

El diseño
cerámico 'made
in Spain' brilla
en Coverings
y Casa Decor

el Periódico del
Azulejo

DIRECTOR: ÁNGEL BÁEZ CALVO.
ABRIL Y MAYO DEL 2025

NÚMERO 284
www.elperiodicodelazulejo.es

Smalticeram
presenta en
Onda sus
avances para el
futuro del sector

Pureza
cerámica

ESPACIO GRESMANC GROUP EN CASA DECOR, POR FRAN CISNEROS. FOTO: OCTAVIAN CRACIUN



Sumario

Industria

Página 5



Smalticeram avanza los diseños del futuro

Industria

Página 6

Entrevista al director de la feria **Construmat**

Colocación Cerámica

Página 19

Emac, pionero en la seguridad estructural

Distribución

Página 23

Los resultados de **BdB**

Diseño

Página 14



Un emotivo proyecto efímero en **Milán**

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



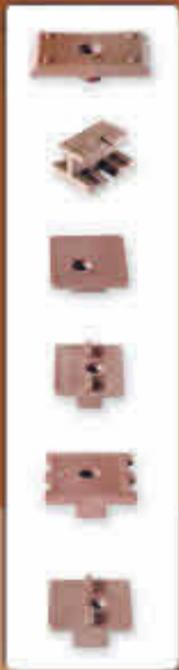
SECTOR ENTARIMADOS

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



La asociación que agrupa a las empresas dedicadas a la maquinaria cerámica y sus bienes de equipo (Asebec) confía en mejorar su facturación en 2025, tras dos ejercicios de dificultades manifiestas.

Asebec prevé crecer en 2025 después de dos años

La maquinaria facturó 361 millones el pasado ejercicio y confía en mejorar sus resultados en un 5% este curso

La industria española especializada en maquinaria para la industria cerámica encara un año 2025 «en positivo» en el que, tras el análisis de todas las variables que confluyen en este momento en el mercado, anticipa un crecimiento de hasta el 5% de la actividad durante el presente ejercicio. Así lo indicó recientemente José Miquel, máximo dirigente de Asebec, la asociación que aglutina a 45 firmas del sector (buena parte de ellas radicadas en la provincia de Castellón).

Los datos presentados por el colectivo tecnológico destacan que el sector finalizó 2024 con un 8% de caída de facturación (361 millones de euros) y anticipan que en 2025 se prevé que la facturación del sector alcance los 379 millones de euros. El mayor crecimiento se espera en el ámbito internacional, con un repunte de entre el 8% y el 9% (pasando de 132 a 143 millones), mientras que el mercado nacional podría experimentar una subida del 4% (de 229 a 236 millones). Con estas cifras, el sector de la maquinaria lograría estabilizarse tras dos ejercicios de caídas en los que las empresas han conseguido «sobrevivir con reajustes en un escenario muy adverso».

En este sentido, Miquel señaló que «durante los últimos ejercicios, la imposibilidad de trasladar incrementos de costes al precio final de nuestros productos ha obligado a las compañías del sector a resistir con estrategias de contención. Las nuevas inversiones por parte de nuestros clientes han descendido mucho y muchas empresas de nuestra asociación han conseguido mantener la actividad a través del mantenimiento y la reparación de equipos existentes».

Esta situación ha tenido consecuencias en el empleo, con una reducción de



José Miquel, presidente de Asebec, durante la celebración de la última edición de Cevisama.

las plantillas en diversas empresas del sector en 2024 que, eso sí, en conjunto tuvo una afección mínima del empleo. La plantilla total de las firmas de Asebec finalizó 2024 con 1.641 trabajadores (frente a los 1.656 de 2023), una cifra que está previsto se recupere en 2025 y se alcancen los 1.691 empleados gracias al repunte de la actividad estimado para el presente ejercicio.

LA RECUPERACIÓN DEL MERCADO ARGELINO

Las causas de la recuperación prevista para el año 2025 se sustentan, sobre todo, en torno a dos pilares: por un lado, la esperada mejoría del sector azulejero nacional, y por otro, la reciente reapertura del mercado argelino. En este último sentido, el desbloqueo comercial con Argelia (tras más de dos años de tensiones diplomáticas) ha reactivado plenamente los pedidos del país africano y que la evolución prevista de este mercado

clave es «muy buena».

José Miquel recaló que la asociación participará, de la mano del Ixex, en una expedición comercial a Argelia en el mes de mayo para «fortalecer los lazos que tenemos con las firmas locales y en la que participarán nueve empresas de Asebec y el Instituto de Tecnología Cerámica». El máximo responsable de la asociación también ha anticipado que durante el presente ejercicio también se llevarán acciones promocionales en Bolivia, Ecuador y Perú. También con Irán, con la visita a Castellón de una delegación del país asiático.

EL RETO DE LA INTERNACIONALIZACIÓN

Asebec, a través de su presidente José Miquel, insiste en la necesidad de que las pequeñas y medianas empresas del sector se mentalicen sobre la importancia de internacionalizar su actividad. «Salir al exterior es una gran oportunidad»,

subrayó, y animó a todas las firmas, incluidas aquellas que aún no están en la asociación, «a sumarse para fortalecer la interlocución ante las administraciones públicas y acceder a más recursos para continuar avanzando de forma progresiva y conjunta».

DIVERSIFICACIÓN SECTORIAL

Otro de los caminos que está explorando el sector para reforzarse es la diversificación hacia otras industrias como el vidrio, la vajilla, el textil o el cartón. «Este proceso es fundamental para reducir la dependencia del azulejo y abrir nuevas líneas de negocio, tal y como ya están acometiendo algunos de nuestros asociados», manifestó Miquel.

La digitalización y la innovación también ocupan un lugar destacado en la hoja de ruta del colectivo a corto y medio plazo. Asebec está trabajando mediante sesiones formativas para que sus asociados se preparen ante la llegada de tecnologías como la inteligencia artificial, que supondrá «un salto clave» para el sector. En paralelo, reclaman más ayudas públicas dirigidas a impulsar proyectos de innovación vinculados con la descarbonización del azulejo.

Otro aspecto clave es el de la capacitación profesional. En este campo, Asebec ultima un proyecto para impulsar la formación en trabajadores que presenten un perfil técnico y comercial, un híbrido que actualmente no está muy extendido dentro del sector y que ayudaría a ganar en competitividad a las empresas.

En suma, aunque la recuperación no será inmediata ni total, las señales dentro de la coyuntura actual para el subsector son «positivas». La maquinaria cerámica española aspira a consolidar su posición internacional y a acompañar al sector azulejero en su propia senda de reactivación. Todo ello configura un escenario de mayor estabilidad y crecimiento moderado para una actividad que ha demostrado ser clave en la economía industrial de Castellón.



El 'showroom' de Smalticeram plantea nuevas formas de entender la cerámica como lenguaje, explorando materiales con composiciones dinámicas y efectos visuales generados mediante IA.

Smalticeram anticipa en Onda el futuro de la cerámica

La compañía celebra hasta el 23 de mayo la muestra **SMALTilab** con las últimas tendencias del sector



La firma conmemora su 25º aniversario en España, por lo que esta edición de SMALTilab rinde homenaje a su trayectoria bajo el lema 'Simply forward'.

Smalticeram España ha inaugurado en su *showroom* en Onda (Castellón) una edición especial de SMALTilab, una convocatoria para profesionales del sector azulejero que se ha consolidado como punto de encuentro para conocer las novedades en acabados, superficies y propuestas cerámicas. Este año, el evento cobra un simbolismo diferente para la firma, ya que coincide con el 25º aniversario de la compañía en territorio español.

Bajo el lema *Simply forward*, la empresa celebra su evolución y reafirma su propósito de seguir avanzando con soluciones que respondan a los desafíos actuales y futuros del sector. Esta edición de SMALTilab, que comenzó el 29 de abril permanecerá abierta hasta el 23 de mayo en su sede de Onda. Hasta entonces, Smalticeram propone una reflexión sobre el rumbo de la cerámica, fomentando el diálogo entre diseño y materiales, e impulsando nuevas ideas para el

porvenir del sector.

En los últimos años, el diseño cerámico ha integrado con fuerza superficies en relieve inspiradas en texturas orgánicas, minerales, geológicas o vegetales, en sintonía con corrientes como el diseño biofilico o el *soft minimalism*. «Esta tendencia responde a varias macro-tendencias que están consolidándose en el ámbito del hábitat, como la necesidad de reconectar con la naturaleza y los materiales esenciales», destaca Olga Barreda, res-

ponsable de Desarrollo Gráfico de producto cerámico de Smalticeram España.

En un entorno cada vez más digital, estas superficies matéricas «actúan como contrapeso, evocan lo primario, estimulan el sentido del tacto y aportan una dimensión sensorial al diseño. Más allá de lo estético, transmiten autenticidad, serenidad y una sensación de refugio, valores cada vez más apreciados en los espacios habitables».

En el plano técnico, los acabados cerámicos con relieve, además de aportar valor estético, ofrecen «ventajas funcionales en términos de resistencia mecánica y propiedades antideslizantes».

Para desarrollar este tipo de superficies a partir de un soporte liso, Smalticeram aplica la tinta digital estructurante *Shaper*, una tecnología que permite generar relieves con precisión y naturalidad sobre distintos acabados cerámicos.

«Este proceso se complementa con una formulación vidriada de altas prestaciones, diseñada para garantizar la durabilidad de la pieza en contextos de uso intensivo», añade Alfonso García, responsable de Desarrollo Técnico de Producto.

NUEVAS FORMAS DE ENTENDER LA CERÁMICA

Además, uno de los espacios más singulares de esta edición es el que Smalticeram España ha dedicado al futuro. Es el más desafiante, proyectando el futuro del sector cerámico desde el presente y la experiencia del pasado.

Bajo este enfoque, SMALTilab 2025 plantea nuevas formas de entender la cerámica como lenguaje, más allá de sus usos tradicionales. En este espacio se exploran materiales con composiciones dinámicas y efectos visuales generados mediante inteligencia artificial (IA) y *software* de diseño. De esta manera, la compañía centra su mirada en el futuro «proyectando las nuevas soluciones y diseños que pueden desarrollarse a través de la inteligencia artificial u otros procesos innovadores».

ENTREVISTA

Roger Bou Director de Construmat 2025

«La transformación sostenible no tiene vuelta atrás»



Roger Bou, director del salón, desvela los detalles de un evento clave para anticipar los retos inmediatos que tiene ante sí el sector de la construcción.

Del 20 al 22 de mayo se celebra en el recinto de Gran Vía de Fira de Barcelona Construmat, la feria de referencia para el sector de la construcción en España. Este año, el evento destaca por su mayor oferta expositiva, una creciente internacionalización y un completo programa de actividades centrado en la sostenibilidad, la tecnología y la industrialización como los pilares que ya están transformando la edificación. Roger Bou, director del salón, desvela los detalles principales de una cita «imprescindible para entender y prepararse a afrontar los retos más inmediatos que tiene por delante el sector de la construcción».

¿Cuáles son las principales novedades de Construmat 2025?

«Este año, Construmat crece tanto en tamaño como en oferta expositiva. Contaremos con la participación de más de 350 expositores de 22 países y esperamos superar los 22.000 visitantes profesionales. En cuanto a actividades, potenciamos el Sustainable Building Congress como actividad principal a la que añadimos un enfoque más internacional, con ponencias de expertos y casos de éxito de otros países que pueden resultar inspira-

dores. Además, sumamos más demostraciones en vivo, espacios formativos y áreas de networking diseñadas para que los asistentes encuentren soluciones reales a los retos del sector y se promueva el intercambio de ideas y experiencias. La feria llega en un momento esencial para ayudar a entender y demostrar que el cambio de paradigma en la construcción en clave sostenible no tiene vuelta atrás.

¿Qué temáticas protagonizarán la edición de este año?

«La sostenibilidad será el motor principal que mueve tanto la oferta comercial como todas las actividades de Construmat. A esto se suman tendencias como la digitalización, la industrialización de procesos constructivos, la arquitectura saludable y el uso de tecnologías disruptivas como la inteligencia artificial, el BIM o la impresión 3D. También buscamos promover el talento joven y femenino en el sector, así como crear espacios de debate para explorar soluciones para hacer frente al déficit de vivienda en España o estrategias para la reconstrucción tras la DANA.

Con una oferta tan amplia, ¿cómo se ha diseñado el programa de actividades

para ofrecer valor real a los asistentes?

«Hemos priorizado el enfoque práctico y la aportación de conocimientos útiles. Contamos con más de un centenar de actividades sumando las sesiones del Sustainable Building Congress (centradas en la producción de vivienda asequible, salud y bihabitabilidad e inteligencia artificial), las conferencias y presentaciones impulsadas por entidades y empresas del sector, demostraciones y espacios interactivos de formación, además de exposiciones, entrega de premios y eventos de *networking*. Todo está pensado para que los diferentes perfiles profesionales del sector de la construcción que nos visiten encuentren información, inspiración y recursos a medida que les ayuden a transformar los nuevos desafíos en oportunidades.

Este año, Turquía es el país invitado de Construmat. ¿En qué consiste esta participación?

«Turquía tendrá un papel destacado en Construmat 2025, con la participación de cerca de una veintena de empresas expositoras y una amplia presencia en el Sustainable Building Congress, donde se presentarán proyectos innovadores precedentes de este país. Además, de la pre-

sencia institucional encabezada por representantes del Consejo de Relaciones Económicas Exteriores de Turquía contaremos con una delegación comercial turca que mantendrá encuentros de negocios con los expositores que participarán en la feria.

La participación internacional en la feria es mayor que el pasado año. ¿De qué países habrá oferta?

«Efectivamente, además de contar con Turquía como país invitado, Construmat refuerza su carácter internacional y su proyección global con expositores de más de una veintena de países. Concretamente, un 35% de la oferta comercial procede del exterior. Habrá empresas y pabellones agrupados de Francia, Alemania, Portugal, China, Polonia, Bélgica, Austria, Marruecos, Italia, Reino Unido, Países Bajos, Egipto, Andorra o Lituania, entre otros países.

¿Cómo afronta Construmat los retos estructurales del sector, como la falta de mano de obra cualificada o la reducción del impacto ambiental en la edificación?

«Somos conscientes de estos desafíos y los abordaremos con propuestas concretas. Por ejemplo, organizamos jornadas y mesas redondas para debatir temas como la formación de profesionales y la falta de mano de obra o sobre descarbonización, mejora de la eficiencia energética y nuevos materiales sostenibles. También creamos el Marketplace de Talento, enfocado en atraer y conectar a jóvenes, mujeres y otros perfiles profesionales con empresas del sector con oportunidades laborales. Otro tema que ponemos sobre la mesa es la escasez de vivienda. A iniciativa de Construmat, desde el sector de la construcción se ha elaborado un decálogo de medidas que ayudarían a solventar este problema y que se presentará a los representantes del Gobierno y Administraciones que visiten el salón.

La digitalización e integración de tecnologías punteras propias de la construcción 4.0 están transformando la industria de la construcción. ¿Qué papel tienen estas innovaciones en Construmat?

«Construmat reflejará también este cambio hacia la digitalización de la construcción para mejorar la productividad y la sostenibilidad. A través de demostraciones en vivo, conferencias, casos de éxito y también en el área comercial, se podrá comprobar cómo estas herramientas pueden optimizar los procesos, reducir costos y promover una mayor eficiencia. Además, en la zona dedicada a *start ups*, una treintena de empresas emergentes presentarán soluciones innovadoras.

¿Qué mensaje le daría a los profesionales de la construcción que aún no han decidido asistir a Construmat?

«Les diría que Construmat no es solo una feria, es un punto de encuentro clave para todo el sector donde hay que estar, ya que conocerán de primera mano lo más nuevo, encontrar oportunidades de negocio y generar contactos fundamentales. Es el momento de apostar por la transformación del sector, y Construmat es el lugar perfecto para avanzar hacia la construcción sostenible. La sostenibilidad no es ya una tendencia, es un objetivo prioritario que requiere un cambio de mirada y nuevas soluciones para una edificación más responsable.

PortCastelló **corrobora su notable línea de crecimiento**

El recinto registra una evolución positiva del 13,7% en el **tráfico total** en el primer trimestre del presente ejercicio

El puerto de Castellón consolida su posición como uno de los motores logísticos del sistema portuario español al registrar un crecimiento del 13,7% en el tráfico total de mercancías en el acumulado del año, en contraste con el descenso del 0,8% que presenta el conjunto de los puertos estatales. Hay que recordar que PortCastelló ha movido durante el primer trimestre del año 2025 un total de 4.421.167 toneladas de mercancías.

Este crecimiento se refleja en todos los tipos de tráfico y consolida la tendencia al alza del puerto de Castellón. Así, PortCastelló aumenta un 2,9% en granel líquido, frente a la caída del 4,7% en el resto de los puertos. En granel sólido se dispara un 29%, mientras que el crecimiento medio nacional es apenas del 0,1%. También crece en mercancía general, un 22,2%, en comparación con el 1,7% del sistema. Y, por último, en mercancía en contenedor el puerto de Castellón registra una subida del 25%, frente a la caída del 1,7% en el conjunto del sistema portuario español. Por último, el puerto de Castellón registra un aumento del 36,7% en contenedores, frente a una subida del 0,5% del sistema.

Estos datos evidencian la fortaleza operativa y estratégica del recinto portuario castellanense, que continúa atrayendo tráficos, diversificando su oferta logística y consolidando su papel clave



Vista de las instalaciones del Puerto de Castellón, una infraestructura clave para el sector azulejero

en la economía del arco mediterráneo.

El presidente de la Autoridad Portuaria de Castellón, Rubén Ibáñez, valoró muy positivamente estos resultados: «Estas cifras confirman que avanzamos en la dirección correcta como una plataforma logística eficiente, competitiva y capaz de dar respuesta a las necesidades cambiantes del tejido empresarial». Además, ha añadido que «estamos recogiendo los frutos de una estrategia

basada en la diversificación de tráficos, en la inversión en infraestructuras productivas y en la potenciación de la colaboración público-privada».

El presidente de la Autoridad Portuaria destacó que «nuestra prioridad es continuar reforzando la confianza de nuestros operadores actuales y atraer nuevos clientes e inversiones hasta el puerto de Castellón para dinamizar todavía más la economía».

Con el cierre del primer trimestre de 2025, el tipo de tráfico que tiene mayor peso en el puerto de Castellón es el granel líquido, un 51,1%, seguido del granel sólido, que representa un 42,1%, y por último la mercancía general, que supone el 6,7% del total del tráfico en el puerto de Castellón.

Las mercancías más importantes

Entre todas las mercancías destaca la pujanza experimentada por el tráfico de arcillas que ha aumentado en un 188%

movidas en el puerto de Castellón son, por este orden: el petróleo, feldespato, arcillas, gasolina, coque, fuelóleo y gasóleo. De estas mercancías destaca el crecimiento de un 188% en el tráfico de arcillas. También destaca el aumento del tráfico de cereales, un 91,2%, un producto agroalimentario que ocupa el puesto 11 en cuanto a volumen de tráfico en el puerto de Castellón.

Los principales puertos con los que PortCastelló mantiene relaciones comerciales en la actualidad son los siguientes: Turquía, Guyana, Marruecos, Canadá, Kazajistán, Egipto, Libia e Italia.

El azulejo pierde a Joaquín Navarro, el fundador de Navarti

Fue uno de los pioneros del **sector**

El empresario Joaquín Navarro Ibáñez falleció en el mes de abril a los 91 años de edad. Fue un referente del tejido económico y social de la localidad castellanense de Onda, querido y respetado por cuantos le conocieron. Emprendedor comprometido, de carácter afable, cercano y generoso, fue, por encima de todo, una persona entregada a su familia, a su vocación emprendedora y a su pueblo, al que dedicó siempre lo mejor de sí mismo.

Su trayectoria profesional estuvo estrechamente vinculada durante décadas al sector cerámico, donde dejó una huella imborrable y del que fue uno de los artífices de su pujanza internacional. No en vano, Joaquín Navarro fue director comercial de Zirconio y presidente fundador de Azseder y de Navarti, dos firmas que contribuyeron de manera decisiva al desarrollo económico de la población de Onda. Además, formó parte de importantes consejos de administración como el



Navarro complementó su labor profesional con una activa implicación en la localidad de Onda.

de Gresblanc y Unión de Mutuas, donde aportó siempre su visión estratégica y su compromiso con el sector.

Pero su implicación no se limitó al ámbito empresarial. Joaquín Navarro vivió con pasión el deporte local, apoyan-

También trabajó en compañías como Zirconio, Azseder y Gresblanc, entre otras empresas referentes de la industria

do de forma decidida a numerosos clubs y actividades. Fue un impulsor y gran aficionado del balonmano femenino Madres Onda, del fútbol sala Azseder Onda, del CD Onda y presidente honorífico de la Peña Barcelonista.

Detrás de su trayectoria profesional y social destacaba una calidad humana excepcional: generoso, discreto, siempre dispuesto a tender la mano, fue un hombre que supo ganarse el respeto y el cariño de todos. Deja un legado profundo y una memoria entrañable en su familia, sus amigos y en todo el pueblo de Onda.



La instalación aúna soluciones de almacenamiento, dosificación y envasado de sólidos de Chumillas Technology y el embalaje final de las cargas de la línea avanzada de embalaje de Innova Group.

Innova instala una línea de embalaje 2.0 para Younexa

La firma materializa un proyecto de línea de embalaje **'Stretch Hood'** especializado en compuestos químicos



Con la línea de embalaje con 'Stretch Hood' desarrollada por Innova Group, se ha conseguido un embalaje más eficiente y seguro para las cargas, garantizando su estabilidad en el transporte internacional y almacenamiento en los diferentes centros de distribución de Younexa.

Innova Group ha llevado a cabo un proyecto de línea de embalaje *Stretch Hood* especializado en compuestos químicos cerámicos en la planta de producción de Younexa en la localidad castellanense de Vall d'Alba. La línea de embalaje instalada ha formado parte de un proyecto de automatización inteligente de toda la planta en el que varias empresas de tecnología han trabajado en conjunto, entre ellas Innova Group y Chumillas Technology, entre otras.

La instalación 100% automatizada aúna soluciones de almacenamiento, dosificación y envasado de sólidos por parte de Chumillas Technology, para acabar en el embalaje final de las cargas proporcionado por la línea de embalaje con el sistema *Stretch Hood* de Innova.

El proyecto de ingeniería se planteó como un proyecto de modernización y automatización total de la planta de producción para hacer su producción más eficiente. Entre los requerimientos de

ingeniería de la empresa incluían la renovación de todo el sistema de embalaje y final de línea, donde Innova Group pudo aportar su valor añadido, con sistemas de embalaje y transporte adaptados a las necesidades de Younexa.

Así, Innova propuso una línea con sistema *Stretch Hood*, por sus ventajas en protección de las cargas, impermeabilidad y máxima seguridad durante el transporte en exportación y nacional, almacenamiento en intemperie o en sus centros de distribución. Precisamente este sistema destaca por su valor diferencial con otras soluciones de embalaje que no proporcionan estanqueidad ni protección total a las cargas y que utilizan mucho más film y energía que *Stretch Hood*. De hecho, *Stretch Hood* permite reducir hasta un 50% el film usado por palet, en contra otros sistemas como la envolvente.

Asimismo, en la instalación se incluyó un sistema de prensado de cargas y un sistema innovador de dispensación de palets automático conectado con el flujo de palets de entrada en la línea.

AUTOMATIZACIÓN

En este proyecto de automatización industrial, Innova Group se ha encargado de la instalación de la parte de la línea de embalaje, conectándola con el sistema de dosificación y ensacado, así como con el flujo de los AGVs inteligentes, que transportan los big bags hasta la zona de embalaje de forma autónoma y eficiente.

La nueva línea de embalaje está compuesta por los siguientes sistemas:

1. Dispensador de palets: Innova Group ha diseñado un sistema innova-

dor de dispensación de palets automáticos que consigue garantizar un suministro continuo y automatizado de palets, solicitados de manera inteligente desde la zona de AGVs.

2. Prensa de compactación: A continuación, el sistema de prensa hidráulica es el encargado de compactar la carga de big bags, proporcionando mayor estabilidad y reducción del volumen para facilitar su manipulación.

3. Sistema *Stretch Hood*: Por último, las cargas quedan protegidas por completo con la enfundadora *Stretch Hood*. Este sistema es la solución de embalaje más avanzada y sostenible, que proporciona estanqueidad y protección total para la carga química ante agentes externos como la humedad, el polvo o condiciones climáticas adversas. El modelo de *Stretch Hood* instalado en esta planta cuenta con dos bobinas de film para adaptar a distintos formatos y ofrecer mayor productividad.

LOS RESULTADOS

Gracias a la implementación de la línea de embalaje con *Stretch Hood* desarrollada por Innova Group, se ha conseguido un embalaje más eficiente y seguro para las cargas, garantizando su estabilidad en el transporte y almacenamiento. Además, la opción de *Stretch Hood* ha contribuido a reducir el uso de plástico en el embalaje, en línea con los objetivos de sostenibilidad de la empresa.

El proyecto de línea de embalaje se alinea con la estrategia de calidad e innovación de Younexa, ofreciendo una imagen homogénea y profesional en la distribución y transporte de sus productos.

Para Innova Group, «es un orgullo seguir colaborando con empresas de referencia como Younexa, aportando soluciones innovadoras y eficientes para la industria», manifiestan desde la compañía castellanense.



Gracias a su constante inversión en I+D y su profundo conocimiento del sector, la firma se ha posicionado como un referente en soluciones de pulido para la industria cerámica.

Sigmadiamant, abrasivos que marcan la diferencia

La empresa castellanense es especialista en soluciones de **alto rendimiento** para transformar superficies

En el exigente mundo de la cerámica técnica y decorativa, el acabado superficial es clave para el valor estético y funcional del producto. Conscientes de ello, en Sigmadiamant llevan años desarrollando una línea de abrasivos de alto rendimiento con los que transformar superficies con acabados con brillo, mates o con texturas personalizadas, adaptándose a las últimas tendencias del diseño y la arquitectura.

Gracias a su formulación y precisión técnica, estos abrasivos no solo permiten obtener una superficie perfectamente

lisa y reflectante, sino que también aseguran uniformidad, durabilidad y eficiencia en el proceso productivo.

Pero el pulido no termina en el brillo. Sigmadiamant también ofrece abrasivos para acabados mate, pensados para aquellas superficies que requieren una estética más natural, suave al tacto y sin reflejos, pero con la misma resistencia y elegancia que caracteriza a la cerámica de alto nivel.

Una de las ventajas competitivas de estos abrasivos es su capacidad para modificar la textura superficial de la

pieza cerámica, ofreciendo acabados especiales que simulan materiales nobles como piedras envejecidas o mármoles tradicionales. Esta técnica permite generar productos con apariencia de piedra de iglesia, superficies rústicas o envejecidas, sin perder las propiedades técnicas de la cerámica moderna.

Esto abre un amplio abanico de posibilidades creativas para fabricantes, arquitectos e interioristas que buscan soluciones únicas y de alto valor añadido, combinando tecnología y tradición en cada diseño.

Con su constante inversión en I+D y su conocimiento del sector, la firma se ha posicionado como un referente en soluciones de pulido para la industria cerámica. Su equipo técnico trabaja con las principales fábricas para adaptar los productos a las necesidades de cada línea de producción con el fin de garantizar unos resultados óptimos en todo tipo de soportes y formatos.

Además, pone a disposición de sus clientes un catálogo completo de abrasivos, clasificados por tipo de acabado, dureza, granulometría y compatibilidad con las diferentes tecnologías de producción. Este catálogo se complementa con un servicio técnico especializado, que asesora y acompaña desde la elección del producto hasta su aplicación en planta para asegurar un mayor rendimiento.

50.000 m² de azulejos para las familias afectadas por la dana

Una iniciativa solidaria de **Onda**

La iniciativa solidaria *Cerámica con Corazón*, impulsada por el Ayuntamiento de Onda con la colaboración del sector cerámico, ha permitido distribuir cerca de 50.000 metros cuadrados de azulejos entre decenas de familias afectadas por la dana en la Comunidad Valenciana.

Gracias a la aportación de las empresas cerámicas ondenses, los materiales donados están sirviendo para revestir y rehabilitar viviendas dañadas por la

catástrofe que azotó la zona de l'Horta Sud el pasado mes de octubre. El proyecto se ha convertido en una red de ayuda efectiva y coordinada, que ha permitido que muchas familias puedan recuperar sus hogares y su dignidad.

Desde el Ayuntamiento, los técnicos municipales han gestionado la logística, validación de solicitudes y coordinación entre empresas y almacenes logísticos, permitiendo que las entregas lleguen con agilidad a quienes más lo necesitan.



La alcaldesa de Onda, Carmina Ballester, junto a François Brendel, presidente de Halcón Cerámicas.

Hasta la fecha, 263 familias han recibido ayuda a través de este programa.

La alcaldesa de Onda, Carmina Ballester, quiso agradecer públicamente

el compromiso del sector para aliviar, en la medida de lo posible, la situación de los vecinos afectados por la catástrofe natural de la dana.

Los CID Awards premian dos proyectos de Tile of Spain

El Museo Nacional Infantil de Sejong (Corea del Sur) y Casa Tur, reconocidos en la última edición de **Coverings**



Detalle de Casa Tur, un trabajo desarrollado por OOIO Arquitectura.



La colorista fachada del Museo Nacional Infantil de Sejong (Corea del Sur).

En el marco de Coverings, que este año se ha desarrollado en Orlando, se llevó a cabo la ceremonia de entrega de los Coverings Installation and Design Awards (CID Awards), unos premios cuyo propósito es destacar anualmente obras residenciales, institucionales y comerciales que sobresalen por su diseño y su correcta selección e instalación de recubrimientos cerámicos o pétreos.

Dentro de los reconocimientos especiales, dos proyectos con uso de cerámica española han recibido sendos premios: Museo Nacional Infantil de Corea del Sur, de Office Ou y Junglim Architecture, en la categoría Internacional; y Casa Tur, de OOIO Arquitectura, dentro de la categoría de Diseño Cerámico Residencial. Ambos trabajos fueron seleccionados por un jurado independiente formado por profesionales del sector.

El Museo Nacional Infantil de Corea del Sur, proyecto de Office Ou y Junglim Architecture, es el primer edificio inaugurado dentro del ambicioso complejo museístico nacional que se construye en la ciudad de Sejong y que albergará hasta 12 instituciones culturales. Con 5.000 metros cuadrados, el museo se concibe como un espacio flexible, táctil y acogedor, diseñado para cambiar con las estaciones gracias a jardines, huertos y zonas

exteriores pensadas para el juego, el aprendizaje y las exposiciones.

La fachada cerámica es seña de identidad del edificio, con piezas extrusionadas, esmaltadas total o parcialmente que crean efectos visuales dinámicos que varían según la luz y el punto de vista. Los colores de las fachadas —amarillo, rojo y azul— reflejan los paisajes locales y las estaciones del año, integrando arquitectura y naturaleza en un lenguaje contemporáneo y sensible. Cabe recordar que este proyecto ya fue finalista en la categoría de arquitectura en la última edición de los Premios Cerámica Ascer.

UNA VIVIENDA 'CERÁMICA' EN CARABANCHEL

El otro trabajo de Tile of Spain reconocido en Coverings es Casa TUR, ubicada en Carabanchel (Madrid). Esta vivienda plantea, frente a la estandarización creciente en la construcción residencial, una personalización de un piso común en un barrio obrero con soluciones creativas, asequibles y materiales de mercado. Frente a la vivienda genérica que proponen las grandes promotoras, este proyecto demuestra que se puede transformar un espacio sin necesidad de recurrir a la artesanía exclusiva ni a presupuestos elevados.

El proyecto apuesta por reinterpretar materiales habituales a través de un diseño inteligente y emocional. La cerámica se convierte en el *alma* expresiva del proyecto: un material accesible, profundamente vinculado a la tradición española, que al usarse en ubicaciones inesperadas —como zócalos en salones o revestimientos en dormitorios— aporta sorpresa, color y un fuerte carácter escenográfico.

Venux, galardonada en su estreno en la feria estadounidense

Reconocimiento para su **estand**

La reciente edición de Coverings deparó una muy buena noticia para Venux, marca del Grupo STN especializada en piedra sinterizada. La firma presentó en el evento internacional celebrado en Orlando su nuevo espacio expositivo bajo el concepto *Glacier*, una metáfora espacial que emula un gran bloque de hielo que se abre para revelar la calidez y belleza que esconde en su interior «un corazón natural, monumental y vibrante».

En su primera participación en la feria estadounidense, Venux mereció uno de los premios al mejor stand de Coverings 2025, gracias al diseño creado por Summumstudio para el certamen.

La empresa de Nules trasladó al público norteamericano su concepto de lujo accesible, planteó un espacio ferial con una «pieza central, escultórica y poderosa que actuó como núcleo emocional del stand». Su presencia invitaba «a detenerse, observar y sentir el latido lento de la



El equipo de Venux en Coverings. La marca de Grupo STN, especializada en superficies de piedra sinterizada, mereció la distinción por su puesta en escena en su primera participación en la feria.

materia en su estado más noble, con un viaje al interior de la tierra, una conversación entre arquitectura y producto que transmite fuerza, solidez y pureza a través del diseño». Al traspasar la entrada revestida con el modelo *Breccia Oniciata* en formato de gran placa a 6 metros de altura, el visitante accedía al *corazón* del glaciar, transitando por un recorrido

envolvente dominado por superficies en acabado brillo pulido y un juego armónico entre blancos y negros.

En cuanto al producto, Venux exhibió en Coverings *Première Collection*, con una muestra completa de sus colores y propuestas, en formato *slab* de piedra sinterizada y en distintos espesores que incluyen 6, 12 y 20 milímetros.



Sobre estas líneas, el tradicional corte de cinta en la nueva tienda de Porcelanosa en Shanghái. A la derecha, el interior del nuevo establecimiento comercial de la compañía en Buenos Aires.

Porcelanosa **acelera aún**

más su internacionalización

La multinacional confirma su expansión con el estreno de tres tiendas en **Shanghái, Buenos Aires y Londres**

Porcelanosa ha reafirmado recientemente su expansión en tres mercados con identidades culturales muy distintas. Diferentes contextos en los que la firma aterriza con una misma filosofía, dar a conocer sus soluciones constructivas a través de espacios innovadores en los que el diseño, la tecnología y la sostenibilidad conviven en perfecta armonía.

Shanghái, Buenos Aires y Londres. Estas son las tres ciudades seleccionadas por Porcelanosa Grupo para abrir sus últimos puntos de venta. Una serie de aperturas que han tenido lugar en algo más de una semana y que refuerzan la presencia global de la marca, consolidando su posición como referente mundial del sector. Cada uno de estos nuevos *showrooms* ha sido diseñado como una experiencia sensorial adaptada al máximo al entorno local, manteniendo al mismo tiempo el espíritu que define a la multinacional española.

Con estas nuevas ubicaciones, Porcelanosa Grupo pone de manifiesto su capacidad de adaptación y su compromiso por estar más cerca de los profesionales y de los clientes. Unos espacios basados en el diseño de proximidad que cuentan con áreas funcionales, elegantes y personalizadas para ofrecer experiencias individualizadas.

ACENTO ESPAÑOL EN ASIA

Porcelanosa Grupo celebró el 26 de marzo la apertura de su nueva *flagship* en el distrito comercial de Xujiahui, ubicado en el centro de Shanghái. Este espacio, de 450 metros cuadrados de superficie, ha sido concebido como una tienda sensorial e inmersiva que integra las



Uno de los ambientes de baño del establecimiento de la firma en el sur de Londres.

principales novedades de producto de las siete marcas de la firma.

Diseñado por el arquitecto Yu Li (L-plus Design Studio), el *showroom* fusiona arte, tecnología y diseño, reflejando el estilo de vida español a través de una galería de entrada, una cocina funcional con isla, diversas zonas de baño experienciales, un área *lounge* y una ceramoteca para los profesionales.

Desde su entrada en China en 2013, Porcelanosa Grupo ha abierto más de 20 tiendas en todo el país, trabajando con firmas como Apple, Estée Lauder o XPeng. La reciente inauguración reunió a 110 invitados que pudieron disfrutar

de una muestra de la gastronomía española y un espectáculo flamenco que sorprendió a los asistentes.

'LIFESTYLE' EUROPEO EN EL CORAZÓN DE ARGENTINA

El pasado 3 de abril, Porcelanosa inauguró su primera tienda asociada en Buenos Aires. Ubicada en una arteria clave de la zona oeste de la ciudad, este *showroom* de 300 metros cuadrados distribuido en una zona *living*, un dormitorio, un área técnica y 14 ambientes de baño, ofrece una experiencia *lifestyle* completa con un marcado estilo europeo.

Desde su llegada al país en 1999, Porcelanosa Grupo se ha consolidado

como una de las principales firmas en el mercado de revestimientos de calidad de Argentina. Este nuevo espacio refuerza su presencia y compromiso con los profesionales locales con los que ya se han realizado proyectos importantes como el Faro en Puerto Madero, el edificio Grand Bourg o el Hotel Alvear Icon. El evento, que contó con la asistencia de representantes de Ginevra Group, Pacífica Arquitectura y Porcelanosa Grupo, reunió a más de 100 invitados.

ALMA CREATIVA EN CROYDON (REINO UNIDO)

Situada en el extremo sur de Londres, Croydon es la última de las ciudades en las que Porcelanosa Grupo ha dejado recientemente su huella en forma de nuevas instalaciones. En concreto, su *showroom*, ubicado en Purley Way, ha sido renovado por completo. Con cuatro cocinas y más de 30 configuraciones de baño, esta tienda que renueva su concepto experiencial, ofrece soluciones personalizadas y soporte técnico para arquitectos y diseñadores. La reapertura congregó a numerosos invitados del sector y supuso el relanzamiento de un espacio estratégico para Porcelanosa Grupo en el Reino Unido.

PROVEEDOR OFICIAL DE LA CASA REAL BRITÁNICA

Finalmente, Porcelanosa ha sido incluida en la lista de las empresas que forman parte de los King Royal Holders –proveedores de la Casa Real–, elegidos por el rey Carlos III del Reino Unido, a través de la Royal Warrant Holders Association.

La relación de Porcelanosa con la familia real británica se inició en 1997, cuando la empresa colaboró en actividades benéficas impulsadas por el Príncipe de Gales. En 2006, su alteza real concedió la Autorización Real a la multinacional española. Hasta la fecha, Porcelanosa ha renovado su colaboración con el Príncipe de Gales hasta en tres ocasiones, tal y como está indicado en los estatutos de la Autorización Real.



En primer término, el espacio Blanca San Martín en Casa Decor 2025. A la derecha, el proyecto presentado por Ángel Cazorla en la muestra de tendencias decorativas que está activa en Madrid.

TAU reivindica el 'lenguaje común' de la cerámica

Traslada a **Casa Decor** la versatilidad del color terracota en dos espacios que aúnan tradición y modernidad

En el marco de Casa Decor 2025, TAU Cerámica sigue reafirmando su compromiso con el diseño y la innovación. Y lo hace con dos propuestas que, desde estéticas opuestas, comparten una esencia común: el poder evocador del color terracota. Este tono cálido y terroso se convierte en hilo conductor de los espacios firmados por la arquitecta Blanca San Martín y el interiorista Ángel Cazorla, demostrando cómo la cerámica «trasciende su función tradicional para convertirse en un lenguaje de diseño universal».

La cerámica, históricamente relegada a suelos y paredes, se reinventó en Casa Decor como un material de expresión emocional y estética. TAU Cerámica, con sus colecciones *Sassy Terracota* y *Stucco Terracota*, se convierte en protagonista «de dos ambientes que dialogan con el pasado y el presente, la tradición y la innovación, la funcionalidad y la poesía», indican desde la azulejera.

En colaboración con Jacob Delafon, Blanca San Martín transforma el concepto del baño con su proyecto *Baño de dos. Energía vibrante*. El espacio se abre a la

convivencia y a la luz natural, abandonando la introspección habitual. El pavimento en gres porcelánico *Sassy Terracota* de TAU Cerámica aporta una base cálida y dinámica, con sutiles motas que evocan los suelos de barro tradicionales reinterpretados con un enfoque contemporáneo. La cerámica estructura el espacio y dialoga con la madera natural, las molduras verdes y los detalles en latón para crear una atmósfera sofisticada y envolvente.

Por su parte, Ángel Cazorla, junto a Mobarco, presenta en Casa Decor el pro-

yecto *Silencio y paz*, homenaje a la cocina mediterránea como epicentro del hogar. Aquí, la cerámica *Stucco Terracota* de TAU reviste las embocaduras de los balcones, aportando un acabado que remite al cobre y conectando visualmente con la arquitectura madrileña y los atardeceres de la ciudad. «La cerámica tiene una base firme, sólida, como el propio material», afirma Cazorla, subrayando la importancia de la textura y la materialidad en un espacio donde conviven cuarcitas, metales, madera, piel natural y vidrio.

Desde TAU reseñan que «la cerámica es mucho más que un elemento funcional. Es textura, es emoción y narrativa. El terracota se erige como nexo de unión entre proyectos que celebran la versatilidad del material».

El 'made in Spain' sobresale dentro de los iF Design Awards

Livingceramics o Fiora, premiadas

El diseño internacional celebró su gran noche el 28 de abril en Berlín. España volvió a destacar con una importante presencia en los prestigiosos galardones iF Design Awards de este año que reconocen y visibilizan lo mejor del diseño mundial en sus múltiples disciplinas y áreas.

El emblemático Friedrichstadt Palast fue el escenario de un evento que congregó a diseñadores, empresas e instituciones de todo el mundo 2.000 invitados de

más de 70 países asistieron a la gala donde se otorgaron los reconocimientos a la excelencia en diseño de producto, diseño de interiores, comunicación, UX/UI, diseño de servicios, arquitectura, iluminación, equipamiento técnico o *packaging*, hasta un total de más de 80 categorías distintas.

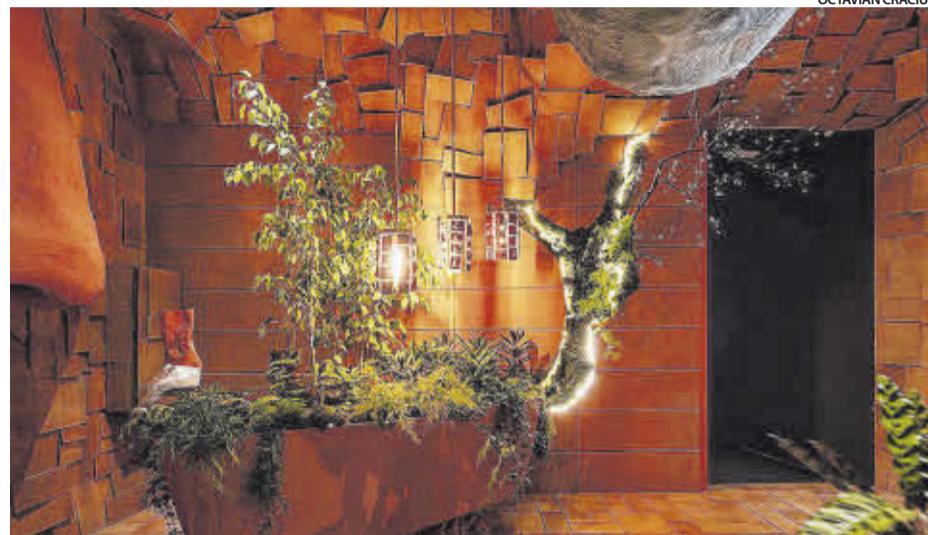
En esta edición, el diseño español ha tenido una presencia destacada, con múltiples galardones en las categorías de producto, diseño de interiores, ilumina-



A la ceremonia de entrega de los galardones en Berlín asistieron más de 2.000 invitados.

ción, *packaging*, mobiliario y equipamiento de baño. Entre las firmas distinguidas se encuentran, entre otras, Livingceramics, Industrias Cosmic, Profiltek, Fiora, Roca Sanitario, Sanycces, Bellota, Royo Group o Actiu. En particular, el estudio Seriesnemo fue distinguido con un iF Gold Award, la máxima distinción del certamen, concedida única-

mente a 75 proyectos de excelencia entre casi las cerca de 11.000 candidaturas internacionales. Los iF Design Awards se han consolidado en las últimas ediciones no como un reconocimiento al presente, sino una plataforma para el diseño que transforma industrias, mejora la vida de las personas y aporta valores sociales y medioambientales.



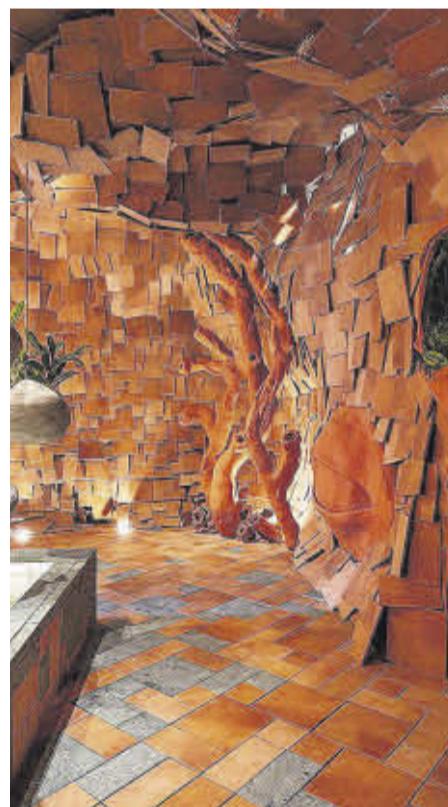
OCTAVIAN CRACIUN

En el espacio 'Tierra y Arquitectura. Regreso a la esencia', Gresmanc Group se ha unido al paisajista Fran Cisneros para crear un nuevo concepto de gran fuerza visual gracias a sus formas simples y puras.

Gresmanc Group resalta la pureza de los materiales

La firma, junto con Fran Cisneros, explora la esencia de la cerámica en un sorprendente espacio en **Casa Decor**

sentan fusionados con una original estética rompedora en la «que la funcionalidad y la resistencia de los materiales van más allá de lo constructivo para hacer posible la creación de un sueño».



La cerámica con sus formas y tonalidades orgánicas evoca la sensación de una cueva primitiva, un santuario donde 'maridan' lo industrial y lo natural.

Gresmanc Group participa en Casa Decor 2025 con un llamativo espacio propio diseñado por el paisajista Fran Cisneros. La empresa toledana, con una larga trayectoria internacional en el sector de la cerámica, es conocida en el mercado por sus innovadoras soluciones constructivas y por su amplia gama de piezas especiales creadas para su instalación en pavimentos, piscinas y fachadas ventiladas, entre otras aplicaciones.

Para la conceptualización y el diseño del espacio en Casa Decor, llamado *Tierra y Arquitectura. Regreso a la esencia*, Gresmanc Group se ha unido al prestigioso paisajista Fran Cisneros que ha creado un nuevo concepto de gran fuerza visual y en el que se ha encargado de otorgar visibilidad a los materiales en su estado más simple y puro. «La cerámica con sus formas y tonalidades orgánicas evoca la sensación de una cueva primitiva, un santuario donde lo industrial y lo

natural se entrelazan en un diálogo continuo», exponen desde Gresmanc Group. El espacio de la compañía española en la muestra de tendencias se configura como una instalación que «trasciende lo decorativo para convertirse en una experiencia inmersiva donde cada elemento está concebido para agudizar los sentidos y sumergirte en un paisaje que respira, que late con la esencia de la tierra». Los tres universos de la compañía (pavimentos, fachadas y piscinas) se pre-

OTRAS COLABORACIONES EN LA MUESTRA

Los productos de Gresmanc Group pueden verse en otros dos espacios más de esta 60ª edición de Casa Decor en el edificio ubicado en la calle Sagasta 33. El primero de ellos es el denominado espacio *The Masie*, con el sello de Sigfrido Serra. Se trata de en una sala marcada por la armonía entre la neutralidad y la

Esta impactante
cueva es una de las
propuestas estrella de
la muestra en Madrid

fuerza del color, en el que los pavimentos *Oslo* y *Niza*, de la serie *Urban* de Gresmanc, se presentan en un alfombrado cerámico de líneas geométricas que suman elegancia y sofisticación.

En segundo lugar, la compañía participa en el espacio *RQH Estudio*, por Rober Quiñones, donde las placas cerámicas tridimensionales de Favemanc envuelven este área aplicándose a molduras, zócalos e, incluso, un mural con vegetación vertical. Ello aporta «un diseño en volúmenes imposible de conseguir en otros materiales», enfatizan.



Más información:

Escanea el código QR para ver todas las imágenes del espacio de Gresmanc Group en www.elperiodicodelazulejo.es



Salamandra Interiorismo se ha inspirado en los inmuebles de la provincia de Valencia afectada por la dana y plantea en Casa Decor 2025 un «recorrido emocional» con la cerámica como hilo conductor.

Pamesa refuerza su presencia en Casa Decor

La azulejera imprime su sello en los espacios creados por **Salamandra Interiorismo** y por **Rqh Estudio**

Pamesa Cerámica participa como firma colaboradora en la 60ª edición de Casa Decor, uno de los encuentros más emblemáticos del diseño de interiores y la decoración en España, que se celebra hasta el 18 de mayo en el edificio Sagasta 33 de Madrid. En esta edición tan especial, celebrada en un señorial inmueble de estilo decimonónico con más de 50 espacios únicos, la azulejera de Castellón colabora con dos reconocidos estudios de interiorismo: Salamandra Interiorismo y Rqh Estudio,

aportando su cerámica «en proyectos que combinan creatividad, emoción y funcionalidad».

El espacio de Salamandra Interiorismo, enriquecido con las colecciones cerámicas *Nature* y *Hamptons* de Pamesa, reinterpreta la esperanza tras la catástrofe. Inspirado en las viviendas afectadas por la DANA de Valencia, el estudio plantea un «recorrido emocional» entre el estado actual de estos hogares y la ilusión de su renovación. El diseño traslada a una cálida casa de campo

La cerámica es protagonista en el proyecto que recrea una vivienda afectada por la dana

donde predominan los tonos neutros, materiales naturales y detalles rústicos, en un ambiente íntimo y sosegado.

LUJO ESTÉTICO

Por otro lado, Rqh Estudio, liderado por Rober Quiñones, presenta el proyecto Alma, una evocadora sala de estar inspirada en el lujo emocional de los hoteles boutique. En este espacio pausado, el pavimento efecto madera *Kalon* de Pamesa aporta calidez, naturalidad y elegancia, en línea con la filosofía del estudio. Con esta doble participación en Casa Decor 2025, Pamesa Cerámica reafirma su compromiso con el diseño de vanguardia y la innovación en el hábitat, consolidando su presencia en uno de los escaparates más influyentes del sector.



El espacio se articuló en torno a 18 tótems escultóricos compuestos por volúmenes superpuestos revestidos con las diferentes propuestas cerámicas de diferentes marcas pertenecientes a Tile of Spain.

Milán, 'iluminada' con la cerámica de 18 marcas



El proyecto efímero se enmarcó dentro del espacio que la revista *Interni* preparó en la Università degli Studi di Milano como parte del programa de la Semana del Diseño de Milán.

La instalación **'The light in the darkness'** recuerda en el marco del FuoriSalone la catástrofe de la dana

Tile of Spain participó durante el mes de abril en el Fuorisalone de Milán con una instalación efímera. El proyecto matérico-luminoso, llamado *The light in the darkness* y diseñado por el estudio valenciano Viruta Lab rindió homenaje a la actuación de los voluntarios que acudieron a los municipios valencianos afectados por la catástrofe natural del pasado 29 de octubre de 2024.

La instalación pretendía dar forma tangible a la luz que surgió espontánea-

mente en medio de la oscuridad de aquellas aciagas jornadas, y fue ejecutada como una composición central de planta rectangular (10x1,90 metros) transitable y visible desde los cuatro lados.

El espacio se articuló en torno a 18 tótems escultóricos compuestos por volúmenes superpuestos revestidos con cerámica de diferentes marcas pertenecientes a Tile of Spain. El material para *The light in the darkness* fue aportado por Apavisa, Arcana, Azteca, Cevica, Colorker, Cristacer, Decocer, Dune, El

Barco, Gayafores, Natucer, Pamesa, ITT, Tau, Undefasa, Venux, Vives y Wow.

La paleta de colores de las baldosas cerámicas estaba dominada por tonos terrosos que recordaban la arcilla y el barro que cubrieron los municipios afectados de la provincia de Valencia. Los tótems fueron concebidos como candelabros a tamaño humano que proyectaban puntos de luz sobre la superficie, creando contrastes de luz y penumbra sobre una superficie que evocaba el agua y reforzaban la simetría visual. Esta rein-

terpretación del material cerámico proponía una nueva forma de exponer el producto, dándole sentido a través de una variedad de tamaños, texturas y colores. En el centro de la exposición acompaña a las piezas cerámicas la fotografía Dana Valencia ONG Olvidados, de Alfonso Calza.

La instalación *The light in the darkness* se enmarcó dentro del espacio que la revista *Interni* preparó en la Università degli Studi di Milano, más conocida como La Statale, y que formaba parte del amplio abanico de espacios expositivos programados en paralelo a la semana del diseño de Milán (desarrollado del 7 al 13 de abril). Asimismo, la acción formó parte del Plan promocional del azulejo español en Italia.

Las cocinas del futuro: las 4 tendencias esenciales

Del diseño emocional a la sostenibilidad inteligente: los **fabricantes** muestran hacia dónde evoluciona el sector

La cocina es mucho más que un lugar donde preparar alimentos: es el espacio donde cuidamos de los nuestros, donde compartimos momentos y donde cada elemento tiene un propósito. Con el paso de los años, la forma en la que diseñamos y vivimos nuestra cocina ha evolucionado para responder mejor a esas necesidades de bienestar y funcionalidad. A medida que el hogar se convierte en un refugio, la cocina se convierte en un lugar vital, cada vez más integrado y adaptado a nuestras exigencias del presente.

Conscientes de ello, la Asociación de Mobiliario de Cocina (AMC) continúa apostando por el concepto *La buena cocina hecha en casa*, que pone en valor la importancia de la cocina como un espacio de calidad, diseño y conexión con el hogar. Tras consultar con algunas de sus marcas asociadas, AMC ha reunido las principales tendencias que marcarán los proyectos de cocina.

1. La cocina se abre (y se transforma). Si hay algo en lo que todos coinciden, es que la cocina abierta ha dejado de ser una opción para convertirse en un lenguaje común. Las estancias se diluyen, los límites desaparecen y los muebles de cocina se integran con el salón, el comedor o incluso la zona de teletrabajo.

Pero no hablamos solo de formas, sino de nuevas maneras de estar en casa. De espacios pensados para compartir, cocinar y vivir. «Priman los diseños que permiten que la vida fluya», como señalan desde Pino. Con islas que se convierten en puntos de encuentro, zonas de desayuno que invitan a parar el ritmo y atmósferas con confort y funcionalidad.

En este proceso de integración de espacios, destacan diseños limpios que abogan por la ocultación. Elementos como sistemas de almacenamiento discretos y mobiliario que se adapta a las necesidades funcionales sin sacrificar estética van a más. Los diseños minimalistas generan cocinas más despejadas, visualmente atractivas y ordenadas.

2. Sostenibilidad: de tendencia a principio estructural. Las marcas asumen que la sostenibilidad ya no es un añadido, sino un valor estructural. Desde materiales reciclados, duraderos, ecológicos, que no generen residuos y certificados, hasta soluciones que reducen el impacto energético, los consumidores piden cocinas más responsables... y las marcas responden con I+D y ecodiseño.

Desde Salice explican que «el consumidor joven da un valor altísimo a los gestos sostenibles. Es una transformación cultural». IVM incide en que la elección de materiales y el diseño duradero serán esenciales en esta evolución. A este compromiso se le suman los materiales naturales como la madera reciclada y la



Pino aboga por las cocinas abiertas, espacios concebidos para mucho más que su función clásica.



Marcas como Emuca destacan el auge de soluciones 'smart' para el almacenaje en cocinas.



Desde Salice enfatizan la «transformación cultural» en favor de las propuestas sostenibles.

pedra, que no solo aportan calidez, sino que reflejan esa conexión que las personas buscan con el entorno natural.

3. Tecnología al servicio del día a día. En los últimos años, la tecnología en la cocina se ha vuelto cada vez más humana. Iluminación inteligente, electrodomésticos conectados y eficientes, muebles que se abren con solo rozarlos o grifos que adaptan su uso al momento. No se trata solo de comodidad, sino de bienestar, seguridad y eficiencia.

Marcas como Emuca destacan el auge de soluciones *smart* de almacenaje, mientras que Cosentino o Frecan apuntan a la conectividad como clave para los hogares del presente. Las cocinas inteligentes no solo mejoran la funcionalidad, sino también la experiencia culinaria.

4. Diseño emocional y personalización: cocinas con carácter. Cada cocina es única porque cada hogar también lo es. Las marcas subrayan la creciente demanda de cocinas personalizadas, adaptadas al estilo de vida y las necesidades de cada persona o familia, y por eso están trabajando más que nunca en flexibilidad, modularidad y ergonomía, que se posiciona como una prioridad. Los muebles y los sistemas de almacenamiento se diseñan para ser de fácil acceso y adaptarse a los movimientos cotidianos, mejorando la accesibilidad y comodidad en el uso del espacio. Este enfoque se traduce en cocinas más cómodas, prácticas y fáciles de usar.

Además, el diseño orgánico, con formas suaves y curvas, está ganando terreno, creando cocinas que no solo son funcionales, sino también acogedoras y armoniosas. Estas sensaciones se consiguen también a través de los colores tendencia, como el *mocha mousse*, una cálida tonalidad marrón que transmite bienestar y sofisticación.

«A través de la innovación, la sostenibilidad y el diseño a medida, las marcas contribuyen a crear cocinas que no solo se adaptan a las necesidades actuales, sino que también anticipan los desafíos del futuro», argumentan desde AMC. «El futuro de la cocina está en constante evolución. Lo que hoy entendemos como cocina es ya un espacio multifuncional, inteligente y profundamente conectado con nuestras vidas, nuestras relaciones y nuestra forma de entender el bienestar», finalizan desde la asociación que representa a las principales empresas de equipamiento de cocinas fabricado y distribuido en España.

La Asociación de Mobiliario de Cocina (AMC) representa a las principales empresas de equipamiento de cocina fabricado y distribuido en España con el objetivo de fomentar su consumo y el crecimiento del sector en su conjunto. El colectivo aglutina a más de 140 compañías entre fabricantes de muebles de cocina; de mesas y sillas; fabricantes e importadores de electrodomésticos, frezadores, encimeras y componentes; distribuidores y empresas colaboradoras de mueble de hogar, *software* y barnices.



'Riverside Ivory 120x60', nueva propuesta cerámica de Grespania.



'Melbourne Taupe 45x120' está inspirada en la robustez y la versatilidad del cemento piedra.

Grespania brilla con su nueva cerámica tecnológica

El fabricante sigue incorporando superficies de tendencia para **proyectos de arquitectura e interiorismo**

Grespania participó recientemente en la edición 2025 de Coverings, la feria internacional de cerámica y piedra natural de referencia en Estados Unidos y que se ha celebrado en las instalaciones del Orange County Convention Center de Orlando, en el estado de Florida.

El fabricante castellonense estuvo presente en el evento junto con sus marcas Grespania, Bellacasa, Coverlam gran formato y Coverlam Top para encimeras, con *Geode*, un creativo concepto arquitectónico inspirado en la belleza interior de una geoda y que refleja la profundidad y riqueza de cada una de las colecciones del grupo cerámico.

Al acceder al interior del stand de la firma, los visitantes pudieron descubrir en exclusiva las series de porcelánico *Riverside* y *Melbourne*, ahora también

disponible en revestimiento pasta blanca, así como las últimas novedades presentadas ya en Cersaie.

'RIVERSIDE', LA NUEVA PIEDRA

La piedra caliza es la inspiración de la nueva colección en porcelánico *Riverside*. De estilo atemporal y contemporáneo, esta propuesta contempla un diseño de suaves texturas, relieves sutiles y colores cálidos y luminosos, que resultan ideales para la decoración de espacios minimalistas de estilo nórdico, donde la piedra suave se erige como la auténtica protagonista.

La colección *Riverside* también se encuentra disponible en un acabado antideslizante, una alternativa que permite conseguir transiciones perfectas entre interior y exterior, manteniendo la estética y continuidad del material sin

renunciar a la seguridad y a la funcionalidad de este material en espacios y zonas ubicadas al aire libre.

'MELBOURNE', NUEVO REVESTIMIENTO

De igual manera, Grespania dio a conocer en la feria Coverings 2025 la colección *Melbourne*, que está inspirada en la robustez y la versatilidad del cemento piedra. Esta propuesta combina una gráfica neutra con detalles sutiles y ligeros destonificados, creando una textura visualmente enriquecida que aporta profundidad y carácter.

La colección, que nació en porcelánico para interior y exterior gracias a su acabado antideslizante, se complementa ahora con un revestimiento en pasta blanca en los formatos 45x120, 30x60 y 25x40 centímetros y se presenta en los colores marfil, taupe, blanco y gris.

Melbourne se adapta a una amplia gama de estilos interiores y exteriores, desde *lofts* industriales hasta espacios residenciales elegantes, dotando de esta manera a los espacios de amplia versatilidad decorativa mediante diferentes relieves trabajados sobre las piezas bases.

'CANELA ROMA', LA ESENCIA DEL MÁRMOL

Inspirada en la esencia del mármol, la colección *Canela Roma* destaca por su tonalidad cálida, enriquecida con vetas rojizas y marrones que evocan la belleza del mármol mate. Gracias a la innovadora *CarvedTechnology*, esta serie ofrece una textura sutil al tacto que eleva la experiencia sensorial.

Disponible en numerosos formatos para porcelánico, la colección *Canela Roma* presenta como novedad en Coverlam el formato 1600x1600 milímetros, con 8 milímetros de espesor. También disponible en Coverlam Top para encimeras de cocina. *Canela Roma* es la solución adecuada para quienes buscan un estilo atemporal con un toque moderno y la esencia de la naturaleza.



GRESPANIA

COVERLAM | COVERLAM TOP | BELLACASA



grespania.com



Los premios que organiza 'Mediterráneo' culminarán el 26 de junio en la gran gala de la economía de Castellón. En la imagen, los ganadores en la última ceremonia, desarrollada en mayo del 2024.

El azulejo, representado en los premios Empresa del Año

En la relación de 17 finalistas figuran **Equipe Cerámicas, Colorobbia, Grupo STN, Naitives y Orbelgrupo**

Los premios Empresa del Año, las distinciones económicas más prestigiosas de Castellón, ya tienen listado de firmas finalistas de su 28ª edición. El certamen, que organiza Mediterráneo y que ha estado abierto desde el mes de marzo a compañías de toda la provincia, entra ahora en su fase decisiva después de la selección de las 17 mejores aspirantes por parte del jurado técnico de especialistas que es quien otorga los galardones.

Las 17 firmas finalistas son: Abervian (ingeniería e innovación tecnológica); Accésit Inclusivo (software para accesibilidad digital); ActualMed (sistemas radiológicos); Arkadia Space (sector aeroespacial); Basetis (consultoría tecnológica); Cebimat (laboratorio de innovación ecológica); Colorobbia (sector químico); Equipe Cerámicas (fabricación de azulejos y baldosas cerámicas); Grúas Tomás (grúas y transportes especiales); Grupo STN (recubrimientos cerámicos); Momoven (motor); Naitives (desarrollo e implementación de IA en impresión y diseño industrial); Naturem la Cooperativa de Burriana (agricultura y servicios); Orbelgrupo (industria y servicios); Q.Ido (cuidados a domicilio de personas mayores); Respira Comunicación (marketing, comunicación y eventos); y Rototom Sunsplash (festival de música).

Esta relación de compañías ejemplifica tanto la diversificación como el grandísimo potencial del tejido económico de



Parte de los profesionales que integran el jurado técnico de la convocatoria económica.

Castellón, con compañías referentes en sectores tradicionales como la agricultura y la cerámica; y en otras actividades de nuevo cuño vinculadas a la tecnología de última generación.

LAS CATEGORÍAS DEL CERTAMEN

Las mencionadas 17 firmas competirán por alzarse el 26 de junio con los galardones en las ocho categorías que selecciona

el jurado: Empresa del Año, 2024, Calidad, Iniciativa-Expansión, Medio Ambiente, Responsabilidad Social, I+D+i, Recursos Humanos y Joven Empresa. Mediterráneo otorgará también un galardón a la Trayectoria Empresarial.

El anuncio de todos los galardones se realizará en la gala de la economía en el Auditori i Palau de Congressos de Castelló ante una amplia representación

de la empresa, la sociedad y la política.

El jurado de especialistas de esta edición está integrado por representantes de las conselleries de Hacienda y Economía, y de Agricultura, Ganadería y Pesca. Junto a ellos, expertos de la Universitat Jaume I, del Colegio de Economistas, Turisme Comunitat Valenciana, PortCastelló, Cajamar, CaixaBank, Banco Sabadell, la Cámara de Comercio de Castellón, Telefónica, la

Los ganadores se anunciarán durante la gala de la economía que se celebrará el 26 de junio en el Auditori de Castelló

patronal cerámica Ascer, Consell Social de la UJI, CEV, CEEI, AS Notarios y el periódico Mediterráneo.

En la última edición Andacar 2000 fue la compañía seleccionada como Empresa del Año; y Facsa mereció la distinción de Trayectoria. Las restantes firmas condecoradas fueron AirBiometrics (I+D+I); Cuatroochenta (Recursos Humanos); Restaurante Atalaya (Calidad); Inversiva (Joven Empresa); Grupo Consulmar (Medio Ambiente); Naria (Compromiso Social) y, finalmente, Hoteles RH (Iniciativa-Expansión).

Nueva lámina de desolidarización autoadhesiva

'Schlüter-Ditra-PS' agiliza la instalación y consigue reducir el empleo de materiales

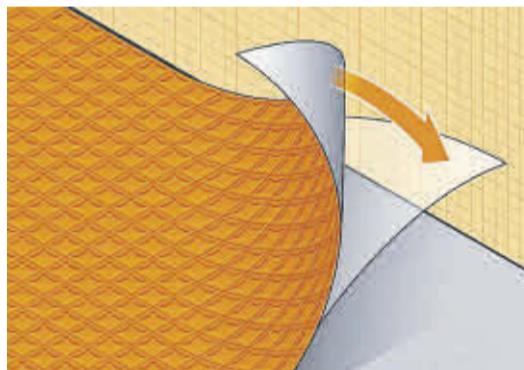
Con la lámina de desolidarización *Schlüter-Ditra*, Schlüter-Systems ofrece desde hace décadas una solución para evitar deterioros en la colocación de cerámica, con lo que ha creado un referente en el sector. La compañía avanza y da un paso adelante y, a partir de ahora, ya está disponible en el mercado una versión autoadhesiva de la lámina, que se puede colocar rápidamente y sin necesidad de emplear adhesivos.

Con la nueva lámina *Schlüter-Ditra-PS*, Schlüter-Systems ofrece una nueva solución práctica para la rápida desolidarización de soportes. Gracias a su geotextil autoadhesivo, la lámina se puede colocar directamente sobre soportes idóneos. PS son las siglas de *Peel & Stick*, es decir, pelar y pegar. Esta técnica ahorra tiempo y también materiales, ya que no es necesaria la capa de adhesivo por debajo de la lámina. Además, esta versión de la lámina *Ditra* se puede recolocar fácilmente durante su instalación, siempre que no se haya presionado aún sobre el soporte.

Este modelo, al igual que sus predecesores también desolidariza los recubrimientos de cerámica y de piedra natural del soporte con la misma garantía que la clásica lámina *Ditra*. Además, la lámina de polipropileno es impermeable, transmite posibles cargas directamente al soporte y favorece el equilibrio de la presión de vapor. Finalmente, la nueva lámina *Schlüter-Ditra-PS* cuenta con las funciones *Easyfill* y *Easycut*, que facilitan la aplicación del adhesivo y permiten cortar la lámina sin esfuerzo al tamaño requerido en la obra.



La nueva lámina 'Ditra-PS' desolidariza cerámica y piedra natural con la misma garantía que la clásica 'Ditra'.



Gracias al geotextil autoadhesivo, ahora no es necesaria la capa de adhesivo por debajo de la lámina.



La lámina 'Ditra-PS', de Schlüter-Systems, se encuentra disponible en rollos y, por primera vez, también en placas.



La nueva adherencia



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 nodulos 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

Emac instala en València el nuevo 'BuildingEye system'

El edificio municipal Las Naves es el primero que incorpora la **solución pionera** desarrollada por la firma



El edificio Las Naves, donde se ha habilitado el sistema para prevenir patologías estructurales y evitar el deterioro acelerado de los inmuebles.

Monitorizar en tiempo real la salud de las estructuras de los edificios ya es posible. La compañía valenciana Emac Grupo lo ha hecho realidad, instalando por primera vez su sistema tecnológico *BuildingEye system* (BES) en las instalaciones municipales de Las Naves, en València, desde donde el Ayuntamiento desarrolla la estrategia València Innovation Capital. Esta solución inteligente envía datos en tiempo real sobre el estado y comportamiento de las juntas estructurales, una información que permite evaluar la salud estructural del edificio, detectando cualquier anomalía de manera preventiva para una gestión eficiente y sostenible.

«Este sistema permite prevenir patologías estructurales de forma temprana para evitar un deterioro acelerado que pueda afectar a la estabilidad y seguridad de la estructura del edificio», explica Carlos Muñoz, director de Innovación y Sostenibilidad en Emac Grupo. *BuildingEye system*, no solo prolonga la vida útil de los edificios, sino que también «optimiza recursos, reduciendo la necesidad de reparaciones costosas e imprevistas», añade.

Las Naves de Valencia han sido el escenario escogido para la puesta en marcha de esta innovación, que se aplica mediante la instalación de unos pequeños sensores capaces de enviar información en



'BuildingEye system' se encarga de medir en tiempo real la salud estructural de los edificios.

tiempo real. Emac Grupo ha desarrollado el sistema tras cuatro años de investigación junto a la Universidad Politécnica de Valencia y con el apoyo del ayuntamiento de la ciudad a través de València Innovation Capital, una estrategia que tiene como objetivo reunir a todos los agentes del ecosistema de innovación y emprendimiento tecnológico de Valencia para trabajar hacia un futuro sostenible y tecnológicamente avanzado.

Paula Llobet, concejala de Turismo, Innovación y Captación de Inversiones del Ayuntamiento de València, ha puesto en valor esta colaboración: «Este proyecto es un ejemplo claro de cómo la innovación tecnológica y la colaboración público-privada pueden convertir a València en un referente de sostenibilidad y eficiencia. Desde Las Naves y la estrategia València Innovation Capital, seguimos apostando por soluciones que

no solo mejoran nuestras infraestructuras, sino que también generan conocimiento y nuevas oportunidades para nuestras empresas y universidades».

GEMELO DIGITAL PARA EL CONTROL ESTRUCTURAL

BuildingEye system (BES) es el primer sistema de medición de juntas estructurales que utiliza tecnología del Internet de las Cosas (IoT) para crear un gemelo digital del edificio, proporcionando un histórico de datos sobre su comportamiento. «BES es una herramienta que contribuye a la sostenibilidad a largo plazo de los edificios gracias a su monitorización continua e integración completa en edificios *smart*. Es una herramienta aliada de ingenieros y arquitectos para la gestión y mantenimiento de infraestructuras», expresan desde Emac Grupo.

La instalación del *BuildingEye system* consiste en la colocación estratégica de unos nodos de medición en las juntas estructurales de los edificios para registrar datos en tiempo real como movimientos estructurales, temperaturas, humedad relativa, inclinaciones y vibraciones. En el caso de Las Naves se han instalado en las cuatro pasarelas del edificio. Esta información se registra en un nodo central que envía la información a la plataforma digital *BuildingEye system* que crea un gemelo digital del edificio. Esta representación virtual está compuesta por gráficas de los parámetros medidos, un modelo 3D del edificio que alerta si se supera cualquier umbral establecido en cada punto de medida.

LA I+D COMO SEÑA DE IDENTIDAD

Emac, dirigida por Emi, Nuria y Laura Boix, está presente en más de 100 países y aboga por el diseño, la sostenibilidad y la innovación en todas sus soluciones para el sector de la construcción. Con *BuildingEye system*, da un paso hacia delante hacia la innovación tecnológica con la digitalización, la monitorización y el análisis de las construcciones y su integración en edificios inteligentes para la toma de decisiones más eficientes.

BuildingEye system ha cobrado protagonismo en las recientes ediciones de Cevisama y Coverings (EEUU) con otras soluciones como la colección *Eclipse Sunset*, *Novojunta 3 PVC* en transparente y *Novoescuadra* y *Novosepara Mini en Oro Royal*. Cabe recordar que la firma es líder en innovación con más de 120 registros protegidos, que incluyen modelos, diseños, marcas y materiales exclusivos de formulación propia. Entre ellos destacan Maxi, material sostenible que incorpora fibras vegetales en su composición; y Astra, polímero de alta resistencia que se adapta a cualquier entorno.



Más información:

Escanea el código QR para acceder al vídeo de la instalación en la página web de El Periódico del Azulejo

Rubi, un paso más en corte eléctrico

La nueva '**DT-250 Max**' destaca por su elevada potencia, diseño compacto y facilidad de transporte

Rubi, especialista mundial en soluciones para el corte e instalación de cerámica, presenta la nueva *DT-250 Max*, una cortadora eléctrica de mesa (*table saw*) que se caracteriza por ser compacta y ligera (45 kilogramos), ideal para acabados y reformas.

Con esta nueva herramienta, Rubi continúa fortaleciendo su estrategia de ofrecer «soluciones motorizadas de alto rendimiento dentro de la gama de cortadoras eléctricas ligeras». La nueva *DT-250 Max* destaca por su alta potencia (1800W), proporcionando un corte rápido y preciso con un control de velocidad sencillo. Está recomendada «para cortes intensivos en húmedo de cerámica, porcelánico, piedra, vidrio y materiales para paisajismo», indican desde Rubi.

La nueva *DT-250 MAX* es una cortadora eléctrica que incorpora una mesa



La DT-250 MAX es la cortadora eléctrica de mesa más compacta y potente de su categoría.

grande y unas extensiones laterales que proporcionan un amplio soporte y montaje rápido para trabajar con azulejos de hasta 125x125 cm. Además, la nueva *DT-250 Max* ofrece también un efecto tronzoadora, así como cortes en inglete a 0°, 22,5° y 45°, que permiten acabados limpios y 100% profesionales en el trabajo con piezas de gran formato.

PORTABILIDAD

Una de las grandes ventajas de la nueva cortadora DT-250 MAX es su sobresaliente portabilidad. Gracias a sus ruedas integradas y mangos plegables, «permite un

El modelo ofrece efecto tronzoadora y cortes en inglete, y una mesa de soporte para trabajar con azulejos de hasta 125x125 cm

montaje y desmontaje rápido, facilitando tanto el transporte como su uso en espacios reducidos o de difícil acceso».

A esta practicidad se suma el compromiso de Rubi con la salud y la seguridad del profesional, por ello este modelo «sigue ofreciendo el sistema *Zero Dust*, una avanzada gestión de agua, con depósito de hasta 19 litros, una innovación que asegura un entorno de trabajo seguro y libre de partículas de polvo y agua»



NOVEDAD

DT-250 MAX

CORTE RÁPIDO PARA EL EXTERIOR

- 1 Corte intensivo en húmedo ideal para cerámica, porcelánico, piedra y materiales para paisajismo. La solución perfecta para profesionales que buscan un **corte rápido y preciso para exteriores**, con efecto tronzoadora y cortes en inglete, y una gran mesa de soporte que permite trabajar con azulejos de hasta 125x125 cm.
- 2 Su avanzada gestión de agua, con depósito de hasta 19 L, incluye el sistema **ZERO DUST**, una innovación que asegura un entorno de **trabajo seguro y libre de partículas de polvo y agua**.
- 3 Una cortadora eléctrica compacta y potente, ideal para realizar el corte perfecto allá donde lo necesites.

rubi.com



Como retos para los próximos ejercicios, Nuppec anticipa su apuesta por la innovación, la expansión de sus infraestructuras y la implementación de alternativas de transporte más sostenibles y eficientes.

Nuppec celebra 25 años como referente logístico

La empresa ha evolucionado hasta convertirse en un aliado para numerosas firmas nacionales e internacionales, muchas de ellas del **sector cerámico**

La empresa Nuppec, especializada en transporte y logística, celebra su 25º aniversario, reafirmando su compromiso con la innovación, la eficiencia y el desarrollo del sector. Con el lema *Transportando Progreso*, la compañía conmemora durante estas semanas su primer cuarto de siglo de trayectoria, un recorrido marcado por su crecimiento sostenido y por su capacidad de adaptación a los sucesivos retos del mercado global.

Desde su fundación en abril del año 2000, Nuppec ha evolucionado hasta convertirse en un aliado estratégico para numerosas empresas nacionales e internacionales, muchas de ellas del sector cerámico de Castellón, con soluciones logísticas que combinan tecnología, sostenibilidad y excelencia operativa.

Desde sus inicios, Nuppec ha apostado por la digitalización y la optimización de procesos para mejorar la eficiencia de su servicio, convirtiéndose en un referente del sector. La firma ha experimentado un crecimiento significativo, ampliando su flota, diversificando sus servicios y expandiendo su presencia en el mercado internacional.

Entre sus principales hitos como compañía destacan:

1. Expansión de su red logística a nivel nacional e internacional.

2. Incorporación de tecnología avanzada para la optimización de las rutas y



La empresa de Vila-real conmemora su medio siglo de trayectoria como especialista en soluciones logísticas que combinan tecnología y sostenibilidad.

la eficiente gestión de flotas.

3. Compromiso con la sostenibilidad, reduciendo su huella de carbono con vehículos más eficientes.

4. Reconocimiento del sector, consolidándose como un operador clave en el transporte y la logística.

De cara a los próximos años, Nuppec continuará apostando por la innovación,

la expansión de sus infraestructuras y la implementación de soluciones logísticas más sostenibles y eficientes.

COMPROMISO CON LA EXCELENCIA

«Nuestro compromiso es seguir evolucionando y ofreciendo soluciones de transporte que respondan a las necesidades de un mundo en constante cambio.

Seguiremos apostando por la I+D+i, la sostenibilidad y la excelencia en el servicio», afirma Miguel Esteve, director general de la compañía.

Con este 25º aniversario, Nuppec reafirma su «posición como líder en el sector, con la mirada en el futuro y en seguir transportando progreso para nuestros clientes y colaboradores».

Grupo BdB facturó un

23% más en el año 2024

La central incorporó el pasado año **55 nuevas firmas asociadas** y **80 nuevos puntos de venta**, cifra récord

Gruppo BdB obtuvo una facturación agrupada de 620 millones de euros en 2024, un 23% más que el ejercicio anterior. Estos resultados de la central, con sede nacional en Nàquera (Valencia), se deben, entre otras cosas, a las 55 nuevas incorporaciones de empresas asociadas y 80 nuevos puntos de venta en 2024, lo que supone una cifra récord de crecimiento del 18% respecto al ejercicio anterior. Y suma, a día de hoy, un total de 340 empresas asociadas y 437 puntos de venta.

Además de su crecimiento en asociados, Grupo BdB realizó 230 promociones y compras conjuntas que ayudaron a mejorar, aún más, las condiciones de compra BdB para los asociados, lo que se ha traducido también en un aumento del 17% en compras a proveedores homologados respecto a 2023. Estos datos vienen avalados, también, por el fomento de la marca propia en cerámica, con el impulso de su marca Kenda, y el lanzamiento de 36 nuevas referencias en 2024. Y en la categoría de baño, a través de su gama de platos de ducha y muebles de baño, con la marca Lliro.

La central, que inició su expansión en Portugal en 2023, y en 2024 consiguió un crecimiento de 10 empresas asociadas y 17 puntos de venta, prevé consolidar su proyección en el país vecino en 2025, tal y como ha explicado el director general de Grupo BdB, José Durá.

La otra gran zona de expansión, fuera de la península, donde ha logrado un notable crecimiento fue en Canarias. En concreto, en Las Palmas, Grupo BdB cre-



El director general de Grupo BdB, José Durá, destaca la actual evolución positiva del sector.

ció en 8 empresas asociadas en 2024, y cuenta con un total de 15 asociados y 24 puntos de venta en las islas.

UN MERCADO EN CRECIMIENTO

Estos datos, tal y como ha destacado el director general de Grupo BdB, José Durá, «muestran que el sector de la construcción, y de los materiales de la construcción, está creciendo, y que BdB es una de las centrales de compras de productos y servicios de la construcción más potentes a nivel nacional».

En este mismo sentido, Durá ha señalado que a lo largo del año 2025 «continuaremos consolidando nuestra expansión en Portugal y en Canarias donde se acaba de incorporar un nuevo delegado de zona en Las Palmas».

Además, en este ejercicio 2024, la central ha realizado un impulso en materia de Responsabilidad Social Corporativa. Así, ha colaborado en distintas iniciativas como el trabajo realizado junto a La Caixa, donde, a través de una donación, se ha contribuido a la vacunación infan-

til en países necesitados. Y también con una donación a la Asociación Española Contra el Cáncer y en la Marcha Contra el Cáncer de Valencia, donde parte del equipo de la central participó en una jornada señalada en la que ayudaron a recaudar más de 90.000 euros

MÁS ACCIONES SOLIDARIAS

Y en un año marcado por la DANA en su entorno más cercano, la central colaboró con numerosas empresas asociadas, marcas homologadas y autoridades para

La cadena suma ya 340 empresas y 437 puntos de venta. Portugal y Canarias son dos de sus áreas de expansión

lograr la logística necesaria para llevar material apropiado para la limpieza de hogares y negocios de la zona afectada por la DANA. El Grupo colabora además con el colegio Nuestra Señora de los Desamparados de Nazaret en Valencia, donde estudian niños y niñas en riesgo de exclusión social.

El prisma sostenible también ha sido un valor diferencial para la central durante 2024, ya que ha estado presente en sus procesos. Tanto es así que ha conseguido el nivel plata en el Sello de Compromiso con la Sostenibilidad y la economía circular de Andimac, auditado durante el año 2024.



El equipo directivo de BdB, con José Durá al frente. A la derecha, la entrada de las instalaciones de Feria Valencia, donde la compañía celebró durante dos días su encuentro anual BdB Meeting.





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