesta a las necesidades de vivienda presentes y futuras», insistió Xavier Vilajoana.

El decálogo recoge la necesidad de incrementar la creación de vivienda, tanto en venta como en alquiler, en 220.000 viviendas al año y reducir la escasez de viviendas actual, que podría alcanzar un déficit de 2,74 millones en

2039 de no aumentar ostensiblemente la producción anual, según APCEspaña. Para lograr este incremento de viviendas, las cuatro entidades coincidieron en destacar la importancia de disponer de suelo finalista, para lo cual se demanda una gestión ágil con todas las garantías y seguridad jurídica.

En esta línea, se considera necesaria la unificación de la normativa, con un marco regulador claro y estable, y la agilización y mejora del proceso de concesión de licencias, por lo que resulta fundamental que la Administración se dote de los medios y recursos necesarios para cumplir con la legalidad vigente. Asimismo, se solicita, además, una revisión del sistema fiscal, estableciendo incentivos y facilitando la financiación.

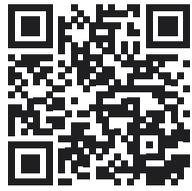
«La Administración debe adecuarse a

los nuevos tiempos, agilizando los procesos y adecuándose a la realidad del mercado. Además, debemos reivindicar el papel de los colegios profesionales como entidades capaces de contribuir a una mejor gestión de los recursos, avanzando en la transformación del sector», afirmó el presidente del CGATE, Alfredo Sanz.

COLABORACIÓN PÚBLICO-PRIVADA

En este marco de transformación, y con el objetivo de dotar al mercado de oferta suficiente, las cuatro entidades profesionales también reclamaron un marco de colaboración entre el sector público y el privado para optimizar los recursos y la gestión de viviendas asequibles. Igualmente, como un elemento clave en la transformación y aumento del parque de viviendas existente, apuestan por impulsar la rehabilitación y regeneración urbana, más allá de los fondos *Next Generation*, estableciendo ayudas accesibles, y piden que tanto el proceso de industrialización del sector, como los criterios de sostenibilidad marcados para cumplir los objetivos de descarbonización establecidos por la Unión Europea estén guiados por la calidad arquitectónica como garantía para el bien común.

Asimismo, desde APCEspaña, CNC, CSCAE y CGATE señalaron la necesidad de elaborar un plan de choque para solucionar la falta de mano de obra cualificada, con especial foco en la formación y en la atracción de jóvenes y mujeres al sector. «Este problema tan complejo debe abordarse desde una perspectiva múltiple. En primer lugar, urge desbloquear la ley del Suelo, que ha fracasado varias veces por una incomprensible falta de voluntad política. En paralelo, hay que reforzar la colaboración público-privada para aprovechar el potencial de nuestras constructoras. Y, no menos importante, abordar la alarmante falta de mano de obra, para lo que tenemos que trabajar frente a la injusta demonización del sector y seguir apostando por la formación».



BARCELONA
20/05 al 22/05
CONSTRUMAT
NIVEL 0 PAB. 2
STAND : C42

Perfil decorativo con luz para paredes y techos.

Novolistel

Eclipse® Sunset

U202431751



TU MOMENTO SUNSET

La vida nos enseña que lo que realmente importa son los momentos que podamos sentir como únicos y especiales. Y uno de esos instantes es el momento sunset, ese momento del día en el que todos los astros se alinean para preservar nuestro bienestar y paz. La nueva colección **Eclipse® Sunset** nace bajo la inspiración del efecto apacible del atardecer, creando espacios cargados de calma y confort a través del excepcional uso de la luz.

Te traemos la puesta de sol en forma de perfil con embellecedor clipado, y con tiras de LED ocultas, para colocación como listel decorativo en vertical u horizontal e ideado para que la iluminación fluya a ambos lados del perfil, generando así un innovador efecto de cortina de luz. Todo ello contribuye a la creación de ambientes cálidos y relajados, generando una sensación de confort en el entorno.

Novolistel Eclipse® Sunset, crea tus propios momentos.



AIDIMME
INSTITUTO TECNOLÓGICO



SOCIO CORPORATIVO



EMAC®
EL TOQUE FINAL

EMAC® GRUPO | ESPAÑA | USA | ITALIA |

Tel.: (+34) 961 532 200 | info@emac.es | www.emac.es | ESPAÑA | USA | ITALIA