

La economía de Castellón premia a Grupo STN y Smalticeram

el Periódico del

Azulejo

Argenta compra la mayoría accionarial de Mercury Cerámica

DIRECTOR: ÁNGEL BÁEZ CALVO
JUNIO Y JULIO DEL 2025

NÚMERO 286
www.elperiodicodelazulejo.es

C

ontrastes romáticos

Espacio Dos vidas en un baño, de Jacob Delafon y Lieve Studio, con cerámica de Cevica (Casa Decor 2025).



Sumario

Tema del mes

Páginas 4 y 5



Castellón reconoce el potencial del **azulejo**

Industria

Página 11

Grupo Pamesa crea una nueva área interna

Colocación Cerámica

Página 20

Emac sublima la luz indirecta en decoración

Distribución

Página 23

La expansión de BdB

Diseño

Página 14



Casa Decor anticipa las futuras tendencias

Director: Ángel Báez Calvo. Jefa de Ediciones Especiales: Eva Colom. Coordinación y Redacción: Javier Cabrerizo. Diseño: José Martos. Fotografía: Manolo Nebot, Gabriel Utiel, KMY Ros y Toni 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 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



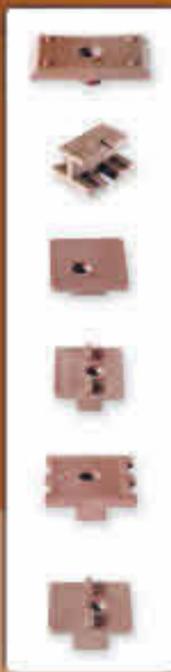
SECTOR ENTARIMADOS

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



NUEVO

LIZABAR
PLASTICS s.l.

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



Foto de familia de los ganadores en todas las categorías del certamen y las autoridades presentes en la gala celebrada el 26 de junio en el Auditori i Palau de Congressos de Castelló.

Grupo STN y Smalticeram brillan en Empresa del Año

Equipe Cerámicas, otra de las firmas premiadas en los prestigiosos galardones económicos de **Mediterráneo**

Grupos STN y Smalticeram fueron los nombres que más brillaron en la ceremonia de entrega de los Premios Empresa del Año, organizados por el periódico **Mediterráneo** el pasado 26 de junio. La gran gala de la economía, celebrada en el Auditori de Castelló, reunió a 400 representantes de la esfera económica, política y social con el apoyo de Telefónica y À Punt (patrocinadores globales), Reciplasa, Simetría, Huhtamaki, UBE, Porcelanosa Grupo, Ambulancias CSA, Honda y bp.

El presidente y la vicepresidenta de Prensa Ibérica, Javier Moll y Arantza Sarasola, junto al consejero delegado del grupo, Aitor Moll, ejercieron de anfitriones de la velada, acompañados por Andrés Sánchez, director general de Prensa Ibérica en la Comunitat, Murcia y Andalucía, y Juan Ramón Gil, director editorial en esos mismos territorios. Todos ellos estuvieron arropados por el equipo de **Mediterráneo**, encabezado por su director, Ángel Báez.

En una noche llena de emociones, los principales reconocimientos recayeron en dos referentes industriales: Grupo



Ricardo Aparici, copropietario de Grupo STN, compañía que se alzó con el premio Empresa del Año 2024, con el presidente y la vicepresidenta de Prensa Ibérica, Javier Moll y Arantza Sarasola.

STN, galardonado como Empresa del Año 2024, y Smalticeram, condecorada con la distinción a la Trayectoria.

En el caso de Grupo STN, el jurado de la prestigiosa convocatoria destacó su posicionamiento como el mayor productor de recubrimientos cerámicos de Europa, su capacidad innovadora y su apuesta por la exportación. Su propietario, Ricardo Aparici, recogió la condecoración y recibió el aplauso de todo el tejido económico castellanense.

Lo que comenzó como un pequeño proyecto cerámico en Nules en los años 70 se ha convertido hoy en una referencia industrial. «El camino ha sido mucho más que una trayectoria: ha sido el recorrido vital de su fundador, don Ricardo Aparici Miralles, cuya filosofía se resumía en *crear, pensar, atreverse y suerte*, y que ha guiado cada etapa del proyecto», tal y como expresó Ricardo Aparici.

Por su parte, Smalticeram recibió el homenaje por parte de **Mediterráneo**. En este caso fue Fernando Tomás, director general de Smalticeram España, quien recibió la distinción junto a David Moreno, director financiero de la firma. Tomás relató que «el proyecto comenzó con un pequeño equipo de profesionales, pero con grandes expectativas y ganas de aprender». «Desde entonces, con mucho esfuerzo y confianza, fuimos creciendo, evolucionando y hoy nuestra planta en



Fernando Tomás, director general de Smalticeram España, en su parlamento.



FOTOS: GABRIEL UTIEL, TONI LOSAS Y KMY ROS

El director de 'Mediterráneo', Ángel Báez, con la representación de Grupo STN en la ceremonia de los galardones.



Joaquín Pitarch y Carmen Campillo, de Equipe Cerámicas, con Andrés Sánchez (Prensa Ibérica).



Smalticeram, distinguida en la categoría de Trayectoria Empresarial. En la imagen, David Moreno, director financiero de la firma, y Fernando Tomás, con Javier Moll, presidente de Prensa Ibérica.



Los integrantes del jurado principal que, reunidos antes de la gala, decidieron el cuadro de honor de la convocatoria.



Grúas Tomás recibió la distinción de Calidad de manos de Marta Barrachina.

Entre las finalistas del certamen también figuraban compañías vinculadas al sector como Orbelgrupo, Naitives y Colorobbia

Onda es el principal centro industrial del grupo, concentrando la mayor parte de inversiones y apostando por la fabricación local, evitando la deslocalización», expresó. Asimismo resaltó que «Smalticeram, más que nunca, se pronuncia con E de España» y recaló que «nos preciamos de ser una empresa que diseña y fabrica esmaltes, tintas y productos matéricos para la decoración de

azulejos, pero somos una compañía que construye relaciones y apuesta por las personas».

Tomás introdujo en la ceremonia un vídeo sobre los 25 años de Smalticeram y enfatizó el valor de «las personas que dan vida a nuestra empresa; a nuestros empleados, gracias por la dedicación, talento y pasión. Sois el alma de Smalticeram España». También brindó el reconocimiento «a nuestros clientes y partners, quienes con nuestro equipo forman parte del camino que hemos recorrido; si algo hemos aprendido durante estos 25 años es que podemos ser simplemente mejores».

EL CUADRO DE HONOR COMPLETO

Junto a los dos galardones principales, la edición de este año ha visibilizado el trabajo de empresas de distintos sectores y tamaños que destacan por su diferenciación, compromiso social y expansión. En total, se entregaron premios en siete categorías más y dos menciones especiales. En la categoría de Joven Empresa, la distinción recayó en Accesit Inclusivo;

firma emergente que combina tecnología y responsabilidad integradora.

En el apartado de I+D+i, la premiada fue ActualMed, ejemplo de cómo la innovación en el ámbito de la salud y la tecnología puede generar un impacto económico y social significativo. El premio a la Iniciativa y Expansión Empresarial ha sido para Momoven, que ha revolucionado el mercado de alquiler de motos de gran cilindrada; el de Medio Ambiente para Equipe Cerámicas por sus políticas activas de sostenibilidad energética.

El jurado también decidió condecorar en Recursos Humanos a Basetis, que ha sabido construir un modelo de gestión centrado en el bienestar, la formación y la fidelización del talento; en Calidad a Grúas Tomás, con 50 años de andadura como referente en maniobras con grúas industriales; y en Compromiso Social a Q.Ido, por su apuesta por la inclusión, la responsabilidad corporativa y su implicación en el desarrollo comunitario.

En la gala también se otorgaron dos menciones de honor: a Arkadia Space, referente aeroespacial; y a Naturem La

Cooperativa de Burriana, por su modelo innovador en el sector agroalimentario.

El jurado de especialistas de esta edición ha estado integrado por representantes de tres consellerías de la Generalitat Valenciana. Y 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, Ascer, Aeropuerto de Castellón, Consell Social de la UJI, CEV, CEEI, APS Notarios y **Mediterráneo**.

Aunque no obtuvieron ninguno de los reconocimientos, también fueron finalistas del certamen Abervian, Cebimat, Colorobbia, Naitives, Orbelgrupo, Respira Comunicación y Rototom.



Más información:

Escanea el QR para visitar la GALERÍA DE FOTOS de la ceremonia en la página web www.elperiodicodelazulejo.es

Tile of Spain

confía en la feria de Italia

Más de 120 compañías españolas ya preparan su presencia en **Cersaie**

La feria de Cersaie es la muestra comercial hegemónica para la industria cerámica internacional. Lo ha sido en los últimos años y ahora más después del cambio de formato de Cevisama, que ha perdido su independencia para integrarse dentro de la oferta de Hábitat Valencia.

Ante su próxima edición, el evento italiano, que se celebrará del 22 al 26 de septiembre en BolognaFiere, contará con la participación confirmada de más de 120 compañías españolas, en lo que será la mayor delegación foránea en la convocatoria. Estarán presentes fabricantes cerámicos, esmalteras, proveedores de maquinaria, de perfilería, de diseño de

estands y de complementos. En total, la muestra contará con 524 expositores de todo el mundo. Desde hace meses ya está reservada toda la superficie comercial que este año, como novedad, alcanza los 155.000 metros cuadrados, 10.000 más en comparación a la edición de 2024.

La feria ha reorganizado su distribución interna: ocho pabellones albergarán a las firmas especializadas en recubrimientos cerámicos y cuatro pabellones — uno más que en el pasado ejercicio— se dedicarán al mobiliario de baño, situados en puntos clave del recinto. Los pabellones 31 y 32 acogerán nuevas categorías de productos, como madera y mármol, junto con acabados para interiores



El certamen abrirá sus puertas en Bolonia entre el 22 y el 26 del próximo mes de septiembre.

La feria suma 10.000 metros cuadrados adicionales y alcanza la cifra de 155.000

y exteriores. Las *start ups* tecnológicas al servicio del sector de la construcción contarán con una zona específica en el Pabellón 37. Otra novedad es el Pabellón 19, que ofrecerá una superficie de exposición ampliada para la Città della Posa (la Ciudad de la Colocación) y empresas especializadas en la instalación de superficies de cerámica, cuya importancia en la industria cerámica es cada vez mayor.

También hará su debut en Cersaie 2025 el Bagno Architettura Lounge-Let's Talk, ubicado en las Galerías 21 y 22 y comisariado por Angelo Dall'Aglio y Davide Vercelli. Esta instalación complementará el programa cultural de la feria, que incluirá conferencias magistrales en el Palazzo dei Congressi, mientras que The Square, en el Centro de Servicios, seguirá acogiendo ponencias de arquitectura y diseño, así como la rueda de prensa internacional.

Empresas españolas en Cersaie 2025

Información facilitada por Cersaie a fecha a 12/06/2025

AB (AZULEJOS BENADRESA)	CEVICA	ETILE / ELAM	LIFE CERÁMICA	PURE CERAMICS
ACQUABELLA	CIFRE CERÁMICA	EUROSHRINK	LIVINGCERAMICS	RAMONSOLER
ADEX	CODICER95	EXAGRES	MAINCER	REALONDA
ALAPLANA	COLORKER	EZARRI MOSAICO	MAINZU	REVI GLASS
ALTTTOGLASS GROUP / COBSA & ALTTTOGLASS	COLORONDA	FABRESA	MAYOLICA	ROCA TILES
ALUMÁCER COMPLEMENTOS	COYCAMA	FANAL CERÁMICAS	MERCURY CERÁMICA	ROCERSA
AMADIS FINE TILES	CRISTACER	FERRO IBERIA SPECIALITIES	METROPOL	ROSAGRES
APARICI	DA VINCI CERÁMICA	FRITTA	MONOPOLE CERÁMICA	RUBI
APAVISA PORCELÁNICO	DECOCER	GAYAFORES	MYKONOS CERÁMICA	SALGAR
APEGRUPO	DOGA	GEOTILES	NADIS DESIGN	SIGMADIAMANT
ARCANA CERÁMICA	DREAMTILE	GME DIVISION BAÑOS	NANDA TILES	SQUAMERS MOSAIC
ARGENTA CERÁMICA	DREVEX CERAMICS	GRES ARAGÓN	NATUCER	STN CERÁMICA
ARKAIS-LLAC	DUNE CERÁMICA	GRESMANC GROUP	NAVARTI	SUPERCERAMICA
ASCALE	DURSTONE	GRES PANIA	NAXANI DESIGN	TAU CERÁMICA
AZTECA	ECOCERAMIC SPAIN	GRUPO GRECO GRES INTERNACIONAL	NEW TILES	TOGAMA
AZULEV	EL BARCO	GRUPO PUMA	NITIDA INNOVATION	UNDEFASA
AZUVI	EL MOLINO -HIJOS DE CIPRIANO	GURÚ - WATERPROOFING PRODUCTS	OLIVIA TILES	VENUX
BALDOCER	CASTELLO ALFONSO-	HALCÓN CERÁMICAS	ONIX	VERNIS
CALDIA CERAMICS	EMAC GRUPO	HARMONY	PAMESA	VIDREPUR
CERACASA	EMIGRES	HIDROBOX	PERONDA GROUP	VIDRES
CERÁMICA MAYOR	EMOTION CERAMICS	INSCA	PLASDECOR	VITACER
CERÁMICA RIBESALBES	EQUIPE CERÁMICAS	ITT CERAMIC	PORCELÁNICOS HDC	VIVES AZULEJOS Y GRES
CERÁMICA VILAR ALBARO	ESMALGLASS-ITACA	KERABEN	PORCELANOSA	WOW DESIGN
CERLAT	ESMALTES	KTL CERÁMICA	PRISSMACER CERÁMICA	XIETA INTERNATIONAL
	ESTUDIO CERÁMICO	LA PLATERA	PROCONCEPT	YOUNEXA

TU ALIADO EN COMPETITIVIDAD

GANA EN TUS COMPRAS

Con beneficio directo en tu cuenta de resultados.

GANA CLIENTES Y VENTAS

Con herramientas a tu disposición para vender más.

GANA EN APOYO EN LA GESTIÓN

Con prestaciones de una gran empresa.

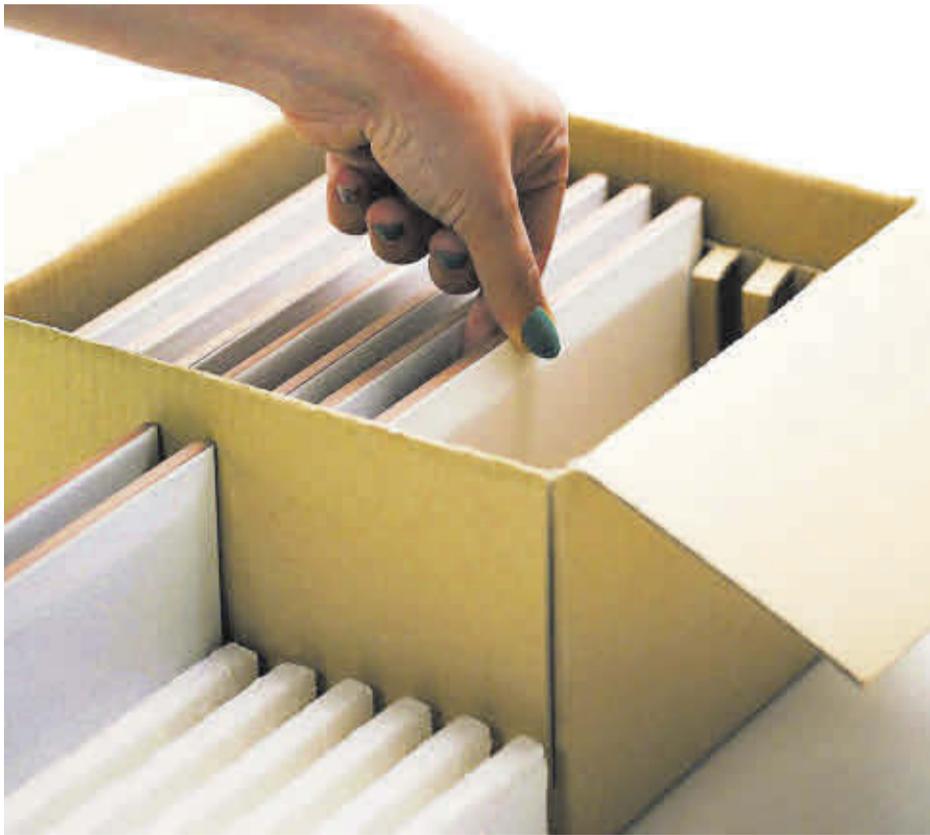


*Tu tienda especialista
en construcción* —

APUESTA SEGURA

ÚNETE A GRUPO BdB, CENTRAL DE COMPRAS Y SERVICIOS

T. 96 160 98 12 • www.grupodb.com



Grupo La Plana se ha convertido en un referente dentro del sector de la fabricación de envases y embalajes de cartón ondulado y compacto, y en un aliado estratégico del clúster cerámico.

Grupo La Plana **lanza**

dos soluciones sostenibles

Presenta dos desarrollos innovadores de embalaje en cartón ondulado para la **industria cerámica**, diseñados para reemplazar al tradicional EPS

Dentro del mundo de la logística especializada en la industria cerámica, todos los detalles cuentan cada vez más. En estos momentos ya no solo se trata de proteger el producto, sino de hacerlo de una forma eficiente, sostenible y responsable. Con ese objetivo Grupo La Plana presenta dos innovadoras soluciones de embalaje en cartón ondulado, diseñadas para reemplazar al tradicional EPS (porexpan) en la protección de piezas cerámicas: los estuches tope y los peines separadores.

El primero de estos dos desarrollos que ha lanzado al mercado la empresa castellanense, los estuches tope, son elementos de relleno diseñados a medida con el objetivo de ocupar los espacios vacíos en el paletizado industrial de paneles cerámicos.

Fabricados en cartón ondulado, estos componentes creados por Grupo La Plana sustituyen eficazmente al EPS, con lo que ofrecen «una alternativa más respetuosa con el medio ambiente sin comprometer la protección», reseñan desde la compañía con sede en Betxí.

Por su parte, los peines separadores permiten el aislamiento seguro de las piezas cerámicas dentro de cada caja, evitando fricciones y roturas durante el transporte del material. Este nuevo sistema en cartón ondulado reemplaza los



La compañía impulsa el ecodiseño y promueve la reducción de materiales y de residuos.

peines tradicionales de EPS con el plus de que «mantiene las propiedades de protección y aporta nuevas ventajas».

«Con estas dos soluciones de cartón ondulado, no solo mejoramos la protección del producto y la eficiencia operativa, sino que damos un paso firme hacia

un futuro más sostenible», indican desde la empresa castellanense especializada en *packaging*.

Asimismo destacan que «un aspecto fundamental de nuestra estrategia es impulsar la sostenibilidad desde la innovación, integrando prácticas que mini-

micen el impacto ambiental y fomenten la economía circular en todos los procesos de nuestra operativa diaria». Asimismo relatan que «estamos en constante búsqueda de materiales naturales y biodegradables, aplicando el ecodiseño y promoviendo la reducción de materiales

La firma crea tanto los nuevos estuches tope como los peines separadores para la protección de las piezas cerámicas

y de residuos. Estos esfuerzos reflejan nuestro compromiso con el desarrollo de soluciones de *packaging* sostenibles que respondan a las demandas de un mercado cada vez más consciente y responsable», manifiestan desde Grupo La Plana, al tiempo que reseñan que «creemos firmemente que innovar es la clave para liderar el futuro y generar valor real para nuestro entorno».

Grupo Argenta entra en el accionariado de Mercury

La firma adquiere la mayoría de acciones del fabricante con el fin de impulsar la producción de pequeño formato a través de la marca **Brick&More**

El Grupo Argenta ha formalizado durante el mes de junio la adquisición de la mayoría de las participaciones de Mercury Cerámica, compañía con sede en Onda y especializada en la producción de pavimentos y revestimientos de pequeño formato.

Las acciones compradas por parte de Grupo Argenta eran propiedad, hasta la fecha, de la familia Marco. «Esta operación estratégica se enmarca dentro del plan de expansión del grupo y permite potenciar aún más el pequeño formato dentro de su amplia oferta de productos cerámicos. Asimismo, la adquisición refuerza su posicionamiento como uno de los principales referentes del sector cerámico a nivel europeo», han argumentado desde Argenta en un comunicado.

Asimismo, la operación, según los compradores, «responde a la creciente demanda global y apuesta por una estructura de producción sólida que fortalece la competitividad de Grupo Argenta a largo plazo». «No en vano, bajo las marcas Argenta Cerámica, Cifre Cerámica, Azuvi y Zenon el Grupo Argenta ha desarrollado uno de los catálogos de superficies y soluciones cerámicas más amplios y versátiles, con una apuesta firme por la estética contemporánea, el diseño y la más estricta calidad», han recalcado.

La inversión en capacidad productiva en azulejos de pequeño formato refuerza



La operación de Mercury se enmarca dentro del plan de expansión del Grupo Argenta.

la posición de Brick&More, marca especializada en este tipo de producto e integrada en la estructura de Cifre Cerámica. En los últimos años, Brick&More ha logrado consolidar su reputación en regiones clave como Alemania, Francia, Reino Unido, Estados Unidos, Italia y España. «Con esta inversión, la marca podrá fortalecer y expandir su presencia en los principales mercados internacionales», han incidido.

Mercury acredita una trayectoria de más de 30 años dentro del sector cerámico y su integración supone «un salto cualitativo de primer orden y permite afianzar la estrategia empresarial de Grupo Argenta». «En primer lugar, refuerza su catálogo de productos con capacidad productiva propia y garantiza el crecimiento en líneas de producto de alto valor añadido. Además, optimiza y diversifica la estructura industrial del grupo

al tiempo que asegura la continuidad de una planta con una alta especialización técnica», han destacado.

Alejandro Navarro, director general de Grupo Argenta, ha expresado que «esta operación representa un paso natural dentro de nuestra hoja de ruta industrial. Mercury se integra perfectamente en nuestro ecosistema productivo, aportando un claro valor añadido: especialización, experiencia y una cartera consolidada que ahora podremos potenciar desde la estructura de Grupo Argenta». Asimismo, ha destacado que con esta compra «Grupo Argenta consolida su posición como uno de los grupos industriales de referencia en Europa», ha aseverado Navarro.

Por su parte, Gonzalo Marco, portavoz de la familia Marco, ha indicado que «confiamos plenamente en la capacidad del Grupo Argenta para seguir desarrollando esta línea de negocio con la misma dedicación que hemos mantenido durante décadas. Esta integración garantiza continuidad, innovación y apertura a nuevos mercados».

Enrique Cifre, CEO de Cifre Cerámica, ha valorado la integración como «un movimiento coherente con nuestra estrategia de crecimiento» y considera que «contar con una planta propia especializada permitirá que Brick&More continúe creciendo con autonomía e innovación desde la raíz del proceso productivo».

La maquinaria estudia impulsar un evento promocional propio

Como alternativa a **Cevisama 2026**

Asebec, la asociación que representa a buena parte de los fabricantes españoles especializados en maquinaria cerámica, da un paso al frente tras el anuncio de que Cevisama se integrará en 2026 como parte de Hábitat Valencia y perderá su independencia como convocatoria. El presidente del colectivo tecnológico, José Miquel, ha subrayado que «somos el subsector más perjudicado por el cambio de rumbo de la feria, ya que el nuevo formato plantea

do, llamado Cevisama Contract, hace inviable nuestra participación».

«Hay que tener en cuenta que nuestras soluciones son de tipología meramente industrial y no están enfocadas a la arquitectura ni al diseño, como sí lo hacen el resto de propuestas que conforman Hábitat Valencia y que atraen al grueso de visitantes que acuden cada año al certamen especializado en muebles e interiorismo de Feria Valencia», manifiesta José Miquel.



José Miquel es el presidente de Asebec, la asociación española que agrupa a las compañías especializadas en maquinaria cerámica.

Ante esta falta de encaje, Asebec va a trabajar en los próximos meses con la intención de encontrar la fórmula de generar un nuevo evento para dar a conocer las novedades de la maquinaria cerámica. Aunque el modelo, fechas y

lugar está pendiente de decisión por parte de la junta rectora de Asebec, Miquel sí adelanta que «podría desarrollarse físicamente dentro de la provincia de Castellón, aunque es una idea que todavía se encuentra en una fase muy inicial». «Queremos hacer una actividad de este tipo, porque con el adiós de Cevisama, la provincia de Castellón pierde muchas cosas», explica José Miquel.

En los próximos meses, los representantes del sector de la maquinaria van a plantear posibles escenarios «y ver si tenemos apoyos para que la tecnología española tenga una ventana al exterior», añade Miquel. Estos apoyos pasarían por encontrar una ubicación física adecuada, apoyo institucional y el respaldo de las propias empresas de Asebec dispuestas a participar.



Con esta nueva línea de embalaje automatizada, Kerlux ha conseguido garantizar una protección óptima de su suelo vinílico SPC durante toda la cadena logística, desde la planta hasta el cliente final.

Innova Group **equipa**

la nueva planta de Kerlux

El proyecto planteaba el reto técnico de encontrar un **sistema de embalaje** que se adaptara a las características específicas del suelo vinílico SPC

La firma Kerlux, perteneciente a la empresa Novalam Innovación, ha confiado en Innova Group para el diseño e instalación de una línea de embalaje automatizada en su nueva planta en Nules (Castellón). Esta planta está dedicada a la producción de suelo vinílico SPC, un producto innovador en el que Kerlux es el primer fabricante español especializado en este material.

Para responder a las necesidades de protección y estabilidad del producto, Innova ha desarrollado una línea de embalaje a medida, con sistemas de protección, sujeción y enfardado, que garantizan la seguridad del producto desde el final de línea hasta el punto de venta en múltiples canales de distribución.

La planta de Kerlux en Nules representa un avance en la industria de materiales de construcción, al especializarse en SPC (Stone Plastic Composite), un tipo de pavimento vinílico rígido que destaca por su resistencia, estética y facilidad de instalación, superando las prestaciones del vinilo tradicional.

Kerlux planteó el reto técnico de encontrar un sistema de embalaje que se adaptara a las características específicas del suelo vinílico SPC, que aunque se presenta en cajas, cuenta con dimensiones y pesos diferentes a los de otros productos como la cerámica. La prioridad era lograr una sujeción firme y una estabilidad total durante toda la logística nacional e internacional. A diferencia de la cerámica, el suelo SPC es más ligero y por tanto más susceptible a desplazamientos. Por ello, la solución debía centrarse en un refuerzo adicional de la sujeción. Innova propuso un sistema compuesto por un flejado vertical de palets con cantoneras y flejado a cuatro caras, así como una envolvente automática de anillo,



El sistema de flejado vertical automático une la carga con la base del palet en la nueva línea.

ambos adaptados al gran formato que utiliza Kerlux.

La línea de embalaje diseñada por Innova se diferencia de las habituales en la industria cerámica, ya que fue específicamente adaptada a las características del innovador SPC. Así la nueva línea de la planta de Kerlux en Nules, está compuesta por los siguientes sistemas:

1. Dispensador automático de cartón. Como primer paso del proceso, se instaló un dispensador de cartón especialmente pensado para cargas de exportación.

2. Flejado vertical de gran formato a cuatro caras. A continuación, el sistema de flejado vertical automático es el encargado de unir la carga con la base

del palet, un paso imprescindible para asegurar la estabilidad del producto, se complementa con un aplicador de cantoneras horizontales especialmente diseñado para el tamaño de las cajas de Kerlux, proporcionando mayor protección en los bordes. Además se complementa con un aplicador de cantoneras horizontales de pequeño tamaño, diseñado para el tamaño de las cajas de Kerlux, proporcionando mayor protección en los bordes.

3. Envolvente automática de anillo de gran formato. Como etapa final del embalaje, la línea cuenta con una envolvente automática de anillo especializada en cargas de gran formato, que ofrece cobertura y sujeción completa del palet

con film estirable para garantizar su estabilidad y protección. Esta enfardadora incorpora también un sistema de aplicador de film superior (*cover*) también adaptado a gran formato, que protege las cargas de elementos externos como el polvo o la humedad, especialmente en las expediciones de largo recorrido.

Gracias a esta línea de embalaje automatizada, Kerlux ha conseguido una protección óptima de su suelo vinílico SPC durante toda la cadena logística, garantizando la sujeción de la carga y minimizando posibles daños o desplazamientos durante el transporte internacional.

La automatización de los procesos de flejado y enfardado ha supuesto una mejora significativa en la eficiencia operativa, reduciendo tiempos, manipulaciones y errores. Además, la incorporación de elementos como las cantoneras ha mejorado notablemente la presentación final del producto, un aspecto fundamental en el posicionamiento *premium* de la marca.

Este proyecto consolida la apuesta de la empresa por la innovación industrial y la diversificación de producto, incorporando no solo nuevas tecnologías de fabricación, sino también soluciones de embalaje avanzadas que acompañan al crecimiento y evolución del grupo en nuevos mercados.

Desde Kerlux han destacado su «satisfacción con la nueva línea de embalaje y la colaboración con Innova Group como socio tecnológico capaz de entender y responder a los retos de un producto pionero en el mercado español». Por parte de Innova Group, «ha sido un placer trabajar con empresas como Novalam Innovación, a quienes agradecemos su confianza para acometer este proyecto tan innovador».

ENTREVISTA

Ofelia Rodríguez Responsable del departamento de Mejora Continua y Sostenibilidad de Pamesa Grupo Empresarial

«El motor de Pamesa es la sostenibilidad y la mejora continua»

Qué significa para usted liderar el nuevo departamento de Mejora Continua y Sostenibilidad dentro del Grupo Pamesa?

–Para mí es, ante todo, un motivo de orgullo que el Grupo Pamesa haya depositado su confianza en mí para liderar un proyecto tan estratégico como este. Es un reto profesional enorme, por la dimensión del grupo, la complejidad de los procesos y el impacto que tiene en todas las áreas, desde producción hasta el cliente final, pero también una oportunidad única para aportar valor real.

–¿Cuáles serán sus primeras prioridades en esta nueva etapa?

–Mis primeras prioridades están centradas en entender a fondo el funcionamiento de todas las plantas y departamentos del grupo, no porque no se esté haciendo bien, sino porque cada centro tiene sus particularidades, sus fortalezas y soluciones propias que muchas veces no se comparten por falta de conexión estructural. El grupo cuenta con muchísimo conocimiento técnico y humano, y mi objetivo es ayudar a ponerlo en común, potenciar lo que ya funciona, y detectar oportunidades de mejora.

–¿Cuántas personas van a trabajar junto a usted en el nuevo departamento y con qué perfiles?

–Estamos en una etapa inicial de desarrollo del departamento, pero ya contamos con personal con perfil técnico especializado en procesos, calidad, sostenibilidad y medio ambiente. La idea es comenzar con un equipo de siete personas, que irá ampliándose a medida que el proyecto coja ritmo y consolide su operativa. Buscamos construir un equipo polivalente, con entusiasmo, iniciativa y una mentalidad creativa, capaz de pensar diferente y aportar soluciones innovadoras.

–La sostenibilidad es un término muy amplio. ¿Cómo se concreta en el día a día de una planta cerámica?

–En Grupo Pamesa la sostenibilidad forma parte de nuestra forma de trabajar desde hace años. Entre otras muchas acciones, reutilizamos el agua sucia procedente de la limpieza de planta, reincorporamos tanto testillo crudo como cocido en nuestras fórmulas, y optimizamos el consumo energético trabajando con sistemas de cogeneración y recuperación del calor de los hornos.

Un ejemplo claro de la apuesta por la eficiencia energética es la instalación de más de 120.000 m² de superficie con pla-



Ofelia Rodríguez lidera el nuevo departamento que ha implantado Grupo Pamesa.

cas fotovoltaicas en nuestras instalaciones, que contribuyen a la autosuficiencia energética y reducen miles de toneladas de CO₂ al año.

–¿Qué papel juega la digitalización en la mejora de procesos industriales? ¿Qué herramientas o tecnologías priorizan?

–La digitalización es clave para la mejora de los procesos industriales, ya que permite avanzar hacia una trazabilidad completa y una toma de decisiones más ágil y fundamentada. En el proceso cerámico se generan grandes volúmenes de datos relacionados con consumos, defectos, rendimientos o rechazos, y somos cada vez más conscientes del valor que tiene no solo registrarlos, sino también analizarlos adecuadamente.

En este sentido, el enfoque se basa en dos líneas principales: por un lado, la recogida de datos directamente desde el proceso productivo, es decir, desde las propias máquinas en tiempo real; y la integración de esa información con los sistemas que gestionan la planificación, la producción y otras áreas clave de la empresa. Esta combinación permite detectar patrones o defectos recurrentes

y anticiparse antes de que vuelvan a producirse. Pasamos de una gestión correctiva a una más preventiva o predictiva.

De cara al futuro, el objetivo es incorporar soluciones basadas en inteligencia artificial, que permitan identificar tendencias, automatizar decisiones y aumentar la eficiencia, fiabilidad y solidez en todo el proceso.

–Una de sus funciones será coordinar certificaciones y estándares ESG. ¿Cómo se integra ello con la operativa de fábrica?

–Integrar los estándares ESG con la operativa de fábrica significa transformar la sostenibilidad en una herramienta de gestión real. Para ello es clave la comunicación interna y la implicación de las personas o, dicho de otro modo, un cambio cultural, para que cada persona entienda que la sostenibilidad no es solo una estrategia empresarial, sino una responsabilidad compartida.

No se trata solo de cumplir con auditorías externas, sino de trabajar con cada departamento para asegurar que los indicadores ESG se reflejan en acciones diarias. Usamos el canal de difusión interno para mantener informados a

todos los trabajadores sobre las medidas que se están implantando, y organizamos formaciones específicas tanto para el personal de fábrica como para el equipo comercial, de forma que todos comprendan no solo qué estamos haciendo, sino por qué lo hacemos.

–¿Qué importancia tiene establecer procedimientos comunes en un grupo industrial tan amplio como Pamesa?

–Una de las fortalezas del Grupo Pamesa es su nivel de especialización, con plantas que han desarrollado un altísimo grado de conocimiento en formatos, acabados o procesos concretos. Ello ha hecho que cada centro haya ido configurando sus propios procedimientos de manera muy adaptada a su realidad.

Pero cuando hablamos de optimización global, mejora continua o digitalización, necesitamos ir un paso más allá. Establecer procedimientos comunes no significa restar autonomía o eficiencia, sino todo lo contrario: nos permite hablar un mismo idioma técnico, compartir buenas prácticas, y hacer que los datos y las herramientas sean comparables y útiles en todo el grupo.

El objetivo es que, por ejemplo, cualquier persona que trabaje en una de nuestras plantas pueda ir a otra y, gracias a procedimientos, formatos y registros unificados, pueda integrarse rápidamente, entender el funcionamiento y aportar valor desde el primer momento.

–¿Qué impacto ambiental cree que es más urgente reducir en la industria cerámica y cómo puede contribuir su departamento a ello?

–El principal reto ambiental del sector cerámico es, sin duda, el asociado al consumo energético y las emisiones de CO₂, en línea con los objetivos del Pacto Verde Europeo. Hoy por hoy, seguimos dependiendo del gas natural como fuente principal de energía térmica y, mientras no existan alternativas viables técnica y económicamente, nuestro enfoque está centrado en reducir al máximo su impacto.

Nuestra estrategia es realista, pero ambiciosa. Por un lado, buscamos optimizar los procesos mediante la mejora continua e incorporar soluciones energéticas más eficientes, sostenibles y preparadas para los desafíos futuros. Desde el área de certificación, queremos fortalecer los sistemas de gestión ambiental que permitan medir, auditar y avanzar constantemente en estos indicadores. Y desde la digitalización, implantar herramientas para monitorizar en tiempo real los consumos energéticos, cruzarlos con los datos de producción y detectar oportunidades de optimización.

–¿Qué indicadores o métricas van a utilizar para evaluar la mejora continua en las diferentes plantas de producción de la compañía en la provincia de Castellón?

–La mejora continua debe medirse para ser eficaz. Por ello, monitorizaremos aspectos como la tasa de defectos, la eficiencia energética, la productividad, la estabilidad de procesos, el grado de cumplimiento de los procedimientos y la estandarización entre centros.

También daremos un conveniente seguimiento al cierre de acciones correctivas, la participación de los equipos en propuestas de mejora y los resultados de auditorías internas.



Merco, el Monitor Empresarial de Reputación Corporativa, ha publicado durante el mes de junio su ránking anual y ha incluido a Porcelanosa entre las 200 empresas con mejor reputación en España.

Porcelanosa, entre las firmas con más reputación



Ambiente de uno de los 'showrooms' de Xlight, con acabados de última generación.

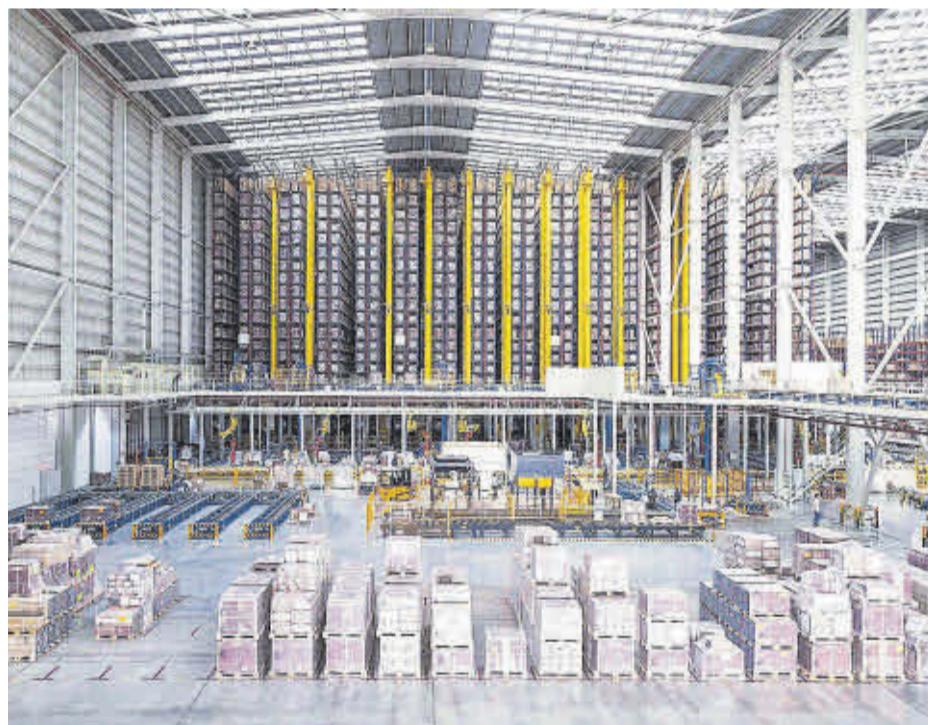


Imagen del centro logístico principal de Porcelanosa ubicado en Vila-real.

Es la quinta compañía con mejor reputación del **sector industrial**

Porcelanosa ha recibido recientemente un importante reconocimiento. La firma se posiciona entre las 200 empresas con mejor reputación en España, según Merco (Monitor Empresarial de Reputación Corporativa). Al mismo tiempo, el grupo empresarial se encuentra en la posición número 5 en el sector industrial, clasificación realizada por el mismo monitor.

La inclusión de Porcelanosa en el ránking Merco representa un «reconocimiento al compromiso, la excelencia y la

capacidad de innovación que han caracterizado su trayectoria a lo largo de más de cinco décadas», señalan fuentes de la firma. Asimismo señalan que «este logro es fruto del trabajo de todas las personas que forman parte de la compañía, y reafirma su voluntad de seguir impulsando un modelo empresarial sólido, basado en la calidad, la sostenibilidad y la confianza de sus clientes, su equipo humano y sus colaboradores».

Merco (Monitor Empresarial de Reputación Corporativa) es un referente

internacional en la evaluación de la reputación empresarial, creado en España en el año 1999. Su metodología *multistakeholder* se basa en un análisis de percepciones y métricas objetivas. Evalúa a empresas y líderes mediante más de 62.000 encuestas a directivos, expertos, empleados y ciudadanos. Es considerado uno de los rankings más completos y éticos en el ámbito corporativo, siendo el único estudio reputacional del mundo con una revisión independiente, bajo la norma ISAE 3000, garantizando su transparencia y fiabilidad.

Con más de 50 años de experiencia, Porcelanosa Grupo es un holding empresarial especializado en el diseño integral y en la gestión de soluciones técnicas para el sector residencial, contract y

retail. Formada por siete empresas, la multinacional española posee una red comercial con alrededor de 1.200 puntos de venta, distribuidos en 140 países.

La multinacional española, dedicada a la fabricación de productos cerámicos, equipamientos para baños y cocinas o sistemas de fachadas ventiladas, entre otros, integra en su modelo de negocio y distribución, políticas de desarrollo sostenible para descarbonizar toda su actividad industrial.

Después de más de 50 años, con un equipo formado por más de 4.800 personas trabajando en todo el mundo, Porcelanosa Grupo avanza en la innovación de sus materiales y productos, y en su posicionamiento internacional a través de la apertura de nuevas tiendas.

'Neolith Iconic Design', un **realismo estético superior**

Los nuevos modelos **'Victoria'** y **'El Estatuario'** constituyen una nueva generación de superficies de piedra sinterizada creada partícula a partícula, con tecnología de impresión 3D y diseño de veta pasante



Detalle del nuevo modelo 'Neolith Victoria' en una encimera de cocina.



'Neolith Victoria' se inspira en la fuerza y la elegancia de un exclusivo granito de origen brasileño.

Neolith presenta *Neolith Iconic Design*, una nueva colección que «transforma el lenguaje de las superficies al integrar tecnología, diseño y arte en una expresión única de sofisticación y realismo».

Resultado de más de cinco años de investigación y desarrollo, *Neolith Iconic Design* incorpora una revolucionaria tecnología de impresión 3D y diseño de veta pasante que permite dar forma a superficies donde el diseño cobra vida en el interior del material y se extiende con continuidad hacia el exterior, envolviendo todo su volumen con una estética perfectamente integrada. Con esta propuesta, Neolith «redefine el concepto de naturalidad, alcanzando un nivel de realismo sin precedentes al crear una superficie partícula a partícula, como si la hubiera creado la propia naturaleza».

Neolith Iconic Design se estrena con «dos modelos que representan la máxima expresión del lujo, el carácter y la naturalidad: *Victoria* y *El Estatuario*».

En primer lugar, *Neolith Victoria* se inspira en la fuerza y la elegancia de un exclusivo granito de origen brasileño, reinterpretado con una nueva dimensión de realismo y detalle. Su fondo oscuro contrasta con la profundidad visual y la intensa blancura de sus vetas, que atraviesan el material en su totalidad, revelando una autenticidad sin precedentes. Este modelo «encarna el lujo contemporáneo con una estética imponente y refinada, pensada para ambientes que requieren carácter, contraste, distinción y altas prestaciones técnicas».



'Neolith El Estatuario' en encimera de cocina y revestimiento de armario de cocina.

Disponible en espesor de 20 mm. y acabado *Slate*, *Neolith Victoria* genera una «sugerente ilusión de estratos sobre la superficie, aportando una sensación de profundidad y fuerza que eleva su identidad escultórica. Ideal para proyectos de cocina *premium*, este modelo combina la esencia mineral de la naturaleza con una fabricación de vanguardia, llevando el diseño a un nuevo nivel de sofisticación».

Por su parte, *Neolith El Estatuario* está inspirado en uno de los mármoles

más nobles de la historia y reproduce con fidelidad la belleza serena y sofisticada del mármol blanco vetado.

Caracterizado por su luminosidad y sus suaves vetas grises, *Neolith El Estatuario* «captura la esencia atemporal del mármol, convirtiéndose en una elección ideal para quienes buscan sofisticación y pureza estética». Se presenta en un espesor de 20 mm. y acabado *Silk*, un mate sedoso con un sutil brillo y una suavidad al tacto que realza la elegancia del diseño. Este acabado «aporta una textura

refinada que potencia la belleza de la superficie, evocando la esencia de la naturaleza en su estado puro», destacan desde Neolith.

«Su realismo total, visible tanto en la superficie como en los cantos gracias a la tecnología 3D y diseño de veta pasante de *Neolith Iconic Design*, la convierte en una obra maestra del diseño contemporáneo, perfecta para cocinas exclusivas que exigen lo mejor en durabilidad y belleza», indican desde la firma.

Pensada para resistir y para impresionar, *Neolith Iconic Design* «conjuga excelencia estética con un rendimiento técnico sobresaliente». Con una baja porosidad que facilita el mantenimiento y refuerza la higiene, destaca por su elevada durabilidad y resistencia frente al rayado, las altas temperaturas y la exposición a los rayos UV. Una superficie concebida para perdurar, que mantiene intacta su belleza con el paso del tiempo.

Este compromiso con la innovación y superiores características técnicas también van acompañados de una visión responsable que sitúa la sostenibilidad en el centro de la estrategia de Neolith. La compañía impulsa un modelo productivo que minimiza el impacto ambiental y promueve el uso eficiente de recursos, avalado por certificaciones como Cradle to Cradle Certified Bronze, EcoVadis Gold y el sello Zero Waste en calidad de excelente. Estos reconocimientos refuerzan su posicionamiento como marca líder en el impulso de una economía circular y en la adopción de prácticas responsables en toda la cadena de valor.



El espacio 'Pasaje hacia el interior del alma', de Neolith.



'Hisense Forward', con cerámica de Museum Surfaces.



Las piezas de Harmony y Museum, en el Restaurante Maisons.

Casa Decor, plataforma de experimentación cerámica

El certamen ha sido el campo de 'juego' de **diseñadores y marcas** para crear espacios con el máximo aprovechamiento estético de los materiales



'Tempo - Book Room', diseñado por estudi{H}ac con superficies de piedra sinterizada de Venux.



El espacio 'Inside you', una vistosa estancia con recubrimientos cerámicos de Exagres.

Nada define mejor la pasión por el interiorismo y el diseño que Casa Decor, plataforma donde las nuevas tendencias tienen un lugar reservado en el centro de Madrid. En el evento, la cerámica ha tenido especial protagonismo a través de diversas instalaciones, en muchas de sus formas, como material de referencia dentro del diseño contemporáneo. Estas son las cuatro tendencias vistas en la muestra:

1. Conexión natural. La vinculación con la naturaleza sigue siendo una tendencia vigente, algo que se ha reflejado en Casa Decor. Con un propósito de rendir tributo a los orígenes, han brillado

piezas cerámicas que toman inspiración de materiales primitivos como la madera y la piedra. Los colores predominantes, en tonos terracota y verdosos, evocan esa conexión íntima con el entorno natural, generando espacios equilibrados, llenos de tranquilidad y sofisticación. Ejemplo de ello han sido el espacio *Inside you*, con piezas de Exagres; o el Restaurante Maisons, con cerámica de Harmony y de Museum Surfaces.

2. Calma y bienestar. La tendencia del bienestar en decoración busca generar una sensación de confort, calidez y seguridad mediante acabados suaves, formas orgánicas y tonalidades neutras que

siguen una estética minimalista. Este enfoque se complementa con una decoración simple, creando ambientes que fomentan el equilibrio emocional y el bienestar integral. En Casa Decor se ha ejemplificado esta tendencia en el espacio *Hisense Forward*; y de *Sic Parvis Magna*, con superficies de Xtone.

3. Espacios Oníricos. La sofisticación y el lujo encontraron su máxima expresión en Casa Decor a través de instalaciones que destacaban por sus superficies marmoladas, las cuales no solo adornaban el espacio, sino que tejían una atmósfera envolvente. Estos acabados crearon escenarios inmersivos en Casa

Decor, donde lo material se funde con lo emocional, invitando a una experiencia sensorial profunda. Ejemplo de ello fueron el espacio *Pasaje hacia el interior del alma*, de Neolith; y *Tempo - Book Room*, con superficies de Venux.

4. Vintage reinventado. Lo vintage sigue marcando tendencia reinventándose con una mirada actual. Esta estética combina formas geométricas y colores vibrantes que aportan frescura y dinamismo, creando espacios llenos de ritmo y vitalidad. En Casa Decor 2025 ha brillado dentro de esta tendencia el área *Dos vidas en un baño*, con cerámica de Cevica y TAU (portada de este número).

FOTOS: MAXIMILIANO FOLCH



Modelos cerámicos como 'Origin' o 'Devon' son protagonistas en el proyecto acometido por el estudio de interiorismo Nuvar. TAU también aporta otras elegantes series como 'Emporio' o 'Ficus'.

Casa Nuvar, un proyecto de luz, calma y cerámica



El pavimento continuo 'Origin Sand' marca el ritmo del proyecto: un lienzo uniforme, suave y luminoso. En el exterior se encuentra 'Devon Tan 90x90', un porcelánico que equilibra calidez y funcionalidad.

Los acabados de **TAU** son el nexo que unifica, conecta y da sentido a los espacios de esta vivienda de Castellón

Concebida bajo una premisa clara, la búsqueda y el máximo aprovechamiento de la luz, el proyecto de Casa Nuvar constituye un excelente ejemplo de elegancia serena y funcionalidad. Este trabajo en Castellón, firmado por el estudio de interiorismo Nuvar, consigue la armonía espacial, donde los tonos neutros, la calidez de la madera y la continuidad visual. El resultado es una experiencia de vivienda envolvente en la que los acabados cerámicos de TAU son protagonistas.

Desde el primer paso dentro de la vivienda, el pavimento continuo en modelo *Origin Sand* marca el ritmo del

proyecto: un lienzo uniforme, suave y luminoso, que unifica visualmente todos los espacios, aportando una sensación de amplitud y fluidez natural. Este pavimento cerámico no solo destaca por su estética, sino también por sus prestaciones técnicas: impermeabilidad, resistencia y facilidad de mantenimiento, lo que lo convierte en una elección coherente también para zonas húmedas como baños y cocina.

En el baño principal, el proyecto encuentra su momento de espectacularidad con la serie *Emporio Calacatta*. Este mármol cerámico, de vetas grisáceas y sutiles reflejos dorados, eleva el espacio

hacia una atmósfera casi escultórica, donde la elegancia se impone sin necesidad de artificios.

El segundo de los baños apuesta por el equilibrio y la textura con la combinación del modelo *Lema White 40x120* y su versión en relieve, *Rlv Lema White*. Esta composición, con la sencillez de sus líneas, introduce *ritmo* y profundidad sin romper la calma visual que es la seña de identidad de todo el proyecto.

En el tercer baño, la narrativa toma un giro más orgánico y fresco. Aquí se conjugan dos *best sellers* de TAU: el modelo *Chromatic Talco 33,3x100* y el relieve *Ficus*, cuyas hojas parecen brotar

de las paredes, aportando un toque vegetal, dinámico y casi exótico. Un guiño a la naturaleza que dialoga perfectamente con la sobriedad del resto del proyecto.

Y el alma de Casa Nuvar se encuentra en su exterior: un oasis urbano donde la piscina y la terraza se convierten en el epicentro de la vivienda. Para este espacio, la elección fue la serie *Devon Tan 90x90*, un porcelánico que equilibra calidez y funcionalidad, acompañando el entorno sin imponerlo. Su tono natural y su textura sutil permiten que la luz fluya sin obstáculos, reforzando esa sensación de refugio contemporáneo tan característica del proyecto.

En suma, Casa Nuvar destaca por arquitectura interior que abraza la calma, la claridad y el diseño consciente. Un proyecto donde la elección de materiales y texturas responden a una visión global, cuidada y elegante.

Piscina Barcelona **roza el** **'sold out' y crecerá un 22%**

El salón se desarrollará entre el 17 y el 20 de noviembre con la participación de **400 expositores** de 30 países

A cinco meses de su celebración, Piscina Barcelona 2025 está a punto de colgar el cartel de completo con el 98% del espacio expositivo reservado y la presencia de empresas líderes del sector a nivel mundial. El salón bienal, que tendrá lugar del 17 al 20 de noviembre en el recinto de Gran Via de Fira de Barcelona, aumentará su superficie un 22% respecto a 2023, reunirá a más de 400 expositores de 30 países y duplicará el área dedicada al equipamiento de espacios exteriores, consolidándose como la feria más internacional del calendario europeo del sector piscina, *wellness* y *outdoor*.

Organizado por Fira de Barcelona con el apoyo de la patronal ASOFAP, el evento ocupará 45.000 m² brutos distribuidos en los pabellones 1 y 2 del recinto ferial. El 68% de las empresas participantes será internacional en una edición que concentrará la oferta más innovadora y representativa del momento de la cadena de valor del sector piscina, *wellness* y *outdoor*. España, China, Francia, Turquía, Italia, Países Bajos, Reino Unido, EEUU, Portugal, Bélgica, Alemania y Chequia son, por este orden, los países que más expositores aportan.

Entre las firmas expositoras destacan Fluidra, Aiper, Hayward, Pnhx, Productos QP, Renolit, Aquavia Spa, Beatbot, Maytronics, Missouri, Wybotics, Proteam Europa, Superior Wellness,



El evento bienal ocupará 45.000 m² de superficie en el recinto de Gran Via de Fira de Barcelona.

Action Park, Piscinas Condal, Espa, Rosa Gres y BWT, que presentarán soluciones centradas en la eficiencia hídrica y energética, la digitalización del mantenimiento, mejora de la experiencia de uso y la reducción de productos químicos en piscinas, spas e instalaciones acuáticas.

En este contexto, la apuesta por el sector *outdoor* da sus frutos: el área dedicada a este segmento duplica la participación respecto a la edición anterior y con-

tará con más de 40 empresas expositoras.

«El gran interés que estamos generando a nivel internacional confirma que Piscina Barcelona se ha convertido en un evento de referencia global para toda la cadena de valor del sector. El crecimiento del área expositiva, el refuerzo del sector *outdoor* y la calidad de las actividades previstas son reflejo del dinamismo, la innovación y la sostenibilidad que impulsan esta industria», afirma Ángel

Celorrio, director del salón Piscina Barcelona 2025.

Los espacios exteriores y de bienestar tendrán un papel protagonista en esta edición, reflejo de una de las tendencias en auge del sector. En este sentido, se habilitará el espacio central *Outdoor & Wellness Experience*, de unos 1.000 m², ubicado en el pabellón 1. Diseñado por la arquitecta paisajista Rosa Maria Torra Reventós, y con la colaboración de la Asociación Española de Paisajistas y el Colegio de Arquitectos de Catalunya, esta zona combinará un centro *wellness* en funcionamiento con un *showroom outdoor*, evidenciando la sinergia entre bienestar y entorno exterior.

Con una previsión de superar los 15.000 visitantes —el 60% internacionales, de hasta 117 países—, el salón atraerá a un perfil profesional diverso: importadores, distribuidores, puntos de venta, arquitectos, ingenieros, constructores, instaladores, paisajistas, interioristas, responsables de centros deportivos, *spas*, hoteles, cámpings y parques acuáticos.

Entre las actividades previstas para fomentar la conexión entre profesionales internacionales, destaca la séptima edición del Encuentro Empresarial Internacional Hospitality, Design & Wellness: América Latina y Caribe, Europa y Oriente Medio.

El salón acogerá también el México Day, una jornada que contará con la participación de organizaciones mexicanas, quienes presentarán las oportunidades para arquitectos, interioristas, constructoras y fabricantes impulsadas por la intensa inversión en proyectos de construcción y rehabilitación del país.

El CDICV impulsa sus nuevos galardones para interioristas

El colectivo crea los **Premios DIN**

El Colegio Oficial de Diseñadores de Interior de la Comunitat Valenciana (CDICV) ha presentado durante el mes de junio la primera edición de los Premios DIN - Diseño Interior Nacional, un nuevo certamen que «nace con la voluntad de reconocer la excelencia, la innovación y la aportación del diseño de interiores al bienestar social, el valor empresarial y la cultura contemporánea», tal y como manifiestan desde la entidad.

Los Premios DIN CDICV buscan «destacar los proyectos más relevantes del panorama nacional y fomentar la creación de una comunidad cohesionada de profesionales con pasión por transformar los espacios para mejorar la vida de las personas».

CINCO CATEGORÍAS

Los premios contemplan para su primera edición un cuadro de honor con cinco categorías diferentes: Residencial,



Imagen de archivo de un proyecto en Benidorm de Asun Montoya, profesional del Colegio de Diseñadores de Interior de la Comunitat.

Horeca, Retail, Oficinas y Efímero. En cada una de ellas, la entidad otorgará dos galardones: uno de ámbito nacional y otro específico para la Comunitat Valenciana, por lo que el certamen entregará un total de diez condecoraciones. Además, el jurado tendrá la capacidad para decidir la concesión de accésits si la calidad de los proyectos lo justifica.

El jurado de la convocatoria está compuesto por profesionales de reconocido prestigio en el diseño como es el caso de Pilar Marcos, Anaxu Zabalbeascoa, Tachy Mora, Marcel Benedito y Juan Francisco Fuentes-Lojo. Todos ellos valorarán los trabajos presentados en base a criterios como la innovación, el lenguaje propio, la adecuación y funcionalidad, la sostenibilidad y la calidad proyectual.

HASTA EL 25 DE JULIO

La convocatoria está abierta a diseñadores titulados, que podrán presentar proyectos realizados durante los últimos cinco años. La participación es totalmente gratuita. El plazo de inscripción finaliza el 25 de julio de 2025 a las 15.00 horas. Todas las candidaturas deben enviarse al correo electrónico cdicv@cdicv.com con el asunto *Premios DIN CDICV*.

Techlam, innovación en superficies sinterizadas

La compañía ha dado a conocer en junio la creación de «la primera piedra sinterizada impresa en relieve 3D con **propiedades antideslizantes**»

Techlam ha anunciado durante el mes de junio el lanzamiento al mercado «de la primera piedra sinterizada del mundo creada con relieve tridimensional y propiedades antideslizantes de altas prestaciones». Desde la firma reseñan que es «una innovación desarrollada con la última tecnología de impresión digital para materiales porcelánicos instalada en la planta de Nules (Castellón), que cuenta con capacidad para fabricar hasta 24.000 metros cuadrados de superficies al día y que ve así nacer su primera gran propuesta en nuevos materiales tras su adquisición y modernización a finales de 2022».

EL PRIMER DISTRIBUTORS MEETING DE LA MARCA

Techlam mostró el resultado de esta tecnología aplicada a sus nuevos modelos de superficies, llamados *Salinas* y *Delta*. Ambas propuestas fueron presentadas ante más de 100 distribuidores de 21 países en la Albufera de Valencia y con motivo del primer Distributors Meeting impulsado por la marca para dar a conocer sus novedades ante un grupo internacional de profesionales.

Desde la compañía apuntan que «las nuevas propuestas mantienen las principales propiedades de las piedras sinterizadas producidas por la marca, ahora enfocadas a un uso constructivo más amplio y polivalente. *Delta* y *Salinas* han sido diseñados para mantener sus pro-



‘Salinas’ y ‘Delta’ fueron presentadas ante 100 distribuidores de 21 países en Valencia.



Daniel Sánchez, director comercial de Techlam.

El avance es fruto de la aplicación de la última tecnología de impresión digital

propiedades en suelos, revestimientos interiores y encimeras, así como para utilizarse en gran formato para fachadas y pavimentos exteriores».

Con esta idea, ambos modelos inspirados en los tonos y ambientes mediterráneos, se han concebido «para ofrecer versatilidad sin sacrificar la continuidad estética entre interior y exterior, con espesores que van desde los 3 milímetros hasta los 20, sin sacrificar su rendimiento

según el tipo de espacio». «Estos lanzamientos simbolizan una nueva etapa para Techlam, en la que el diseño, la innovación y la naturaleza convergen para transformar la arquitectura contemporánea. Y lo hacen, además, reflejando la identidad estética mediterránea, con un equilibrio entre naturaleza y serenidad tras el que se encuentra un trabajo intenso de I+D+i», explica Daniel Sánchez, director comercial de Techlam.

Grespania presenta su nueva página web corporativa

La azulejera optimiza su **portal**

Grespania ha presentado durante el mes de junio su nueva web corporativa (www.grespania.com), diseñada para ofrecer «mucho más que una simple experiencia digital». Desde la firma castellanense destacan que «navegar por nuestras colecciones es ahora más visual, intuitivo e inspirador. Cada serie se acompaña de ambientes cuidadosamente seleccionados que muestran cómo los productos de Grespania cobran vida en todo tipo de

proyectos, conectando directamente la inspiración con el producto».

La presentación de cada colección ha sido completamente renovada para facilitar el acceso a todas las variaciones disponibles, incluyendo decorados y piezas especiales. Gracias a un sistema de doble imagen —producto y ambiente—, «visualizar el potencial de cada propuesta es ahora mucho más claro y accesible».

Además, la nueva web incorpora un espacio especialmente dirigido a profe-



El espacio web incorpora un área especialmente dirigida a arquitectos, interioristas y distribuidores.

sionales. Arquitectos, interioristas y distribuidores pueden acceder de forma rápida a fichas técnicas, archivos BIM y otros recursos esenciales para el desarrollo de sus proyectos. Todo ello se presen-

ta bajo una estructura de navegación sencilla, fluida y adaptada a cualquier usuario, ya sean particulares en busca de ideas o expertos del sector que trabajan con las colecciones de Grespania a diario.



El estudio de tendencias de APE Grupo alcanza este año su quinta edición y expone con la colaboración de expertos cómo será el futuro del diseño en viviendas, hoteles, oficinas y retail.

The New Habitat, el diseño como motor de bienestar

APE Grupo presenta en Madrid el informe que analiza las tendencias decorativas de los espacios que habitamos



La compañía cerámica castellanense dio a conocer en el Colegio Oficial de Arquitectos de Madrid los resultados de su nuevo informe de tendencias.

La quinta edición del informe *The New Habitat 26/27*, presentada por APE Grupo en Madrid, confirma una transformación profunda en el diseño de espacios: el bienestar físico y mental de las personas se ha convertido en el principal criterio para arquitectos e interioristas, por encima de la estética o la funcionalidad.

Más del 74% de los profesionales del sector considera que el diseño mejora el bienestar de las personas, situándolo como prioridad en un contexto marcado por la soledad, la incertidumbre y los

desafíos emocionales. Así, el diseño se posiciona como una herramienta estratégica con impacto en la salud, la sostenibilidad y la economía.

El informe, elaborado junto a Futarea y en colaboración con entidades como el COAM, CGCODDI, WOD, Bernardí y la Fundació del Disseny, recoge la visión de 10 expertos internacionales y 360 profesionales del diseño en España. La funcionalidad adquiere un nuevo sentido, adaptándose a ritmos de vida y emociones personales, mientras que la rentabilidad se redefine como generación de vín-

culos. La sostenibilidad, por su parte, se aborda de forma técnica y estructural, con los clientes dispuestos a asumir un sobre coste medio del 24,4% para soluciones más sostenibles. Está previsto un aumento global del 18,3% en la inversión en diseño el próximo año.

1. Las viviendas: El hogar se convierte en centro de la vida diaria, integrando trabajo, ocio y autocuidado. El 32% de los profesionales destaca la flexibilidad y la inclusividad como claves del diseño residencial. Ante fenómenos como el crecimiento de hogares unipersonales o el

auge del modelo LAT, se demandan soluciones habitacionales versátiles y adaptadas. También gana fuerza la arquitectura resiliente, capaz de afrontar catástrofes naturales. El diseño de viviendas debe responder al cambio climático con materiales y estructuras adaptativas. Se espera un crecimiento del 16% en la inversión residencial, con la sostenibilidad como eje.

2. Hoteles. En el sector hotelero, la empatía, la accesibilidad y la sostenibilidad marcan la evolución del diseño. Los espacios se adaptan a perfiles diversos (desde personas neurodivergentes a familias multigeneracionales), en respuesta a un turismo que prioriza los momentos auténticos frente a los convencionales. La inclusión y las experiencias especiales son ya valor añadido de diferenciación.

Los *hostels* se transforman en entornos cuidados y culturales, mientras los hoteles apuestan por espacios híbridos y personalizados. El estudio de APE Grupo prevé un aumento del 21,5% en la inversión en diseño para el sector *hospitality*.

3. Oficinas. Del escritorio al ecosistema de bienestar, las oficinas evolucionan hacia entornos que promueven la colaboración, la creatividad y el sentido de pertenencia. La salud, la ergonomía y la conexión humana son claves en los nuevos modelos como el *Workshop Lab* y el *workplace ecosystem*. La inversión en diseño de oficinas durante el año 2025 Aumentará un 16,3%.

4. Retail. Frente al auge del comercio *on line*, el *retail* físico se reinventa como espacio emocional y comunitario. Tiendas y centros comerciales se transforman en lugares de encuentro, cultura y bienestar, también para empleados. Se espera un incremento del 20% en la inversión en diseño comercial.



Más información:
Escanea el QR para consultar y descargar el informe 'The New Habitat 26/27' elaborado por APE Grupo

'Schlüter-Schiene'

conmemora su

50° aniversario

El perfil, creado por **Werner Schlüter**, es hoy sinónimo de un segmento de producto

Cuando algún profesional de sector de la construcción habla de un perfil de remate para los cantos de los recubrimientos cerámicos, es imposible no pensar en Schlüter-Schiene. El perfil desarrollado por Werner Schlüter en el año 1975 se ha convertido en un producto mundialmente reconocido en la industria cerámica. En 2025, *Schiene* cumple su 50° aniversario y continúa siendo tan innovador como el primer día.

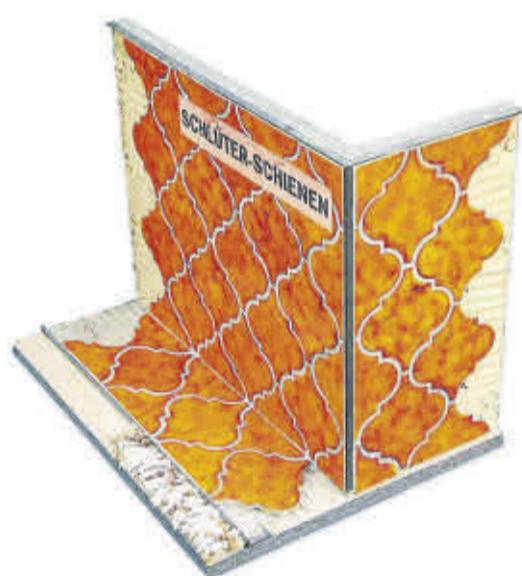
Werner Schlüter tuvo la idea del perfil *Schiene* en un cuarto de baño con cinco puertas, donde necesitaba un acabado limpio para el mosaico florentino colocado en capa fina. En aquel momento no había en el mercado ninguna solución para este problema, así que él mismo desarrolló un perfil metálico en forma de L con un ala de fijación perforada. Unos meses más tarde, el 23 de octubre de 1975, se concedió el certificado de registro que incluía los derechos de propiedad de su patente.

En el sector cerámico, la idea fue muy bien recibida: la oferta original de cinco variantes de latón, que incluso hoy en día sigue presente en el catálogo actual, se amplió rápidamente con otras variantes del perfil *Schiene*. Pronto se añadieron nuevos productos, como los perfiles de las series *Bara* o *Jolly*, que siguen teniendo mucho éxito hoy en día.

En el año 1981, el ala de fijación del perfil *Schiene* recibió su característica perforación trapezoidal. Más adelante, con el separador introducido en 2001, Schlüter-Systems llevó el producto a un nivel superior proporcionando así un ancho de junta uniforme y facilitando aún más la colocación. En 2015, aparecieron también por primera vez los perfiles *Schiene* de acero inoxidable con separador.

De una buena idea para proteger los cantos de las baldosas se ha pasado a una empresa de éxito mundial, que se ha convertido en líder del mercado en muchos sectores relacionados con la cerámica y que ha tenido un impacto duradero en el oficio de la colocación de cerámica, y no sólo con el perfil *Schiene*. En las últimas cinco décadas, la empresa ha creado diversos productos y sistemas constructivos completos que satisfacen las necesidades tanto de los instaladores como de los clientes finales, destacando, por ejemplo, los sistemas de calefacción *Bekotec-Therm* y *Ditra-Heat-E* de bajo consumo o una amplia gama de productos para diseñar cuartos de baño funcionales y atractivos.

Al igual que *Schiene* resolvió un problema desde la perspectiva de la práctica, desde Schlüter-Systems destacan que «continuaremos esforzándonos por satisfacer las necesidades de los alicatadores con ideas innovadoras y productos sostenibles de alta calidad y seguirá dando nuevos impulsos al sector».



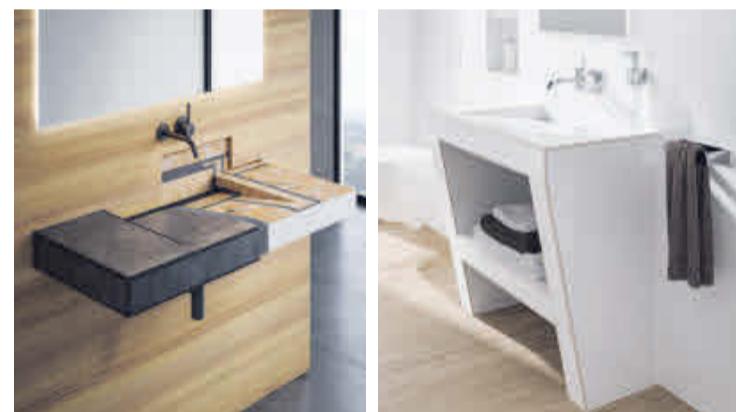
El perfil de remate es un referente dentro del sector.



Werner Schlüter, fundador de Schlüter-Systems.



'Schiene' resolvió un problema con una visión práctica.

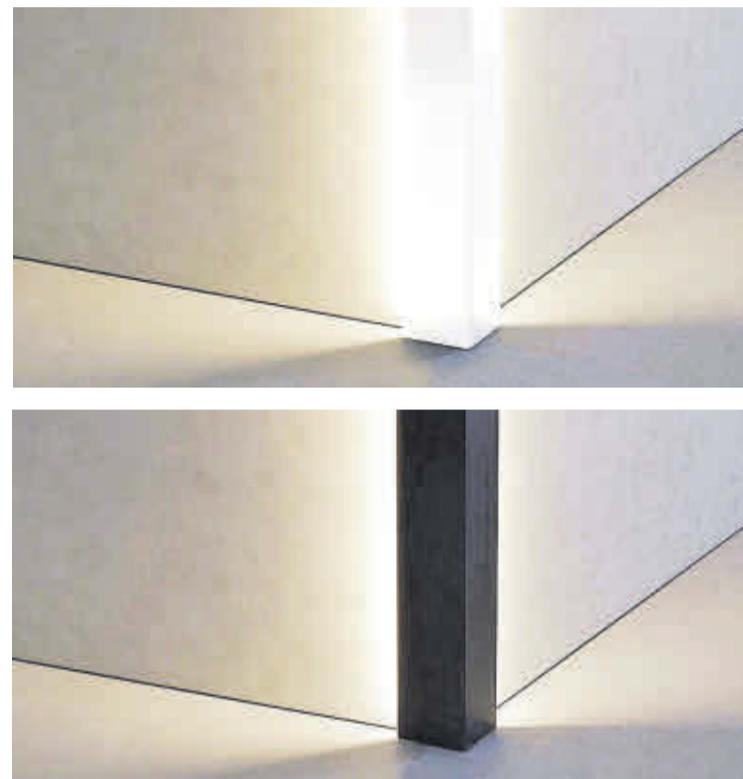


Schlüter®-KERDI-BOARD-W

Diseño exclusivo y máxima flexibilidad: Schlüter-KERDI-BOARD-W es la forma más sencilla de crear su propio lavabo individual. El elemento prefabricado de KERDI-BOARD es extremadamente ligero, se puede cortar a la medida deseada y puede ser inmediatamente revestido de cerámica u otros recubrimientos. Contiene todos los componentes para una correcta impermeabilización y combina a la perfección con todos los acabados de los perfiles de drenaje KERDI-LINE-VARIO. Además, el lavabo de Schlüter es apto para su instalación entre tres paredes y esquinas de paredes y permite un montaje suspendido, que se puede ampliar opcionalmente con fijaciones de pared.

www.schlutersystems-soluciones.es





La gama 'Eclipse Sunset' nace para crear el efecto del atardecer en los distintos espacios donde se instala. A la derecha, dos de los modelos de 'Novoescuadra Eclipse Sunset' ya disponibles en el mercado.

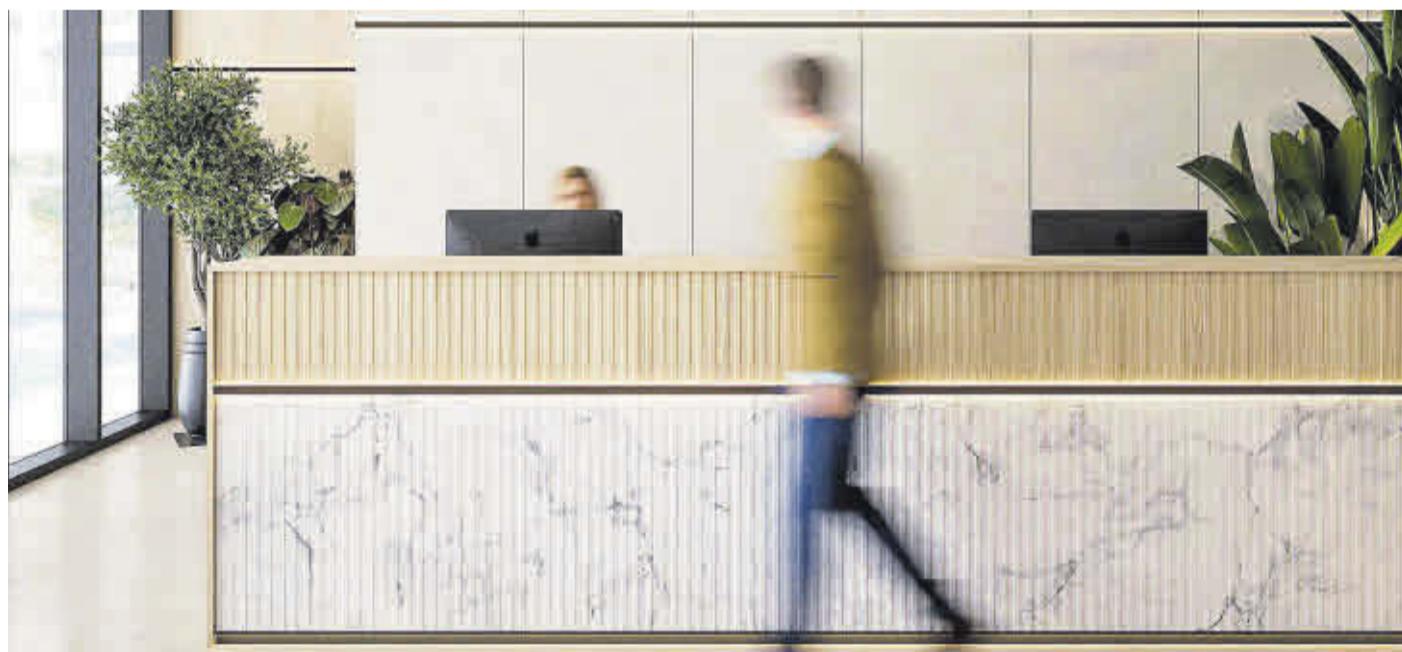
'Eclipse Sunset', calidez y elegancia con luz indirecta

'Novoescuadra Eclipse Sunset' y 'Novolistel Eclipse Sunset', dos perfiles de **Emac** que proyectan luz a ambos lados para crear ambientes confortables

Emac ha conseguido el respaldo del mercado con la colección *Eclipse*, una familia de soluciones que ha irrumpido con fuerza en su catálogo en los últimos años y que brilla con luz propia. Está ideada para crear ambientes agradables a través de la iluminación indirecta y pensada para el uso de luces led. Dentro de esta gama, la compañía con sede en Quart de Poblet (Valencia) ha sumado *Eclipse Sunset*, una propuesta que «nace bajo la inspiración del efecto apacible del atardecer, creando espacios cargados de calma y confort a través del excepcional uso de la luz».

Desde la marca reseñan que la colección *Eclipse Sunset* permite a los prescriptores y clientes finales «incorporar en sus espacio 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, capaz de generar atmósferas que impulsan una sensación de confort en el entorno.

Esta colección de Emac, novedad del año 2025, está integrada por el *Novolistel Eclipse Sunset* y la *Novoescuadra Eclipse Sunset*. Estas dos soluciones cuentan con la singularidad de que son capaces de iluminar hacia



'Novolistel Eclipse Sunset' es un perfil para colocación como listel decorativo en vertical u horizontal e instalación en paredes y techos.

ambos del perfil, de forma que crean una cortina de luz sobre las paredes y techos inéditas en el mercado, generando una sensación de profundidad de alto valor decorativo y espacios que transmiten calma y confort.

Cada uno de los dos modelos que se incluyen en esta categoría de producto de Emac tiene unas prestaciones específi-

cas y ya comparten protagonismo en los mercados en los que opera la marca valenciana. Así, la *Novoescuadra Eclipse Sunset* ha sido diseñada con el objetivo de embellecer y proteger esquinas.

Por su parte, el *Novolistel Eclipse Sunset* ha sido ideado para su utilización como separador y como perfil decorativo para su instalación en techos y paredes,

por lo que puede usarse tanto en horizontal como en vertical. Con diferentes funciones, las dos propuestas de *Eclipse Sunset* son perfiles sencillos de instalar y muy versátiles, ya que su sistema permite adaptarse a espesores de revestimiento y placa de yeso de entre 8 y 13 mm. Ambos están disponibles en acabados blanco mate, negro mate y plata mate.

Rubi lanza la nueva mesa 'Retrac-Table'

Con estructura de acero inoxidable y patas regulables, aporta **máxima estabilidad** en diferentes terrenos

Rubi presenta la nueva mesa *Retrac-Table*, «una solución versátil, robusta y fácil de transportar, creada para facilitar la colocación y el transporte de piezas cerámicas, especialmente indicada para el corte y manipulación de baldosas de gran formato». Este desarrollo cuenta con una estructura ligera, retráctil y resistente, «con una alta capacidad de carga gracias a su estructura con muchos puntos de apoyo». En la versión 120x120 cm, la carga máxima es de 800 kilogramos; y en la versión 300x120 cm, de 1.600 kg.

Desde Rubi enfatizan que «es fácil de transportar gracias a sus ruedas y bolsa de transporte. Una vez plegada ocupa poco espacio, así su tamaño reducido es práctico para almacenar». También se monta y desmonta con facilidad sin necesidad de ninguna herramienta y colocan-



'Retrac-Table' presenta una estructura retráctil que combina ligereza y resistencia.



La cortadora manual de cerámica 'TK' es la primera monoguía asimétrica del mercado.

do los travesaños extraíbles se consigue una mayor versatilidad y firmeza. Otro elemento destacado son sus grandes pies de nivelación ajustables, que aseguran una superficie estable incluso en terrenos irregulares. Con la *Retrac-Table*, Rubi reafirma su compromiso con «los profesionales que exigen rapidez y eficiencia en sus proyectos, ofreciendo una herramienta a la altura de los retos actuales en la colocación de cerámica».

Junto con esta propuesta, el fabricante también ha lanzado al mercado la *TK*, la primera cortadora monoguía asimétrica del mundo para profesionales. Este modelo premium «destaca por su diseño único y de alta calidad, ya que es la primera máquina diseñada para brindar un control total en el corte, ofreciendo a los profesionales una visibilidad total y sin ningún obstáculo».

Por su resistencia puede soportar la realización de cualquier tipo de trabajo

Esto es posible gracias al desplazamiento asimétrico de su guía, que proporciona una precisión avanzada y redefine el estándar del corte. La nueva *TK* destaca por su potencia de separación de hasta 1.500 kg, con un mecanismo que permite marcar y romper con una mano. El tándem guía-chasis hace que la *TK* sea más robusta y minimiza la flexión.

rubi.com

LA CONSTRUCCIÓN NECESITA

TRABAJO DURO

INNOVACIÓN



NUEVA CORTADORA TK

LA PRIMERA CORTADORA MONOGUÍA ASIMÉTRICA DEL MUNDO

- Potencia de rotura de 1.500 kg
- Control de rotura
- Perfecta visibilidad
- Corte de hasta 21 mm
- Corte increíblemente suave
- Gran estabilidad
- Fácil transporte y plegado



LOS VISIONARIOS VEN MÁS ALLÁ

Fila, más formación para los almacenes

La marca mantiene su compromiso con un completo programa de **jornadas prácticas** para profesionales

Fila Solutions, a través de su equipo de profesionales en España continúa fiel a su compromiso con la formación profesional en el sector de la construcción. A lo largo de este 2025, los delegados de la compañía han llevado a cabo numerosas jornadas de demostración en diversos almacenes de construcción, con el objetivo de formar a los profesionales sobre la importancia de una adecuada limpieza de obra, la protección de los materiales y las soluciones óptimas para un mantenimiento eficaz de las superficies.

Estas jornadas prácticas, realizadas directamente en los puntos de venta, permiten a los asistentes experimentar de primera mano las soluciones que ofrece la multinacional italiana. Así, los participantes son testigos de su aplicación, beneficios y resultados. «Las demostracio-



Dos de las formaciones de Fila en BigMat La Juanita, en Marbella, y BdB Sumabe, en Benicarló.



EL PERIÓDICO DEL AZULEJO

nes en directo facilitan la interacción con los productos y la resolución de dudas específicas, adaptándose a las necesidades particulares de cada profesional, proyecto y obra», indica Paolo Gasparin, director de Fila Iberia.

Esta labor de la compañía se alinea con las tendencias actuales del sector, donde la formación especializada se ha convertido en «un pilar clave para mejorar la competitividad y adaptación a los desafíos que presenta el mercado». Así lo destaca Gasparin, al tiempo que manifiesta que «en Fila, desde hace décadas, somos conscientes del valor añadido de la formación como herramienta clave

El equipo de la empresa lleva a cabo numerosas sesiones de demostración en almacenes de toda la geografía española

para impulsar el desarrollo profesional en el sector de la construcción». «Por este motivo, cada año promovemos el conocimiento de nuestras soluciones para el cuidado de superficies y contribuimos activamente al crecimiento y profesionalización de los profesionales de la industria. Materializar estas acciones divulgativas en los puntos de venta es un activo fundamental de Fila Iberia», finaliza.

ANTIDESLIZANTE PROFESIONAL
calidad Fila

ACCIÓN RÁPIDA - NO CREA PELÍCULA - SEGURIDAD EN CADA PASO

www.filasolutions.com
@filasolutionsiberia

Más información

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



La compañía, que ya cuenta con récord histórico de 348 empresas adheridas, suma 16 nuevos asociados en el primer semestre de 2025. Sobre estas líneas, el BdB Meeting celebrado en Feria Valencia.

Grupo BdB supera su

'techo' de puntos de venta

La central de compras y servicios alcanza una cifra récord con una red de **446 establecimientos** y consolida su expansión en España y Portugal

Gruppo BdB continúa su crecimiento sostenido y cierra el primer semestre del este ejercicio con un récord histórico de 348 empresas asociadas y 446 puntos de venta en España y Portugal, tras incorporar 16 nuevas empresas asociadas durante los primeros seis meses de 2025. Este impulso en el número de asociados ha venido acompañado de una facturación agrupada de 620 millones de euros en 2024, un 23% más que en 2023, reflejo del dinamismo del sector y del fortalecimiento de la red BdB.

El crecimiento ha sido significativo en Portugal y en Canarias. En el país luso, desde que aterrizara BdB, se han sumado nueve asociados, y ahora, en 2025, se han incorporado cuatro más, hasta llegar a la cifra de trece asociados. En el archipiélago canario, a las trece firmas sumadas durante estos últimos dos años, BdB ha conseguido *firmar* a dos nuevos distribuidores en lo que llevamos de año.

CRECIMIENTO POR ZONAS

El crecimiento de Grupo BdB también ha sido visible en otras regiones clave. Castilla y León ha pasado de 27 a 32 compañías asociadas, mientras que Cataluña ha registrado un incremento de 22 a 23. También se han sumado nuevas adhesiones en Extremadura, que alcanza los 17 (dos más que el año anterior), y en Galicia, que se consolida en doce.



La firma, presente en todo el territorio español, cuenta con 77 distribuidores en Andalucía.

Por su parte, Andalucía mantiene su posición como la comunidad con mayor número de empresas asociadas, con un total de 77 (seis más que en lo que llevamos de año). En Islas Baleares, la red se amplía hasta los 19 suministradores; y en Portugal, como se ha comentado,

donde BdB consolida su expansión internacional, el número de firmas adheridas ha aumentado de nueve a trece.

De esta forma, y con presencia en prácticamente todas las comunidades autónomas y también en Ceuta y Portugal, BdB refuerza su compromiso

de cercanía y capilaridad territorial, clave en su modelo de negocio.

«El notable crecimiento de nuestra red es el reflejo de una estrategia sólida basada en el servicio, las condiciones competitivas y una marca fuerte», señala

El incremento en el número de asociados ha propiciado una facturación agrupada de 620 millones en 2024, un 23% más

José Durá, director general de Grupo BdB. «En 2025 seguiremos consolidando nuestra expansión en Portugal y en Canarias, donde recientemente hemos incorporado un nuevo delegado de zona en Las Palmas», indica.

Con estos datos, Grupo BdB «se consolida como una de las centrales de compras más fuertes del sector de la construcción en España y Portugal, con una red en constante crecimiento y un modelo de apoyo integral al asociado».



BOLOGNA
22/09 al 26/09
CERSAIE
HALL: 19
STAND : C33



Perfil para el remate con luz de peldaños

Novopeldaño
ASTRA® Stella



EL ASTRA® QUE MÁS BRILLA

No es una estrella más en el firmamento. Estamos ante un fenómeno estelar nunca visto, una nueva súper nova.

El nuevo **Sistema Novopeldaño ASTRA® Stella** es una solución innovadora para peldaños que quieren brillar con luz propia dentro del mundo del diseño, aunando la estética del material **ASTRA®** y la decoración de la iluminación **ECLIPSE**. ¡Qué más se puede pedir!.

Un sistema estelar que se compone de un cara vista antideslizante del exclusivo material **ASTRA®**, que aporta seguridad, y de un perfil base de aluminio preparado para alojar la tira de led, y dejarlo listo para brillar.

La última innovación de **EMAC®** tiene luz y nombre propio, **Novopeldaño ASTRA® Stella**.

Novopeldaño ASTRA® Stella, el ASTRA que más brilla.



AIDIMME
INSTITUTO TECNOLÓGICO

SOCIO CORPORATIVO
Club
cámara
VALENCIA



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

EMAC®
EL TOQUE FINAL
EMAC® GRUPO | ESPAÑA | USA | ITALIA |