

el Periódico del **Azulejo**

DIRECTOR : ÁNGEL BÁEZ CALVO
JULIO Y AGOSTO DEL 2025

NÚMERO 287
www.elperiodicodelazulejo.es

Grupo Pamesa adquiere la
histórica azulejera Natucer

Más de 140 empresas españolas
participarán en Cersaie 2025

La reinterpretación de
los acabados naturales
con tecnología de
vanguardia cobra
fuerza en la cerámica.

IMAGEN: 'EVELYN', DE ARGENTA

Elegancia natural

Sumario

Tema del mes

Páginas 4 a 7



Premios a dos firmas
referentes del clúster

Diseño

Página 18

Las cuatro **tendencias**
para el próximo año

Colocación

Página 19

Fila, compromiso con
la formación técnica

Distribución

Página 23

Duran compra Mayfe

Industria

Página 11



Ecoceramic | Entrevista
a **Alejandro Argente**

Director: Ángel Báez Calvo. Jefa 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 Castellón. Teléfono: 964 349 500. DL: CS-016-2000

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

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



Azulejo newsletter



www.elperiodicodelazulejo.es

APOYOS PARA PAVIMENTO FLOTANTE

MATERIAL RECICLABLE

Visite nuestro catálogo técnico
PRESTO www.lizabar.com

MODELOS
PATENTADOS

PARA USO EN:

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

Ejecutamos el montaje
a nivel nacional



SECTOR CONSTRUCCIÓN



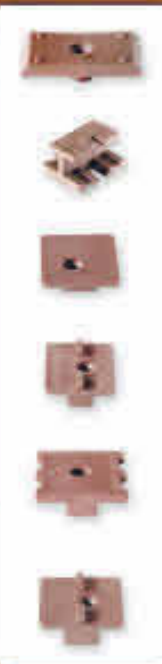
SECTOR ENTARIMADOS

Columnas gran altura regulables
Resistencia 1.000 kg
Alturas ilimitadas

GRAPAS
OCULTAS PARA
ENSAMBLAJE
DE TARIMAS
NATURALES Y
SINTÉTICAS



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



Parte de la plantilla de profesionales de Grupo STN, compuesta por más de 1.400 trabajadores, posan con la escultura que acredita como Empresa del Año 2024 en los premios del periódico 'Mediterráneo'.

Grupo STN, un modelo de éxito en el sector cerámico

El mayor fabricante cerámico europeo, reconocido en los prestigiosos **premios Empresa del Año** de Castellón

Gruppo STN ha sumado a su palmarés el premio Empresa del Año 2024, una distinción que organiza el periódico **Mediterráneo** y que otorga un grupo de 19 profesionales independientes vinculados al mundo institucional y a la esfera económica y universitaria. Este galardón es un espaldarazo más a la empresa fundada por Ricardo Aparici a comienzos de la década de los 70 en Nules. La firma, con el paso de los años, se ha convertido en un grupo referente del sector internacional y primer productor de cerámica de Europa.

Así nació Cerámica Nulense: con 32 trabajadores, un horno y una nave de 60.000 metros cuadrados. El objetivo era tan ambicioso como inspirador: fabricar productos cerámicos de alta calidad a un precio accesible. Aquella visión marcó el inicio de una transformación industrial que, cinco décadas después, ha llevado al Grupo STN a convertirse en el primer fabricante europeo por volumen de producción y uno de los siete mayores del mercado internacional.

Desde sus inicios, el crecimiento de la empresa estuvo impulsado «por una



La propiedad y la directiva posan con el galardón económico más prestigioso de Castellón.

firme apuesta por la eficiencia productiva, la innovación y una gestión estrechamente vinculada al territorio en la provincia de Castellón».

En sus primeros años, la compañía se centró en la fabricación de revestimiento en bicocción, pero, muy pronto, ya en las décadas de los 80 y 90 inició una pro-

funda evolución tecnológica e industrial: se incorporaron hornos dobles y se amplió la gama de productos. Asimismo en estos años, la compañía castellanense consolidó su expansión internacional.

Uno de los grandes puntos de inflexión en la historia del grupo llegó en los años 90, con la incorporación de la pro-

ducción de porcelánico. Esta evolución tecnológica supuso no solo un salto cualitativo en términos de producto y capacidad industrial, sino también un fuerte impulso en la generación de empleo. A medida que la planta crecía y se incorporaban nuevas líneas de producción, el equipo humano también se expandía. «Para el grupo, apostar por la innovación siempre ha ido de la mano de la creación de empleo», reseñan.

Así, a finales de la década, la compañía contaba con 560 trabajadores, consolidando su compromiso con el desarrollo económico y social de Castellón con empleo estable y de calidad.

TRANSFORMACIÓN INDUSTRIAL

Con la llegada de los años 2000, el grupo dio un nuevo salto de escala en su transformación industrial. La apuesta por la innovación se intensificó con la incorporación de tecnologías de vanguardia como la impresión digital, la rectificación de piezas, prensas de alta capacidad y sistemas avanzados de planificación y logística. Estas mejoras optimizaron la calidad del producto y elevaron la eficiencia del proceso productivo. Ese mismo impulso por la excelencia quedó reflejado en la obtención de la primera certificación ISO 9001.

A partir de 2009, este proceso de evolución industrial vino acompañado de

FOTOS: TONI LOSAS Y KMY ROS



Ricardo Aparici, copropietario de la compañía, con el presidente y la vicepresidenta del grupo Prensa Ibérica, Javier Moll y Arantza Sarasola, en la ceremonia de las distinciones de la economía de Castellón.



STN recibió en febrero el Alfa de Oro en Cevisama por su innovador sistema de recuperación energética.



La delegación de Grupo STN en la ceremonia de los galardones, con el director de 'Mediterráneo', Ángel Báez.



El edificio corporativo de Grupo STN donde concentra la actividad de oficinas.

una creciente profesionalización en la dirección de la empresa, coincidiendo con la incorporación activa de la segunda generación de la familia fundadora en la toma de decisiones estratégicas. Esta combinación de experiencia, visión renovada y estructura organizativa consolidada permitió afrontar con solidez los nuevos retos del mercado global.

Para 2010, la dimensión del grupo ya era mayor: con 14 hornos activos y una capacidad de producción diaria superior a los 50.000 metros cuadrados, había consolidado una estructura industrial robusta y eficiente.

Este crecimiento se sustentaba (y se mantiene hoy) en un modelo de fabricación singular, reforzado por una inversión constante en tecnología, que permite alcanzar los máximos niveles de productividad con la mejor calidad. Una combinación para competir y liderar con solvencia en los mercados internacionales más exigentes.

La década siguiente fue clave para el salto internacional definitivo del grupo y para la consolidación de una estrategia

comercial más sofisticada y orientada al mercado. Durante estos años, el marketing y la construcción de marca adquirieron un papel estratégico dentro del crecimiento empresarial, impulsando la creación de hasta cinco marcas propias (STN Cerámica, Vitacer, Alaplana, KTL y Venux, esta última nacida durante el 2024) destinadas a segmentar la oferta.

En paralelo, el grupo continuó ampliando su capacidad productiva. En 2014 y 2020 se incorporaron la segunda y tercera plantas, respectivamente, y en este último año se superó la cifra de 1.000 empleados. Esta expansión culminó, por el momento, en 2024 con la inauguración de una cuarta fábrica especializada en la producción de placas de gran formato, un hito que estableció un nuevo estándar de calidad e innovación para la compañía. Esta inversión fue reconocida ese mismo año con el premio europeo *Best Factory of the Year*, otorgado por los prestigiosos TecnAwards.

Con Venux, como marca insignia en gran formato, y junto a las ya consolidadas STN Cerámica, Vitacer, Alaplana y

KTL (cada una con un enfoque distintivo en cuanto a estilo, gama y aplicaciones), el grupo ha logrado construir una arquitectura de marca sólida, versátil y coherente. Esta estructura permite cubrir todo el espectro del diseño arquitectónico y decorativo contemporáneo, desde pavimentos tradicionales hasta piedra sinterizada de altas prestaciones.

SOSTENIBILIDAD Y PREMIOS

En los últimos años, el grupo ha fortalecido su compromiso con la sostenibilidad y la eficiencia energética mediante la obtención de certificaciones ambientales clave y la puesta en marcha, en 2023, de una planta solar fotovoltaica.

Entre los hitos medioambientales de 2025, Grupo STN ha conseguido reducir en un 15% el consumo energético de sus plantas mediante el aprovechamiento del calor residual tanto en los hornos como en los atomizadores, el uso de turbinas de cogeneración, además de la instalación de sistemas fotovoltaicos.

2025 está siendo un ejercicio de premios, que comenzó con el premio Alfa de

Oro en Cevisama que Grupo STN recibió por su sistema de recuperación energética, que aprovecha los gases de combustión generados en el proceso de fabricación. Y siguió en abril con el debut de Venux en Coverings, donde consiguió el galardón al mejor stand de la feria.

Entre los proyectos de futuro de la compañía se encuentra la creación de un macrocentro logístico de 1,6 millones de m² en los términos de la Vall d'Uixò, Xilxes y Moncofa, actuación declarada Proyecto de Inversión Estratégico Sostenible (PIES) por la Generalitat.

Con todo, lo que comenzó como un pequeño proyecto cerámico en Nules se ha convertido en una referencia industrial. «El camino ha sido mucho más que una trayectoria empresarial: 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 durante su parlamento en la gala de Empresa del Año tras recibir el máximo galardón de la velada.



Parte del equipo directivo de Smalticeram España, con la escultura que representa el galardón de Trayectoria Empresarial, dentro de los premios más prestigiosos de la economía de la provincia de Castellón.

Smalticeram, **galardonada** **por su trayectoria en España**

Mediterráneo distingue a la firma por sus 25 años de recorrido en Onda, en los que ha experimentado una sobresaliente evolución con la I+D como estandarte

S smalticeram España recibió el galardón a la Trayectoria Empresarial en la 28ª edición de los premios Empresa del Año, organizados por el diario Mediterráneo. La ceremonia, celebrada en el Auditori de Castelló, reconoció a la firma de Onda por su compromiso con la innovación y su consolidación como motor productivo y tecnológico dentro del sector cerámico.

En sus 25 años de existencia, Smalticeram ha trazado un recorrido empresarial al alza: lo que comenzó como un almacén comercial enfocado a la venta de productos fabricados en Italia, se ha convertido en el centro estratégico del grupo a nivel internacional. Su plantilla es 100% local y su planta en Onda se proyecta al mundo como uno de los centros más sofisticados y vanguardistas del sector.

Smalticeram ha destacado en este cuarto de siglo por su capacidad para adaptarse a los cambios del mercado y por su enfoque en la sostenibilidad y la digitalización. La compañía ha sido pionera en la integración de tecnologías avanzadas en sus procesos productivos,



La compañía conmemora en 2025 su 25º aniversario en la provincia de Castellón.

lo que le ha permitido ofrecer desarrollos técnicos de vanguardia para sus clientes.

En un contexto de creciente demanda de soluciones cerámicas más responsables con el medio ambiente, Smalticeram ha sido también precursora en la integración de soluciones, que permiten reducir el impacto ambiental de su producción, optimizando recursos y mejorando la eficiencia energética. Desde sus inicios, la empresa ha entendido la importancia de estar a la vanguardia de la tecnología para ofrecer productos innovadores y de calidad, consolidándose como un motor de cambio dentro de la industria de la provincia.

En este sentido, Smalticeram ha implementado procesos productivos que minimizan su huella ecológica, incorporando prácticas que permiten reducir el uso de recursos naturales y optimizar la gestión de residuos.

Además de la sostenibilidad, la digitalización ha sido otro de los grandes ejes de su éxito. Smalticeram ha invertido de manera significativa en la modernización de su planta y en la incorporación

FOTOS: GABRIEL UTIEL, TONI LOSAS Y KMY ROS



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



Las instalaciones productivas de la compañía en Onda, uno de los centros tecnológicamente más avanzados del sector.



El espacio SmaltiLab, el 'showroom' de tendencias cerámicas ubicado en la localidad de Onda.



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.



La representación de la compañía que acudió a la ceremonia de entrega de las distinciones del diario 'Mediterráneo'.



La firma ha proyectado el denominado Espacio Bosque en su sede en Castellón.

de nuevas tecnologías que no solo aumentan la productividad, sino que también garantizan la precisión y calidad en todos sus productos.

HITOS EN SU EVOLUCIÓN

Aunque su llegada a la provincia de Castellón data del año 2000, fue en 2005 cuando Smalticeram construyó su primera planta en España. En su evolución también fue clave que solo tres años después, en 2008, decidió ampliar su capacidad con una nueva planta de fusión. No obstante, el gran salto llegó en 2015, cuando el grupo reorganizó su modelo productivo y decidió concentrar gran parte de su producción en España. El último gran hito tuvo lugar en 2023, con la puesta en marcha de la planta de gránulas cerámicas más grande del mundo.

Hoy, Smalticeram España lidera tres líneas principales de producto, las gránulas cerámicas de alto rendimiento, las tintas digitales que permiten decoraciones tridimensionales y los esmaltes de última generación, capaces de optimizar los procesos productivos y reducir el

impacto ambiental.

En este sentido, ha sido clave la apertura de Smaltilab, centro de innovación ubicado también en Onda, en el que la compañía concentra sus propuestas de futuro para la industria, convirtiéndose en una plataforma donde la investigación y el desarrollo se dan la mano con la creación de productos que responden a las necesidades del mercado.

El premio a la Trayectoria Empresarial también es un tributo a las personas que han hecho posible el crecimiento de Smalticeram. No en vano, la firma rindió homenaje en mayo a su plantilla con un evento en el que la mercantil destacó a aquellos trabajadores que, con su esfuerzo y dedicación, han sido parte esencial de la consolidación de la empresa.

Junto a su actividad, la compañía se ha significado en los últimos años por su respaldo a acciones de responsabilidad social, entre las que destaca su apoyo a la Fundación Síndrome de Down Castellón y Payasospital. Recientemente ha contribuido a la reconstrucción de un parque

infantil afectado por la DANA en la localidad valenciana de Picanya. También es uno de los patrocinadores del Villarreal femenino de fútbol.

Finalmente, otra iniciativa que la firma ha puesto en marcha con motivo de su 25º aniversario es el Espacio Bosque, jardín de inspiración mediterránea, sostenible y de bajo mantenimiento, con más de 5.000 metros cuadrados, en la sede de la empresa en Onda para mejorar la calidad ambiental y la integración paisajística del recinto.

«LAS PERSONAS SON EL ALMA DE NUESTRA FIRMA»

Fernando Tomás, director general de Smalticeram España, tomó la palabra tras recibir el galardón de Trayectoria Empresarial. En su alocución, Tomás hizo un recorrido por la andadura de la firma y relató que «el proyecto comenzó con un pequeño equipo de profesionales, pero con grandes expectativas y ganas de aprender». «Desde entonces, con mucho esfuerzo, trabajo y confianza, fuimos creciendo, evolucionando y hoy nuestra planta en 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, durante su parlamento en el Auditori de Castelló resaltó que «Smalticeram, más que nunca, se pronuncia con la 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 que, sobre todo, 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».

Natucer ya es la octava marca de Grupo Pamesa

Fernando Roig anuncia la adquisición de la firma de Onda tras multiplicar casi por seis su beneficio en 2024

El presidente de Grupo Pamesa, Fernando Roig, anunció el 29 de julio una operación de calado dentro del sector azulejero de Castellón: la compra de la empresa cerámica Natucer, una firma histórica con sede en Onda, especializada en la fabricación de cerámica de pequeño formato y reconocida por su apuesta por el diseño. Roig dio a conocer la información en el marco de la presentación del balance de la compañía en 2024 en las instalaciones de Pamesa en Vila-real.

La adquisición supone un nuevo paso en la estrategia de expansión del grupo castellonense y amplía su catálogo de marcas, conformado hasta la fecha por Pamesa, TAU, Ecoceramic, Prissmacer, Navarti, Geotiles y Ascale.

Natucer, fundada en el año 1988 por Manuel Rubert, se ha diferenciado por su especialización en formatos pequeños y acabados manuales, con una fuerte presencia en mercados internacionales de alto valor añadido. La compañía cerámica ha sido desde sus inicios embajadora en todo el mundo del buen hacer del Tile of Spain. También ha cosechado destacados reconocimientos por su compromiso con el diseño, el último de ellos el Alfa de Oro recibido en el año 2023. Manuel Rubert dio a conocer su jubilación cuatro días antes de la confirmación de la compra de la compañía de Onda por parte de Grupo Pamesa.



El presidente de Grupo Pamesa, Fernando Roig, durante su intervención pública el 29 de julio.

En su intervención detalló las razones que han llevado a la compra de la empresa. En la pasada edición de la feria Coverings «comenzó la historia, porque teníamos cierto interés por parte nuestra de complementar con pieza pequeña, y vimos que ya había una empresa desarrollada y con prestigio, sobre todo en Estados Unidos, y vimos que era un buen momento». La firma fue Natucer. Las negociaciones duraron tres meses hasta

que fructificaron y se cerraron a finales del mes de julio.

Con esta decisión, Grupo Pamesa se incorpora a los 158 trabajadores de Natucer, mientras que José Cantavella será el director comercial. «Vamos a hacer un gran trabajo y tengo la confianza en que va a ser una grandísima adquisición», expresó Roig. El pasado año, Natucer facturó 32 millones de euros «y esperamos aumentarla a partir de

ahora», dijo. De esta manera, el grupo comprende todas las gamas de formato en el sector cerámico. A finales de año, en las instalaciones de esta compañía se incorporará un *showroom* ampliado. Roig también anticipó que Natucer mantendrá el nombre comercial en los mercados donde ya opera y la filosofía de la empresa comandada durante 37 años por Manuel Rubert.

RESULTADOS EN EL PASADO EJERCICIO

Además de la compra de Natucer, el presidente de Grupo Pamesa presentó los resultados del conglomerado empresarial en 2024. Pamesa registró 1.132 millones de euros en ventas, lo que supone un descenso del 5% respecto a 2023. Esto se debe, principalmente, al retroceso del 18% en ventas de materias primas, con 168 millones. En cambio, las ventas de energía crecieron un 18%, hasta alcanzar los 39 millones, mientras que la cerámica, que concentra el grueso del negocio, cerró con 926 millones, un 3% menos.

A pesar de la caída de facturación, los beneficios se disparan. El ebitda (beneficio bruto de explotación) se sitúa en 192 millones de euros (+17%) y el beneficio neto alcanza los 114 millones, una cifra que quintuplica los 21 millones del ejercicio anterior. Roig señaló que este resultado «equivale al 10,1% sobre las ventas». El presidente de Pamesa destacó que «el año ha sido muy bueno y en 2025 vamos a tener unos resultados superiores». En cuanto al cambio de proveedor energético, explicó que el paso de Endesa a Naturgy «nos ha supuesto entre 85 y 90 millones de euros de diferencia», una de las claves del balance.

Roca se reposiciona con la compra de la italiana Antonio Lupi

Operación de altura en el **baño**

Roca Group ha alcanzado en julio un acuerdo para tomar una participación mayoritaria, a través de su filial Laufen, de la firma italiana Antonio Lupi Design. De esta forma, la compañía familiar de productos para el baño, con sede en Gavà, apuesta por el sector *premium* de productos de mobiliario de baño. Según ha informado Roca en un comunicado, la adquisición «impulsará la expansión comercial global del grupo italiano, que mantendrá su plena

independencia operativa e identidad, aprovechando el alcance de Roca Group».

Antonio Lupi Design fue fundada en 1950 y tiene su sede en Stabbia (Toscana). Es reconocida en el sector por la calidad de sus productos para el baño, que se distribuyen en más de 80 países. El pasado año alcanzó una facturación de 42 millones de euros y cuenta con 100 empleados. Con la compra, la compañía española integra a un socio que, según explica la propia firma, «combina tradición arte-



La empresa con sede en la Toscana facturó 42 millones en 2024 y cuenta con 100 empleados.

sanal, innovación técnica y prestigio internacional». Antonio Lupi seguirá liderada por la familia fundadora y continuará siendo gestionada desde su sede de Stabbia, donde alberga su centro de I+D y las plantas de producción.

«Mis hermanos y yo estamos entusiasmados con esta alianza. Estamos convencidos de que esta operación no solo representa una magnífica oportunidad estratégica sino que es una ocasión para expandirnos en Italia y en el extranjero,

con beneficios para ambas empresas y para nuestros clientes, asegurando un futuro para la compañía», ha manifestado Andrea Lupi, consejero delegado del grupo italiano.

Por su parte, Albert Magrans, consejero delegado del conglomerado industrial catalán, ha añadido que «la combinación de Antonio Lupi con nuestra división *premium* Laufen nos pone en una situación privilegiada dentro del segmento alto de mercado».

Cersaie ya acapara toda la atención del Tile of Spain

Más de **140 firmas españolas** dispondrán de stand en la feria, que aumenta su superficie en 10.000 metros



FOTOS: JAVIER CABRERIZO

La 42ª edición de Cersaie, que se celebrará en Bolonia (Italia) del 22 al 26 de septiembre, ocupa el 100% de sus diferentes zonas expositivas.

La edición 2025 de Cersaie, el certamen internacional más importante de la industria cerámica mundial, se celebrará del 22 al 26 de septiembre en el recinto BolognaFiere, en Bolonia (Italia). Durante cinco días intensos, la muestra reunirá a fabricantes de superficies cerámicas, equipamientos de baño, materiales no cerámicos y soluciones de diseño innovadoras, convirtiendo la ciudad italiana en el epicentro del sector.

La cita se presenta en el calendario con altas expectativas: se prevé que congregar a más de 100.000 profesionales de hasta 164 países. Habrá 615 expositores, frente a las 606 empresas que participaron en 2024. España, con más de 140 expositores confirmados, será la segunda delegación más numerosa tras Italia.

Además, el recinto expositivo se ha ampliado hasta los 155.000 metros cuadrados con el objetivo de ofrecer una experiencia más cómoda tanto a los visitantes como a los expositores. El certamen contará también con una amplia programación de eventos paralelos para incentivar la asistencia.

IMÁGENES DE GRAN FORMATO COMO BIENVENIDA

Los visitantes de la muestra serán recibidos por un nuevo pórtico de entrada diseñado por el arquitecto Dario Curatolo, que mostrará una serie de imágenes de gran formato de materiales y productos cerámicos. «Estas imágenes destacarán diversos aspectos de la cerámica, desde la forma y el color hasta la función y la tecnología, y, sobre todo, la belleza intrínseca del material», antici-



Ocho pabellones de BolognaFiere albergarán las novedades de los fabricantes cerámicos.



La delegación española en el evento será la más numerosa, solo superada por la italiana.

pan desde la organización del evento internacional de Bolonia.

Con 10.000 metros cuadrados adicionales en comparación con 2024, la feria ha reorganizado la distribución de los 155.000 metros cuadrados de superficie expositiva (ya totalmente reservados). Cuatro pabellones —uno más que en la edición anterior para dar cabida a nuevos expositores— se dedicarán al mobiliario de baño, situados en puntos clave y rodeados por ocho pabellones que presentarán las últimas innovaciones en recubrimientos cerámicos. Por su parte, los pabellones 31 y 32 acogerán nuevas categorías de productos, incluidas «otras superficies prestigiosas» como madera y mármol, junto con acabados para interiores y exteriores.

'START UPS' Y LA CIUDAD DE LA COLOCACIÓN

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 considerablemente ampliada para *Tiling Town* (la Ciudad de la Colocación) y empresas especializadas en colocación

El certamen ha reorganizado la distribución de los 155.000 metros cuadrados de su superficie expositiva

de cerámica, cuya importancia en la industria cerámica es cada vez mayor.

También hará su debut 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 amplio programa cultural de la feria, que incluirá conferencias magistrales en el Palazzo dei Congressi, mientras que The Square, en el Centro de Servicios, acogerá conferencias de arquitectura y diseño, así como la Rueda de Prensa Internacional.

ARQUITECTURA CON ACENTO ESPAÑOL

La arquitecta española Ángela García de Paredes (Paredes Pedrosa Arquitectos) será la invitada especial en el programa cultural *Costruire, Abitare, Pensare*. La intervención de la arquitecta se desarrollará el jueves 25 de septiembre, a las 14.30 horas, en el recinto The Square.



Más información:

Escanea el QR para consultar el listado de 615 expositores de Cersaie en la página web www.elperiodicodelazulejo.es

Cemex apuesta por la tecnología de Innova Group

La compañía mexicana refuerza su logística nacional con la instalación de 25 envolvedoras semiautomáticas suministradas por la **firma castellanense**

Cemex, la empresa cementera más potente de México y referente a nivel mundial en el campo de los materiales para la construcción, ha confiado en la tecnología de embalaje de la firma castellanense Innova Group para equipar el final de línea de quince de sus plantas productivas en México. Este importante proyecto de embalaje ha contemplado la instalación de 25 envolvedoras semiautomáticas de plataforma por parte de Innova, una solución clave para mejorar la estabilidad de las cargas de Cemex en el transporte por carretera.

Con presencia global y una destacada trayectoria en innovación en materiales de construcción, Cemex es uno de los mayores fabricantes a nivel mundial de cemento, concreto premezclado y agregados. En México, la empresa es un referente líder que opera múltiples centros de producción estratégicos que abaste-

Este proyecto ha contemplado la instalación de 25 envolvedoras semiautomáticas de plataforma 'Cyclone'

cen tanto al mercado nacional como internacional. Cemex apostó por la solución de enfardado de Innova por su eficiencia, sostenibilidad y enfardado seguro, en línea con su compromiso por mantener altos estándares de calidad y seguridad que exige la logística de una compañía de esta magnitud.

SOLUCIÓN PARA UNIFICAR LA LOGÍSTICA

Cemex buscaba una solución de enfardado que pudiera adaptarse a diferentes líneas y centros de producción y tipos de carga, manteniendo en todo momento la uniformidad, la resistencia del embalaje y la facilidad de operación. Todo ello con el objetivo de mejorar la estabilidad de sus tarimas durante el transporte en rutas de largo recorrido en México.

La compañía norteamericana también buscaba unificar la logística en la totalidad de sus centros productivos y centros de distribución con una misma tecnología de enfardado común y cuyo origen proviniera de un mismo proveedor. Como el proyecto contemplaba equipar a quince de sus plantas principales, los sistemas de enfardado debían ser sencillos de instalar y de operar.



Todos los sistemas de enfardado del proyecto cuentan con sistemas de preestiro motorizado.



Las envolvedoras de plataforma de Innova han sido instaladas en quince plantas de Cemex.

Cemex también buscaba una solución con un fabricante de sistemas de embalaje local con sede en el país, como ha sido el caso de Innova Group, y que le proporcionará soporte técnico especializado en la instalación y posterior servicio técnico con reacciones rápidas.

LA TECNOLOGÍA DE ENFARDADO 'CYCLONE'

Para responder a este reto de multi-instalación, Innova Group fabricó e instaló para Cemex un total de 25 envolvedoras semiautomáticas de plataforma *Cyclone*, equipadas con el accesorio de sistema de cordón de refuerzo para mejorar la estabilidad. Este modelo, reconocido por su eficacia, fiabilidad y calidad europea,

permite envolver de forma segura distintos tipos de tarimas y productos con una operación intuitiva, ideal para entornos industriales exigentes.

Los sistemas de enfardado instalados en Cemex cuentan con sistemas de preestiro motorizado para optimizar el uso de film, y sistema de cordón de refuerzo, que actúa como un fleje para asegurar y unir la carga a su base de tarima. Esta solución proporciona mayor sujeción de la carga en los puntos críticos y es especialmente útil para productos pesados como los sacos de cemento y otros materiales de construcción.

Entre las principales ventajas que más aprecian los clientes que han instalado la

envolvedora *Cyclone* de Innova destacan las siguientes:

1. Incorpora un sistema de preestiro motorizado de hasta el 300%, para reducir el uso de plástico.
2. Sistema de PLC propio con hasta 99 programas, para adaptarse a diferentes tipos de cargas y necesidades logísticas.
3. Rapidez y sencillez de operación con pantalla táctil a todo color, optimizando los tiempos de trabajo y la seguridad del operario.
4. Sistema de acceso remoto para resolución de problemas de un modo más rápido desde Innova.
5. Tecnología modular para expandir las funcionalidades de la envolvedora, con la posibilidad de añadir accesorios de enfardado fácilmente.
6. Cuenta con componentes de alta calidad europea, por lo que ofrece una mayor fiabilidad y reducción de averías.

El modelo 'Cyclone'

permite envolver de forma segura distintos tipos de tarimas y productos con una operativa intuitiva

Con la instalación de estas soluciones de la marca castellanense, Cemex ha reforzado su proceso de embalaje en múltiples plantas, unificando su tecnología de enfardado con una solución eficaz y polivalente. Por su parte, desde Innova Group destacan que «para nosotros es un verdadero orgullo esta colaboración con un fabricante referente internacional como Cemex, al que hemos aportado nuestras soluciones de embalaje para mejorar su logística». «Desde nuestra sede en Querétaro, ofrecemos a Cemex y a todos nuestros clientes ubicados en México un acompañamiento integral en todas sus necesidades de embalaje de final de línea: consultoría técnico-comercial, servicio técnico personalizado, capacitación técnica, suministro inmediato de refacciones y bodega con stock de maquinaria disponible para atender cualquiera de sus necesidades de una forma ágil y eficiente», indican.

Asimismo reseñan que «este proyecto reafirma el compromiso de Innova Group con el mercado mexicano y nuestra apuesta por ofrecer soluciones de embalaje eficientes, seguras y adaptadas a las necesidades de la industria».

ENTREVISTA

Alejandro Argente Gerente comercial de Ecoceramic

«EEUU continúa siendo uno de nuestros motores»

En pocas semanas se levantará el telón de una nueva edición de Cersaie. ¿Cómo será la puesta en escena de Ecoceramic y qué expectativas tienen depositadas en la feria internacional?

–Ecoceramic volverá a Bolonia en el mes de septiembre con una puesta en escena que refuerza nuestro posicionamiento como marca innovadora, versátil y sostenible. Presentamos una propuesta expositiva renovada, enfocada en la experiencia sensorial del visitante y la integración entre diseño, tecnología y funcionalidad. Cersaie es para nosotros un escaparate estratégico y esperamos consolidar relaciones internacionales, abrir nuevas vías comerciales y seguir impulsando el reconocimiento de nuestras colecciones.

–¿Mantienen su ubicación tras el cambio del año pasado y después de la ampliación de 2024?

–Este año en Cersaie 2025 estrenaremos ubicación. Nos trasladamos al hall 30 y al stand C84 - D83, un nuevo pabellón con mayor afluencia que confiamos será el escenario ideal para presentar nuestras novedades. Disponemos de un espacio de 360 metros cuadrados cuidadosamente diseñado para que nuestros clientes puedan experimentar de forma cercana y envolvente nuestras propuestas cerámicas más innovadoras.

–¿Con cuántos profesionales se desplazará Ecoceramic al evento y cuántos clientes esperan recibir en la cita?

–Estaremos presentes en Cersaie con un equipo aproximado de 25 profesionales, incluyendo perfiles técnicos, comerciales y de marketing. Esperamos recibir más de 600 visitas profesionales durante la feria, entre clientes, distribuidores y prescriptores de todos los países.

–¿Qué importancia comercial tiene Cersaie dentro del calendario promocional de la marca?

–Cersaie es clave dentro de nuestra estrategia comercial. Es el principal punto de encuentro con nuestros socios europeos y con mercados emergentes de gran interés. Además, nos ofrece una plataforma ideal para contrastar tendencias del mercado y lanzar novedades.

–En cuanto al producto cerámico en sí, ¿cuáles serán las principales propuestas de Ecoceramic en BolognaFiere?

–En Cersaie 2025 presentaremos una cuidada selección de colecciones que combi-



El gerente comercial de Ecoceramic, Alejandro Argente, en la sede de la firma en Onda.

narán diseño contemporáneo, naturalidad de materiales y tecnología avanzada. Entre nuestras novedades destaca *Gravita*, una innovadora propuesta que consigue llevar los relieves cerámicos hasta un nuevo nivel.

Gracias a la combinación de distintas técnicas digitales, conseguimos superficies tridimensionales de alto valor estético y técnico, con diferentes niveles de profundidad, contrastes de luz y sombra, y una integración perfecta entre relieve y gráfica. Esta evolución tecnológica nos permite crear texturas realistas, potenciar el impacto visual y ofrecer una mayor libertad creativa, todo ello manteniendo una alta eficiencia productiva.

El resultado son colecciones expresivas, funcionales y versátiles, pensadas tanto para el canal tradicional como para proyectos *contract* con altas exigencias de diseño.

–Al hilo de ello, ¿cómo está siendo la acogida del sistema de colocación en seco Quick Cerámica 2.0?

–*Quick Cerámica 2.0* está siendo muy bien recibido por su rapidez de instalación, sostenibilidad y eficiencia en obra. Desde su lanzamiento ha consolidado como una solución diferenciadora tanto

en el mercado nacional como en países europeos fundamentales como son el Reino Unido y Francia. Su propuesta sin adhesivos, con menor impacto ambiental y reducción de tiempos de ejecución, está despertando un gran interés entre distribuidores y prescriptores que buscan sistemas constructivos de mayor agilidad y más responsables.

–En cuanto a estilos, acabados y formatos, ¿qué tendencias están liderando la demanda de los productos de Ecoceramic en 2025?

–Hoy se buscan acabados más naturales, colores suaves y texturas que inviten a tocar. También están en auge los formatos modulares, que permiten jugar más con el diseño. Y algo que vemos muy claro: están funcionando especialmente bien las colecciones cerámicas que transmiten emociones, que son capaces de conectar con la arquitectura y con la parte más humana del diseño.

–A nivel general, y superado ya el primer semestre del año, ¿qué balance general hace de la primera mitad del año 2025?

–El balance es positivo. Hemos registrado un crecimiento moderado pero sostenido, impulsado por la reactivación del

mercado norteamericano y una mejora significativa en países de Oriente Medio y el Magreb. También valoramos muy positivamente la consolidación de nuestra marca en mercados clave de Europa como es el caso del Reino Unido.

–Estos mercados están siendo los más potentes en el presente ejercicio, ¿cuáles han ido a menos?

–Sí, Estados Unidos, Marruecos y Reino Unido están mostrando un crecimiento destacable tanto en valor como en volumen. En cambio, mercados tradicionales como Francia, Alemania e Italia han experimentando un cierto enfriamiento, especialmente en el canal de distribución, tal y como reflejan los últimos datos de exportación sectorial.

–En 2024 subrayaron el fuerte crecimiento de Ecoceramic en Estados Unidos. ¿Cómo han evolucionado esas cifras en 2025 a la expectativa de la imposición de aranceles por parte de la nueva Administración de Donald Trump?

A pesar del ruido en torno a los aranceles, EE.UU continúa siendo uno de nuestros motores. Gracias a una logística más afinada y a una oferta de producto bien pensada para ese mercado, mantenemos un buen ritmo. Además, nuestra presencia en ferias como Coverings nos está ayudando mucho.

–Frente a competidores como fabricantes indios o asiáticos, ¿cuáles son los valores diferenciales de la cerámica del catálogo Ecoceramic?

–Nuestros diferenciales están en el diseño europeo, la innovación técnica, la fiabilidad del producto y el cumplimiento riguroso de normativas internacionales. Apostamos por colecciones versátiles, sostenibles y con alto valor añadido, que responden a las exigencias del mercado global sin renunciar a nuestra esencia mediterránea.

–Y mirando al mercado español, ¿cómo está siendo su comportamiento y en qué zonas notan un empuje por encima de lo esperado?

–El mercado nacional se está mostrando más dinámico en Madrid. Y junto a la capital, también en zonas de Levante y del sur peninsular donde hay un notable repunte de la actividad reformista. Además, detectamos una mayor implicación del canal prescriptor, lo que nos abre nuevas oportunidades en proyectos tanto residenciales como *contract*.

–Por último, ¿han acometido este año o tienen en proyecto alguna inversión en materia de instalaciones, equipamiento, sostenibilidad o logística?

–Sí, en 2025 hemos reforzado nuestra inversión en eficiencia energética, digitalización de procesos y capacidad productiva. Una parte clave de esta estrategia ha sido la incorporación de tecnologías cerámicas avanzadas que permiten generar superficies cerámicas con relieves tridimensionales mediante aplicación digital de tinta estructurante y cola con gránula aspirada.

Estas innovaciones no solo amplían nuestras posibilidades de diseño y personalización, sino que también optimizan el uso de materiales y reducen el impacto ambiental, en línea con nuestro compromiso con una cerámica más sostenible e inteligente.



La nueva instalación marca un punto de inflexión para la industria del prensado cerámico al permitir la producción de relieves de hasta 4x2 metros con una precisión y versatilidad sin precedentes.

Macer, tecnología para una nueva era del diseño

La empresa ha culminado una notable inversión para la fabricación de relieves cerámicos de hasta **4x2 metros**

Macer, referente en el diseño y fabricación de moldes y relieves para cerámica desde hace más de 50 años, anuncia la puesta en marcha de una nueva prensa hidráulica de gran formato desarrollada *ad hoc*. Esta instalación, «única en su clase a nivel mundial, marca un punto de inflexión para la industria del prensado cerámico al permitir la producción de relieves de hasta 4x2 metros con una precisión y versatilidad sin precedentes», resaltan desde la firma.

Desde la empresa adherida a Asebec / Spanish Ceramic Technology explican que «esta solución técnica no solo amplía la escala de producción, sino que redefine el modo de diseñar y fabricar en gran formato».

La nueva prensa cuenta con:

1. Fuerza de prensado ajustable entre 120 y 1.200 toneladas
2. Mesa móvil de 4.200 x 2.200 mm de dimensiones útiles
3. Más de 200 toneladas de peso total
4. Diseño específico para el trabajo con punzones y vulcanizado de goma

«Gracias a esta infraestructura y a la capacidad técnica y creativa del departamento de diseño de relieves, Macer es capaz de proyectar relieves de gran complejidad técnica sobre piezas de gran formato, incluyendo geometrías para pavimento de alto tránsito y superficies estructuradas aptas para tintas repelen-



Macer es capaz de proyectar relieves de gran complejidad técnica sobre piezas de gran formato.

tes y efectos tridimensionales», reseñan.

El equipo de Diseño de Macer, liderado por Guillermo Martín, ha trabajado para adaptar la estética cerámica a las exigencias del gran formato. Según explica Martín, «cambiar la escala lo cambia todo: desde la percepción visual del usua-

rio hasta la forma en que se comporta el material durante el prensado y la cocción». El diseño de relieves para estas dimensiones «requiere una especial atención a la homogeneidad de compactación, la compensación de espesores, la ausencia de patrones repetitivos visibles

a larga distancia, y la armonía entre forma y textura, especialmente en piezas orientadas a su instalación en espacios amplios y diáfanos».

«Nos enfocamos en geometrías limpias y en texturas naturales, que aporten valor estético sin recargar el ambiente. Diseñar para espacios donde el usuario ve la pieza tanto a 20 centímetros como a 20 metros, exige una nueva manera de pensar el diseño cerámico», señala Guillermo Martín. Además, «la tecnología está preparada para trabajar tanto

Este desarrollo

no solo amplía la escala de producción, sino que redefine el modo de diseñar y producir en gran formato

con porcelánico como con otras pastas atomizadas, lo que abre nuevas líneas de innovación en producto».

Para Macer, esta prensa «no solo amplía capacidades, sino que reconfigura todo el flujo de trabajo, desde el diseño inicial hasta el acabado final». «Estamos preparados para ofrecer a nuestros clientes lo que nadie más está ofreciendo en el mercado: la posibilidad de crear relieves y texturas en el gran formato», concluye Martín.

PortCastelló **crece un 25% en tráficos vinculados al azulejo**

La importaciones de **materias primas** mejoran un 26% y las exportaciones de **azulejos** aumentan en un 22,4%



PortCastelló aplica bonificaciones en tasas portuarias para fomentar la importación de materias primas y la exportación de productos cerámicos.

El puerto de Castellón continúa consolidándose como el puerto de referencia para el sector cerámico, con un crecimiento del 25,6% en un año en tráficos vinculados al clúster. Desde junio de 2024, el puerto ha gestionado 5.661.942 toneladas de mercancías asociadas a la industria azulejera, el 32% del tráfico total del puerto.

Así, el presidente de la Autoridad Portuaria de Castellón, Rubén Ibáñez, ha

señalado que «el recinto consolida su papel como infraestructura estratégica para la cerámica tras registrar importantes aumentos en ese tipo de tráficos vinculados a esta industria, clave para la economía de la provincia».

Este incremento se refleja tanto en las importaciones de materias primas como en las exportaciones de productos cerámicos, que han crecido un 26,2% y 22,4%, respectivamente. Este último dato

es especialmente significativo, ya que refleja el creciente interés de las empresas navieras del sector azulejero por operar en el puerto de Castellón, así como de aquellas que ya han apostado por PortCastelló como puerto de salida para esos productos.

Hay que recordar que PortCastelló ocupa además el tercer lugar del sistema portuario español en tráfico de graneles sólidos, un dato que refuerza su posicio-

namiento como *hub* logístico clave para la industria cerámica.

Rubén Ibáñez ha indicado que «desde la Autoridad Portuaria se trabaja, además, en la atracción de nuevos servicios marítimos regulares que faciliten el acceso a mercados estratégicos como Argelia, Marruecos, Turquía o Egipto, principales destinos de la cerámica castellanense».

PortCastelló aplica bonificaciones en tasas portuarias para fomentar tanto la importación de materias primas como la exportación de productos cerámicos, beneficiando a las empresas locales. De este modo, la Autoridad Portuaria de Castellón tiene aprobadas bonificaciones del 40% para las exportaciones de azulejos, frita de vidrio, pigmentos y esmaltes y también de un 40% desde la primera escala de buques portacontenedores. También dispone de bonificaciones del 5% a la importación de materias primas como la arcilla, el feldespato, el caolín, la arena o la nefelina, entre otras. Y de un 10% para el circonio.

El crecimiento en productos vinculados al sector cerámico ha sido significativo durante los últimos meses. La frita de

El recinto ocupa el tercer lugar en tráfico de graneles sólidos en España y es un ‘hub’ logístico clave para la industria azulejera

vidrio y esmalte ha experimentado en un año un notable aumento del 40,2%, mientras que las arcillas han crecido un 36,6%. Los azulejos han incrementado su volumen en 29,7% y el feldespato ha visto un crecimiento del 19,5%. «Estos datos refuerzan la vitalidad y el dinamismo del sector cerámico de la provincia, mostrando un mercado en constante expansión y con una creciente demanda tanto a nivel local como internacional», ha explicado Rubén Ibáñez.

El máximo representante de PortCastelló ha manifestado que «somos el puerto natural de la cerámica y un pilar fundamental para el sector porque la materia prima que necesita esta industria viene por nuestro puerto, no viene por ningún otro, por eso somos indispensables para la cerámica».

Finalmente, Rubén Ibáñez ha defendido también que «somos la mejor infraestructura portuaria al servicio del sector cerámico porque tenemos las industrias al lado del puerto, porque somos dinámicos, somos ágiles y porque hemos sido siempre el puerto que ha ayudado a la industria azulejera de Castellón en los momentos de dificultad».

Asitec presenta un «avance disruptivo» para el sector

Desde la compañía castellanense lanzan al mercado su último desarrollo: nueva línea para la producción de **láminas cerámicas de gran formato**



Asitec desarrolla soluciones de ingeniería para los diferentes procesos productivos cerámicos.

Asitec Group ha anunciado durante el mes de julio un destacado hito empresarial, «el desarrollo, implantación y puesta en marcha de una nueva línea de producción de lámina cerámica de gran formato, que supone un avance disruptivo dentro del sector cerámico».

Desde la firma castellanense explican que «es un proyecto integral *llave en mano*, en el que Asitec Group ha asumido la ingeniería, fabricación, montaje e integración completa de todos los equipos, con el objetivo de lograr una sincronización perfecta del funcionamiento global gracias a una arquitectura electrónica avanzada que conecta toda la línea

bajo un único sistema de control».

Fuentes de Asitec, como compañía especializada en desarrollos para la industria cerámica y adherida a Asebec, indican que «una de las claves tecnológicas de esta instalación ha sido el diseño de un proceso limpio y robusto, en el que se han evitado, en la medida de lo posible, elementos tradicionales de transporte como rodillos y correas, lo que reduce significativamente los puntos críticos de mantenimiento, minimiza vibraciones y mejora la estabilidad del material cerámico durante su manipulación. Girando toda la instalación alrededor de nuestro fiable sistema de bandas transportadoras patentadas».



El avance de la empresa minimiza vibraciones y mejora la estabilidad del material cerámico.

Logra sincronizar «el funcionamiento global con una arquitectura electrónica que conecta toda la línea en un único control»

Además, la línea «ofrece máxima flexibilidad, permitiendo la producción de láminas en cualquier espesor, sin limitaciones por cambio de formato, y eliminando problemas habituales de rotura o agrietamiento. Todo ello se traslada al día a día en una más que evidente mejora en la productividad, la calidad y la eficiencia operativa».

Finalmente, desde la compañía castellanense enfatizan que «esta nueva línea integra también soluciones punteras en automatización, entradas/salidas hornos y secaderos, eficiencia energética, y control de calidad, posicionándose como una de las más innovadoras actualmente en funcionamiento dentro del sector».

ICF & Welko instala un horno de última generación en Mimas

Tecnología para el **ahorro energético**

ICF & Welko consolida su presencia en el mercado español con la instalación de un horno de última generación en la planta de Mimas en la provincia de Castellón. Este proyecto «forma parte de la estrategia de crecimiento en el mercado ibérico, enfocándose en innovación, eficiencia y sostenibilidad», según expresa Carlos Llansola, *General Manager* de la marca en España.

El nuevo horno integra tecnologías avanzadas diseñadas para reducir el con-

sumo y el impacto ambiental. Gracias a sistemas de recuperación de calor, aislamiento térmico de alta densidad y quemadores con bajas emisiones de NOx, la planta garantiza un ahorro energético de hasta el 30%. Estos resultados «cumplen con la normativa europea y responden a la creciente demanda de soluciones ecoeficientes en el sector cerámico».

El horno está diseñado para permitir cambios rápidos en la producción, por lo que conseguirá minimizar los tiempos



La planta ahorrará hasta un 30% de energía gracias a sistemas de recuperación de calor y al aislamiento térmico de alta densidad.

de parada y, al tiempo, logrará mejorar la competitividad y los resultados de la planta de producción de piezas cerámicas de Mimas.

La versatilidad de la solución «se adapta a diferentes necesidades productivas, aumentando la eficiencia de la empresa». La instalación del horno será coordinada por ingenieros especializados de ICF &

Welko, firma adherida a Asebec / Spanish Ceramic Technology, en colaboración con el personal de la compañía azulejera y de diversos proveedores locales.

Esta inversión refuerza el papel de ICF & Welko como referente tecnológico en España, generando oportunidades de empleo y fomentando sinergias con el tejido industrial local. Roberto Magnani, CEO de ICF & Welko, comenta que «España es un mercado estratégico para nuestra visión global. Y este horno representa nuestro compromiso con la innovación sostenible y la digitalización, elementos clave para el futuro de la industria cerámica».

Con la mirada puesta en 2026, la empresa prevé ampliar su plantilla para potenciar los servicios de asistencia, mantenimiento y el desarrollo de soluciones a medida de las firmas cerámicas.

'Santelmo', cerámica con la esencia del Mediterráneo

La marca castellonense reinterpreta los acabados naturales con la fuerza estética de la tecnología **Artech** aplicada a las piezas de gres porcelánico



'Beach Sand' actúa como un mural cerámico de inspiración natural en este baño abierto al mar.



En este salón bañado por la luz, el acabado 'Tropic' actúa como una base serena y envolvente.

La colección *Santelmo* de Argenta Cerámica nace «de la emoción silenciosa que solo los paisajes costeros saben despertar». Inspirada en la costa mallorquina y sus infinitos matices minerales, esta «serie captura la esencia del Mediterráneo en superficies que son pura calma, calidez y sofisticación natural», destacan desde la firma castellonense.

Santelmo reinterpreta la naturaleza «con respeto y sensibilidad, apoyándose en la tecnología Artech de Argenta, que se aplica a las piezas de gres porcelánico». Este sistema «permite alcanzar un nivel de realismo y profundidad sin precedentes, gracias a la combinación de impresión digital de alta definición con texturas desarrolladas para replicar el grano de la arena en distintas intensidades», refieren desde el fabricante cerámico castellonense.

La colección *Santelmo* se despliega en tres variantes diferenciadas que consiguen evocar distintos tipos de arena: fina, media y gruesa. Esta metáfora material «se traduce en superficies cerámicas que varían en densidad visual y tacto, pero comparten una esencia común: la búsqueda de la armonía natural. Cada una de estas versiones no solo difiere en apariencia, sino que también introduce una experiencia táctil única».

El acabado *Fine* se presenta como una superficie de suavidad sedosa; *Tropic* aporta un equilibrio entre textura y uniformidad, logrando una sensación de naturalidad que se adapta a múltiples estilos arquitectónicos. Por último, *Santelmo Virgin* expresa «mayor presencia y carácter, con una superficie visualmente más rica, ideal para ambientes que buscan una estética orgánica con



'Santelmo Virgin Gold', en formato 120x120 centímetros, se extiende como una 'piel' mineral.

La colección se despliega en tres variantes diferenciadas que evocan distintos tipos de arena: fina, media y gruesa

personalidad». Pese a sus diferencias, las tres variantes comparten un hilo conductor: la búsqueda de la armonía natural. *Santelmo* no es una colección que impone, sino que se integra. Su diseño se inspira en los procesos geológicos y en la belleza imperfecta del entorno natural, proponiendo un diálogo sutil entre materia y espacio.

La versión más delicada, inspirada en la arena de grano fino, es sinónimo de pureza y fluidez espacial. En interiores donde la calidez serena se convierte en lenguaje —como este salón inundado de luz natural, con mobiliario de líneas orgánicas y una paleta neutra—, *Santelmo Fine* en acabado *Sand* aporta

continuidad y equilibrio visual. Su superficie mate y homogénea refuerza la sensación de amplitud, actuando como un fondo silencioso que potencia los materiales nobles que lo rodean: madera, tejidos naturales y fibras trenzadas.

1. *Santelmo Tropic*. Inspirada en la arena de grano medio, la serie *Santelmo Tropic* aporta una presencia sutilmente estructurada que da carácter a los espacios. En el salón bañado por la luz de la imagen (sobre estas líneas), donde la madera, el barro y los tejidos naturales se entrelazan, *Tropic* actúa como una base serena y envolvente. Su textura ligeramente marcada confiere profundidad visual y una estética mineral cálida.

2. *Santelmo Virgin*. La versión más expresiva de la colección encuentra su máxima sensibilidad en *Santelmo Virgin*, inspirada en la arena de un grano más contundente. El acabado *Virgin Gold* se extiende como una 'piel' mineral que aporta profundidad y carácter a los espacios donde se inserta. Su superficie, rica en matices, dialoga con las vetas de la madera y la rugosidad de los muros, generando un entorno táctil, sofisticado y profundamente sensorial.

3. *Santelmo Beach*. En la versión más artística de la colección, *Santelmo Beach* introduce una lectura decorativa de la arena a través de piezas en relieve que juegan con la luz, el volumen y la textura. En el baño de la primera imagen de esta página, el modelo *Beach Sand* 40x120 actúa como un mural cerámico de inspiración natural, donde cada cuadrícula reproduce con elegancia el dibujo orgánico del viento sobre la arena. La volumetría de la pieza, finamente labrada en la superficie, consigue transformar la pared en un lienzo sensorial.

'Ceramic+' busca «revitalizar la cerámica tradicional»

El Instituto de Tecnología Cerámica coordina este proyecto europeo en el que aportan su conocimiento diez socios de **España, Francia y Portugal**

El proyecto europeo *Ceramic+*, coordinado por el Instituto de Tecnología Cerámica (ITC), ha sido seleccionado como parte del programa *Interreg Sudoe* de la Comisión Europea. Esta ambiciosa iniciativa, de tres años de duración, pretende «preservar y modernizar la artesanía tradicional de la cerámica mediante la incorporación de tecnologías innovadoras, impulsando al mismo tiempo la capacidad innovadora de las pyme del sector».

Ante la progresiva desaparición de los oficios ancestrales de la cerámica, *Ceramic+* responde «a la creciente demanda ciudadana de recuperar la artesanía tradicional, tanto en el diseño contemporáneo como en la decoración de interiores». El objetivo es claro: preservar este patrimonio cultural y, al mismo tiempo, garantizar su transmisión y adaptación a los retos actuales.

El proyecto reúne a socios de cuatro regiones cerámicas emblemáticas de Europa: la Comunitat Valenciana (España), las regiones de Nouvelle-Aquitaine y Occitanie (Francia), y la región Centro (Portugal). Juntas, elaborarán una estrategia común, desarrollarán soluciones tecnológicas y pondrán en marcha acciones piloto para modernizar, revitalizar e internacionalizar la artesanía y las pyme del sector cerámico.

Entre las prioridades del proyecto figuran «desarrollar y mejorar las capaci-



Los integrantes de 'Ceramic+', en las instalaciones del ITC en la provincia de Castellón.

dades de innovación de las pyme del sector de la cerámica tradicional y de los artesanos, así como investigar y asimilar soluciones tecnológicas a retos comunes». También pretende «fortalecer el sector de la cerámica tradicional».

Así, *Ceramic+* reúne a un consorcio transnacional de diez socios:

1. En España, la EASD Castelló (la Escola d'Art i Superior de Disseny de Castelló); el Ayuntamiento de Onda, a través de la Concejalía de Cultura, Juventud y Bibliotecas, y el Museo del Azulejo Manolo Safont, además de la empresa Cevica, fabricante castellanense de baldosas y revestimientos cerámicos.

2. En Francia, cobra gran importancia el Polo Europeo de la Cerámica, con una destacada participación del Clúster Europeo de la Cerámica, que desempeñará un papel clave en la transferencia de tecnología, vinculando innovación y tradición y difundiendo las mejores prácticas en toda la región Sudoe. También participan en la iniciativa ENSAD Limoges (École Nationale Supérieure

Junto al ITC también forman parte de esta nueva iniciativa la empresa Cevica, EASD Castelló y el Ayuntamiento de Onda

d'Art et de Design) y la Alcaldía de Martres-Tolosane.

3. Y, finalmente, por parte de Portugal, el CTCV (Centro Tecnológico da Cerâmica e do Vidro), Cearte (Centro de Formação Profissional para o Artesanato e Património) y ADXTUR (Schist Villages Tourism Development Agency).

Equipe Cerámicas impulsa una nueva planta solar en Onda

Compromiso por la **sostenibilidad**

Equipe Cerámicas continúa avanzando en su compromiso con las energías renovables con la reciente finalización de una nueva instalación de paneles solares fotovoltaicos en su planta de producción de Onda, ubicada en el Polígono Industrial El Colomer. Esta actuación del productor azulejero «permitirá cubrir una parte significativa del consumo energético del horno, reduciendo la dependencia de fuentes externas y no renovables».

La nueva instalación «cuenta con una potencia de 726 kWp y se prevé que genere una producción estimada anual de 900 MWh; y la infraestructura se ha desarrollado sobre una superficie de 3.185 metros cuadrados, optimizando el aprovechamiento del techado industrial», expresan desde la firma azulejera castellanense. Gracias a esta inversión, se estima una reducción de 261.015 kilogramos de emisiones de CO₂ al año, lo que refuerza el compromiso de la compañía



La instalación, con una potencia de 726 kWp, espera generar una producción anual de 900 MWh.



con la sostenibilidad y la lucha contra el cambio climático. Hay que recordar que la firma ha obtenido el galardón de Medio Ambiente dentro de los Premios Empresa del Año de Castellón.

CONTINUIDAD A LA ACTUACIÓN EN FIGUEROLES

No en vano, esta iniciativa se suma a la instalación solar ya operativa en las instalaciones de Figueroles, donde Equipe

cuenta con 3.526 paneles solares que generan una potencia de 1,6 MWp. La empresa tiene previsto iniciar en breve la segunda fase de ampliación de esta planta fotovoltaica. Con estas actuaciones, Equipe consolida su posición como referente en innovación y sostenibilidad dentro del sector, «apostando por soluciones que combinan eficiencia, responsabilidad ambiental y competitividad».



El 15 de julio se abrieron formalmente las inscripciones 'on line' para las cinco categorías que conforman el certamen impulsado por Xtone y que permanecerán abiertas hasta el próximo 15 de octubre.

Xtone lanza sus premios para el diseño de cocinas

La marca busca resaltar «el potencial del **porcelánico** de gran formato como pieza central» de las cocinas

Xtone, marca de referencia en superficies de porcelánico de gran formato, lanza la primera edición de los Premios Xtone, bajo el *claim* *Revoluciona tu cocina desde la encimera*. La convocatoria que nace bajo las premisas de la innovación, el diseño y la sostenibilidad aplicada a las superficies de última generación, según explican desde la compañía de Porcelanosa Grupo.

Este certamen pretende «poner en valor el potencial del porcelánico de gran formato como pieza central en el diseño de la cocina, reconociendo aquellos proyectos que convierten la encimera o una isla en el eje emocional y funcional de la cocina». «También se premiarán propuestas que exploren otras aplicaciones del material, como revestimientos, pavimentos o mobiliario, así como proyectos que incorporen la piedra natural de Altissima, destacando su elegancia y versatilidad», añaden.

En palabras de Santiago Manent, *Managing Director* de la marca, «los Premios Xtone serán un altavoz mediático y sectorial para profesionales del mundo de la cocina que, con creatividad y oficio, hayan sabido elevar nuestras superficies a una experiencia visual y funcional». En este sentido precisa que la convocatoria está abierta a proyectos, residenciales o comerciales ejecutados entre 2023 y 2025 en España y Portugal.



La ceremonia de entrega se celebrará el 13 de noviembre en The Xtone Library Barcelona.

Los galardones establecen cinco categorías diferentes: Cocina con porcelánico Xtone; Cocina con piedra natural Altissima; Diseño de exposición en tienda de cocina; Diseño de mobiliario y Proyecto singular; y, finalmente, Talento joven, reservada a estudiantes.

La inscripción se realizará de forma *on line* en el enlace (<https://www.xtone->

[surface.com/premios](https://www.xtone-surface.com/premios)), donde también se pueden consultar las bases de participación. El 15 de julio se abrieron formalmente las inscripciones, que permanecerán abiertas hasta el 15 de octubre. La gala de entrega será el 13 de noviembre. La ceremonia tendrá lugar en The Xtone Library Barcelona, un enclave inspirador donde se reunirán los finalistas junto a

profesionales de referencia del mundo de la restauración, la cocina, el interiorismo, la arquitectura, y el sector de la piedra. El evento «contará con alicientes como música en directo, catering exclusivo y *networking* profesional en un ambiente creativo y de alto nivel», tal y como anticipan desde Xtone.

Un jurado de prestigio, que se anunciará a principios de septiembre, evaluará cada proyecto valorando su originalidad, funcionalidad, calidad de ejecución e impacto estético. Asimismo una de las

La convocatoria está abierta a proyectos, residenciales o comerciales realizados desde el año 2023 en España y Portugal

premisas de la convocatoria es reconocer propuestas rompedoras y que redefinan el uso de las superficie, al tiempo que buscar realzar el talento de marmolistas a la hora de proponer y crear cocinas y espacios funcionales.

Los ganadores profesionales de los galardones recibirán pases VIP a la Muestra Internacional de Xtone 2026; dos noches de hotel con SPA y cena en El Palasiet (Benicàssim); y máxima difusión en medios y redes sociales.



La librería Ceramic Pages combina la narración arquitectónica y la funcionalidad con el arte cerámico. A la derecha, la coloristas propuestas para el cuarto de baño con el sello de Barbie x Hewi.



Las cuatro tendencias en superficies para el 2026

Tradición artesanal, innovación tecnológica, visión creativa y opulencia son las cuatro líneas estéticas destacadas por el **ITC** en su último informe

La Unidad de Diseño y Tendencias del Instituto de Tecnología Cerámica ha presentado durante el mes de julio el *Informe de Tendencias en superficies para la cerámica 2026*, respaldado por el Instituto Valenciano de Competitividad e Innovación (Ivace+i), en el marco de una línea nominativa de apoyo a centros.

El estudio monográfico analiza diversas superficies y materiales, y refleja cómo la cerámica, en sus diversas formas, texturas y acabados, se convierte en un elemento clave en el diseño de hábitats contemporáneos, reflejando la transformación social, tecnológica y la búsqueda de entornos más habitables.

Lutzía Ortiz y Ana Benavente, las dos autoras del completo informe, destacan que «las superficies trascienden su función técnica para convertirse en un medio de expresión que conecta con valores como la honestidad material, la memoria y la ética circular. Además, se presentan cuatro tendencias principales: *Geomatter*, *Innerland*, *Heritage Play* y *Opulis*, que ofrecen respuestas a los desafíos del sector, tales como la búsqueda de autenticidad, bienestar emocional y reinterpretación del patrimonio material». Estas tendencias se ramifican, a su vez, en varias líneas que el estudio explica detalladamente con profusión de datos y ejemplos fotográficos.

En el estudio, las tendencias muestran cómo «la cerámica puede abrirse inusualmente a la experimentación, fusionando tradición artesanal, innova-

ción tecnológica y creatividad, invitando a diseñadores, marcas y técnicos a explorar nuevas posibilidades estéticas y productivas para crear espacios memorables, sostenibles y humanos».

'GEOMATTER'

Hallándonos en un contexto de incertidumbre climática y aceleración tecnológica, esta tendencia se vincula a la materia, la memoria y el origen. El diseño se convierte, según el informe en geopoética, evocando la memoria mineral y expresando la belleza de la tierra y la materia aún en sus naturales imperfecciones que dejan huella, esa misma sobre la que el espacio se reconfigura para devolvernos a lo esencial, sin artificios.

La paleta de color de *Geomatter* es, según el informe, «terrosa, mineral, orgánica y con variabilidad natural, con colores extraídos de la tierra: óxidos, arenas, cenizas, minerales, piedra caliza».

'INNERLAND'

La tendencia *Innerland* es la «nueva frontera» del minimalismo, ya que, dado que el mundo en el que vivimos está sobrecargado de estímulos, esta propuesta busca «redibujar el hogar como territorio emocional», en cada rincón y en cada superficie se busca construir un refugio. Se trata de un minimalismo que «no se basa en la ausencia, sino en la presencia consciente». Los espacios que nacen de esta tendencia son suaves, envolventes y parecen surgir de muros o de suelos, buscando, ya no deslumbrar, sino cuidar.

Los colores tienen «una cualidad casi táctil, con una calidez silenciosa, como si hubieran sido filtrados por el tiempo», blancos rotos, beige cálidos, grises polvorosos, entre otros, colores que calman la vista y proporcionan confort y tranquilidad en el espacio.

'HERITAGE PLAY'

Esta tendencia integra tradición, tecnología y emoción. En ella se valora la artesanía, la sostenibilidad, la expresión personal en entornos que son escenarios creativos, dinámicos y cargados de significado. En el interiorismo combina tradición, innovación y el encuentro de técnicas ancestrales que se fusionan con las tecnologías más modernas como la impresión 3D, buscando la sostenibilidad y el acercamiento al patrimonio cultural y artístico.

Los interiores son ambientes dinámicos que incorporan el juego, la creatividad y los colores vivos. Existen varias intersecciones en las que encontramos la artesanía, el juego y lo retro, encontrando colores que van desde las paletas suaves: beige, azul marino o tonos pasteles que evocan nostalgia y sofisticación, hasta tonos muy vivos como amarillo, verde, rosa, azul eléctrico, entre otros, que aportan energía y alegría, enriqueciendo experiencias visuales y táctiles.

'OPULIS'

Esta es la tendencia de la sofisticación y el exceso, pero con una mirada emocional y cuya estética surge de la exuberancia visual en un realce exquisito de texturas, materiales nobles y acabados. Se crean atmósferas que seducen, conmueven y nos hablan de herencias transformadas con el lenguaje actual.

Opulis es una tendencia profundamente visual que fusiona lo ornamental, la tecnología y el factor simbólico. Según el informe, «la materia se activa, los acabados responden a la luz y lo artesanal dialoga con lo digital, dando como resultado un conjunto de espacios donde la emoción, la función y la belleza se funden en una experiencia envolvente y profundamente contemporánea».

En cuanto a la paleta cromática, esta tendencia refuerza la atmósfera densa y emocional, partiendo de una base compuesta por tonos burdeos, azul petróleo, grafito y negro, sobre los que se integran destellos dorados envejecidos que arrojan una luz sofisticada y contenida, huyendo de las estridencias.

La gama se amplía con tonalidades «minerales y líquidas», como son los grises brumosos, el azul acero, tonos plateados con veladuras opalescentes y reflejos tornasolados, que conducen a los usuarios hasta una deliberada sensación de estar en presencia de superficies traslúcidas o metales pulidos por el tiempo.



Más información:

Escanea el QR para descargar el informe completo 'Tendencias en superficies para la cerámica 2026'

Fila realza el valor de la formación técnica

La compañía celebra en Xilxes una nueva edición de **Fila Academy**, con demostraciones de sus soluciones

Fila Solutions Iberia celebró en sus instalaciones de Xilxes (Castellón), una nueva edición de Fila Academy, su programa de formación técnica dirigido a profesionales del sector de la construcción, la reforma y el cuidado de superficies. Estas jornadas, tienen como objetivo actualizar y consolidar los conocimientos de los asistentes en el uso de soluciones de la multinacional de origen italiana desarrolladas para la limpieza, protección y mantenimiento de superficies.

Durante el encuentro, los asistentes pudieron disfrutar de una charla teórica con demostraciones prácticas en vivo, destacando la aplicación de soluciones exitosas como *Deterdek Pro*, *PS87 Pro*, *NoRust* o la última novedad de FILA: el antideslizante profesional *ProGrip*. Este producto aumenta la resistencia al desli-



Jordi Adsuara y Regino Rubio, durante las prácticas para conocer las propuestas de la marca.

zamiento del pavimento cuando está mojado o húmedo; aumenta el coeficiente de fricción de la superficie tratada; crea una micro rugosidad superficial sobre el material tratado; y reduce la resbaladizidad del pavimento, tanto con calzado como con pie descalzo.

La formación contó con la participación de Jordi Adsuara, director técnico de Fila Solutions, junto con Regino Rubio, Delegado de la zona Sur de la compañía, quienes compartieron sus conocimientos y experiencias en la aplicación de las soluciones de la marca. Los asistentes pudieron conocer de primera

Los asistentes

conocieron las propiedades, entre otros productos, del nuevo antideslizante profesional 'ProGrip'

mano el proceso de aplicación de las soluciones y los resultados que ofrecen.

Las soluciones de FILA demostraron su eficacia en una variedad de superficies, incluyendo mármol, barro, granito, gres porcelánico y piedra natural. Además, la jornada ofreció un espacio para el *networking*, lo que permitió a los profesionales presentes intercambiar experiencias y fortalecer relaciones de confianza dentro del sector.





surface
care
solutions

ANTIDESLIZANTE PROFESIONAL

calidad FILA

ACCIÓN RÁPIDA - NO CREA PELÍCULA - SEGURIDAD EN CADA PASO

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

www.filasolutions.com
[@filasolutionsiberia](https://www.instagram.com/filasolutionsiberia)








Más información







Andimac advierte de que el envejecimiento acelerado de los oficios y maestros en la actividad constructora en España está reduciendo la productividad del sector y está incrementando el absentismo laboral.

La falta de mano de obra, una «merma» para el sector

Andimac alerta de que hoy más de la mitad de los trabajadores de la construcción tiene **más de 45 años**

Andimac, la asociación española que representa a la distribución profesional de materiales para la construcción, fontanería y climatización advierte de que «el envejecimiento acelerado de los oficios y maestros en la actividad constructora en España merma la productividad del sector y agrava el absentismo».

Una advertencia formulada tras conocerse los datos del último Observatorio Inmobiliario de BBVA Research, *La escasez de mano de obra en el sector de la construcción*, según el cual más del 55% de los trabajadores en la construcción supera los 45 años, 5,2 puntos porcentuales más que la media. Una advertencia que ya venía realizando la organización en estudios como el Observatorio 360°, donde en 2024 apuntaba un creciente «techo de cristal» en la potencialidad del mercado por la falta de capacidad de operarios instaladores.

Para Andimac, las consecuencias de un envejecimiento laboral «que supera al del conjunto del mercado laboral español, implican una pérdida de potencialidad del mercado y acarrearán más tensión en los precios tanto del servicio de la instalación como de los materiales para compensar el creciente coste de la mano de obra». Principalmente empeoran el absentismo y la productividad laboral dado el componente físico de gran parte de las actividades. Así, en 2018 el 28,8% del empleo en construcción era mayor de 50 años, y en 2024 ascendió al 37,1%, llegando al 70% si se fija el umbral en los mayores de 40 años.

No obstante, desde el año 2022 «se aprecia una ligera tendencia al rejuvenecimiento de las plantillas que podría estar vinculada a la intensa llegada de



Una de las claves para aliviar la escasez de plantillas «pasaría por crear alianzas con centros de FP».

población inmigrante, por lo que existen razones para cierto optimismo, máxime teniendo en cuenta que la paulatina transformación tecnológica del sector podría ser un acicate para la contratación de jóvenes». De hecho, mientras que en 2018 los trabajadores en construcción menores de 30 años representaban el 8,8%, en 2024 el porcentaje ascendía hasta el 10,3%.

Según Andimac, una de las claves para aliviar la escasez de plantillas cualificadas «pasaría por crear alianzas con centros de Formación Profesional, de tal manera que puedan integrar en la cadena de valor modelos de crecimiento profesional a través de microcompetencias adquiridas por los nuevos profesionales del sector». «Estos profesionales, mayori-

tariamente inmigrantes, no pueden cursar los ciclos formativos convencionales, ya de por sí infrutilizados, por lo que reforzar el crecimiento profesional de los futuros trabajadores tiene enormes implicaciones positivas para todos los intervinientes en la cadena de valor», indican desde la asociación.

En este sentido, Andimac ha lanzado recientemente un programa piloto de prácticas profesionales dirigido a empresas del sector de la construcción con el objetivo de facilitar la integración práctica de alumnos desempleados que hubieran completado ya una formación especializada en competencias comerciales clave para el sector. «Esta es una manera de conectar a las empresas con alumnos en formación dirigida a profesionales de

la construcción, fontanería y climatización, subsectores todos ellos afectados por la falta de mano de obra cualificada», enfatizan desde el colectivo.

Sin embargo, la patronal asegura que «crear un marco de desarrollo profesional es un asunto que concierne a todos. Y de ahí la importancia de construir un ecosistema de cadena de valor que trascienda los intereses individuales, ya que no es un problema que se solucionará con modelos unilaterales, sino construyendo un sistema de valor profesional y social». A juicio de Andimac, esto requiere «un acuerdo claro entre agentes clave como son la industria y la distribución para impulsar el desarrollo de oficios en la base de la demanda de constructoras instaladoras, puesto que, como sostienen, «sin cantera, no hay progreso».

DÉFICIT DE 700.000 TRABAJADORES

Otras ideas importantes para el sector ante la falta de mano de obra pasan «por optimizar el inventario y la logística para reducir tiempos de suministro; crear herramientas digitales como palancas competitivas para que los profesionales puedan consultar el tiempo estimado de una instalación, su vida útil, el rendimiento energético o térmico y, finalmente, el ahorro en consumo de agua o energía; y, en tercer lugar, ofrecer productos con alta eficiencia para compensar el auge costes laborales».

En opinión de Andimac, «todo ello replantea ampliar el rol de servicio no sólo a proveedor de soluciones, sino a optimizador de tiempos para los constructores y los instaladores». Finalmente, Andimac recuerda también que la construcción sufre un déficit de profesionales de 700.000 trabajadores, que según la patronal CNC son los que necesita la actividad constructora para asumir tanto los compromisos de España en materia de vivienda como de infraestructuras recogidos en el Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia.



El nuevo acabado negro mate de 'Novopeldaño 5' se une al plata mate ya disponible en el mercado.



'Novoesquadra Aluminio', perfil clásico que se renueva con un acabado de tendencia: el negro mate.

Emac incorpora nuevos acabados de tendencia

La firma suma colores de moda dentro del **interiorismo** para algunas de sus soluciones técnicas y decorativas



'Novorodapié L' suma el acabado oro 'texture' (imagen) y grafito urbano.



'Novotapajuntas GTA', con la opción 'Perimetral' en acabado plata mate.

Arquitectura, innovación y materialidad. Estas son tres de las principales señas de identidad que marcan la trayectoria de Emac Grupo, firma con sede en Quart de Poblet (Valencia) y referente internacional en perfiles técnicos y decorativos, feludos técnicos de entrada, juntas de dilatación y estructurales, y soluciones de accesibilidad y seguridad universal.

Cada año, la firma añade nuevos modelos a su gama de productos. Entre

las propuestas que se han sumado a su catálogo durante el presente ejercicio sobresalen los nuevos acabados en grafito urbano y oro *texture* de *Novorodapié L*. Este perfil de diseño sencillo y líneas rectas está fabricado en aluminio anodizado y ha sido creado para su colocación como rodapié. Su geometría con remate en escocia facilita la limpieza, evitando la acumulación de gérmenes y cubre las juntas perimetrales. Esta solución de Emac se coloca de forma muy sencilla

adhiriéndolo a la pared. Es perfecto para obra nueva o reforma y en obras donde sean necesarios muchos metros.

Otra novedad de este año es el nuevo acabado negro mate de *Novopeldaño 5*, perfil diseñado para su colocación posterior a la instalación del pavimento por lo que es ideal para trabajos de rehabilitación y reforma. De estética moderna, se adapta a cualquier entorno y es muy sencillo de instalar. Se sirve opcionalmente con agujeros avellanados o adhesivo.

Gracias a su cara vista estriada, *Novopeldaño 5* ayuda al cumplimiento del DB-SUA del CTE en cuanto a resbaladizidad, ya que obtiene un buen valor de resistencia al deslizamiento en combinación con un pavimento. El nuevo acabado negro mate se une al acabado plata mate ya disponible en el mercado.

En tercer lugar *Novoesquadra Aluminio* ha añadido un nuevo acabado para aumentar la combinabilidad de este perfil destinado a la protección o decoración de cantos de cualquier tipo de revestimiento. Esta solución es ideal para trabajos de rehabilitación o reforma ya que no requiere hacer obra para su instalación. También es idónea para la protección de aquellos cantos deteriorados o mal rematados de instalaciones antiguas. Aunque de corte clásico, la nueva propuesta de Emac Grupo se renueva con el negro mate de tendencia.

Arquitectura,
innovación y
materialidad son las
señas de identidad
de las propuestas de
la marca internacional

Finalmente, Emac amplía la familia *Novotapajuntas GTA* con la opción plata mate en acabado *Natural*. Esta propuesta, fabricada en aluminio anodizado permite para cubrir juntas de hasta 100 mm de ancho. Gracias a su amplia cara vista antideslizante, es un perfil ideal para lugares de alto tránsito como hospitales o centros comerciales. Disponible sin agujerear o con agujeros avellanados (dependiendo del modelo).



España logró el pasado 2024 terminar la construcción de un total de 100.980 viviendas. Esta cifra es un 13% mayor que la registrada en el año anterior y supone la más alta desde el año 2012.

España supera la cifra de 100.000 viviendas en un año

El sector continúa al alza y ha conseguido alcanzar este volumen de trabajo **por primera vez** desde el año 2012

España logró en 2024 terminar la construcción de un total de 100.980 viviendas. Esta cifra es un 13% mayor que la registrada en el año anterior y supone la más alta desde 2012, ejercicio desde el que no se había logrado superar la barrera de las 100.000 unidades, según los datos recogidos en el Observatorio de Vivienda y Suelo, elaborado por el Ministerio de Vivienda, que certifica que los precios subieron un 7% en los últimos doce meses, acercándose ya a los 2.000 euros por metro cuadrado y muy cerca en términos nominales.

A este hito de haber alcanzado las casi 101.000 casas terminadas hay que añadir que en el último año se visaron las obras (licencias que se otorgan) de 136.187 nuevas viviendas, una cifra no vista desde 2009, que previsiblemente entrarán en el mercado la mayoría a partir de 2026 o 2027. Del total de las viviendas que han sido entregadas a sus nuevos dueños, la práctica totalidad de ellas, más de 86.600 unidades, tienen la consideración de libres, mientras las restantes 14.400 fueron viviendas de protección oficial (VPO).

Una de las grandes novedades de las que presumen los autores del informe, la cartera liderada por la socialista Isabel Rodríguez, es del aumento del 62% de la finalización y 95% de los visados de VPO. Prácticamente la mitad de los inmuebles de carácter protegido se entregaron en 2024 en Madrid, casi 6.700, frente a los



El precio de la vivienda se disparó en 2024 un 7% y roza ya los 2.000 euros por metro cuadrado.

pocos más de 1.600 que se finalizaron en Barcelona. Ocurre lo mismo con los visados, ya que en la capital se actualizaron los precios máximos de venta y la producción se ha multiplicado casi por siete. Según el Observatorio de Vivienda y

Suelo de Vivienda y Agenda Urbana, que basa estos datos en los recogidos por la Asociación Profesional de Sociedades de Valoración (Atasa) y en la Asociación Española de Análisis de Valor (AEV), el precio de la vivienda libre subió el últi-

mo año un 7% en 2024, mientras la protegida se mantuvo sin cambios, con una ligera revalorización del 0,2%. El coste medio de adquisición se sitúa en 1.972 euros por metro cuadrado, que supone solo un 5,2% por debajo en términos nominales que los máximos históricos alcanzados en la burbuja de 2007.

En el último año, el número total de viviendas escrituradas por los notarios en 2024 ascendió hasta las 715.429 unidades, la segunda cifra más elevada desde 2008. La inmensa mayoría de estas, un 91%, fueron de segunda mano, mientras un 19,1% del total de estas transacciones, 122.118 viviendas, fueron adquiridas por extranjeros, donde destacan nacionalidades como los británicos, marroquíes o alemanes, siendo Baleares, Comunidad Valenciana y Canarias donde más operaciones protagoniza este perfil de comprador.

Sobre el mercado del alquiler, el citado estudio ofrece datos, aunque en su mayoría están desfasados por tratarse de 2023. El Ministerio de Vivienda ha comenzado a incorporar los datos del Sistema Estatal de Referencia del Precio del Alquiler de Vivienda (Serpavi), índice que sirve para topa los precios en zonas tensionadas elaborado a partir de las declaraciones tributarias. La única conclusión a la que llega el documento es que, mientras los precios de venta no han superado aún los máximos alcanzados en la crisis financiera, el índice de alquiler «ha mostrado una evolución sostenida». Por último, si da por buenos los datos del Banco de España del retorno medio por el arrendamiento, que se sitúa en el 3,38%, valor más bajo desde 2011.

Comercial Arques **estrena** punto de venta en La Ràpita

El suministrador catalán refuerza su posicionamiento en el área geográfica de **Montsià** y las **Terres de l'Ebre**

BdB Comercial Arques celebró con éxito la inauguración de su nuevo punto de venta en La Ràpita (Tarragona), un acto que reunió a un total de 160 asistentes, entre los que se encontraba la familia Arques al completo, la dirección de BdB, numerosos clientes, proveedores y amigos, todos ellos testigos del crecimiento continuo de esta empresa con más de medio siglo de historia.

El evento fue una oportunidad para compartir con los asistentes la ilusión que supone este nuevo proyecto, fruto del trabajo constante y del firme compromiso de la compañía con la calidad y la atención personalizada.

La jornada comenzó con un discurso de Jaume Arques, socio y administrador de BdB Comercial Arques, quien valoró la jornada como «un paso que significa mucho para nosotros. Esta apertura es el resultado del esfuerzo de todo un equipo que cree en lo que hace y que, día tras día, busca superar las expectativas de nuestros clientes. Hoy podemos decir con orgullo que continuamos la visión que comenzó hace más de 50 años Juan José Arques Rullo, adaptándonos a los nuevos tiempos y manteniendo intacta nuestra esencia».

Además refirió que este nuevo punto de venta supone «no solo ampliar la capacidad de servicio, sino que reafirma su compromiso con la excelencia, apostan-



El 'photocall' de la inauguración de las nuevas instalaciones de BdB Comercial Arques.

do por la innovación y la cercanía para seguir construyendo relaciones duraderas con sus clientes».

Durante la jornada, además, se ofrecieron visitas guiadas por las instalaciones, que suman más de 3.000 metros cuadrados dedicados a materiales de construcción, ferretería, cerámica y baño, un espacio diseñado para facilitar la experiencia de compra y ofrecer el mejor asesoramiento tanto a profesionales como a

particulares. Toda la jornada estuvo ambientada con música en directo gracias a un *dj*, y también hubo servicio de catering, corte de jamón y un servicio de *foodtruck*, con el objetivo para fomentar las relaciones y *networking* y disfrutar al completo de la velada.

Con este nuevo punto de venta, BdB Comercial Arques refuerza su presencia en el sur de Tarragona y se posiciona como un centro de referencia para el sec-

tor, «consolidando la confianza de aquellos que buscan un aliado para llevar adelante sus proyectos, desde pequeñas reformas hasta grandes construcciones».

«Queremos que la calidad siga siendo nuestro sello inconfundible, como lo es en Sant Jaume d'Enveja, nuestro lugar de origen, y como ahora lo será también en La Ràpita. Este paso que damos hoy nos

La empresa continúa el legado que comenzó hace más de medio siglo Juan José Arques Rullo, el fundador de la firma

acerca a esa meta común que, en mi nombre y en el de todo el equipo que me acompaña, perseguimos con esfuerzo y pasión: consolidarnos como uno de los centros de referencia para profesionales y particulares en el sur de Tarragona», sentenció Jaume Arques.

Este nuevo espacio ofrece una amplia gama de materiales de construcción, ferretería y productos de baño, dirigida a profesionales y a particulares. Cuenta con proveedores como Pamesa, Tau Cerámica, Porcelanosa, Rubi, Bellota, Stanley, Kerakoll, Weber o Mapei, entre otras firmas destacadas.

El distribuidor mallorquín Duran compra la firma Mayfe

Operación en el **canal de venta**

La compañía mallorquina Duran (Guillermo Durán, SA), especializada en la distribución de materiales para la construcción, ha adquirido durante el mes de julio la propiedad de la empresa Mayfe (Maquinaria y Ferretería), con sede en Palma de Mallorca y reconocida por su contrastada trayectoria de más de seis décadas en el suministro y en el alquiler de maquinaria, y distribución de herramientas y acabados para la construcción.

Más allá de una operación corporativa, «esta alianza representa un paso estratégico basado en una visión común: reforzar la propuesta de valor de ambas empresas, combinando fortalezas complementarias, conocimiento del mercado y una cultura de servicio centrada en el cliente», comunican desde Duran. «Mayfe es una empresa bien gestionada, con un equipo altamente profesional y una cultura empresarial muy alineada con la nuestra», destacan desde la direc-



El establecimiento de Palma de Mallorca es uno de los cinco de Duran en las Islas Baleares.

ción de Duran. Tal y como señalan desde el distribuidor balear, la colaboración permitirá a ambas compañías «seguir operando con plena autonomía, preservando sus respectivos equipos, servicios y relaciones con clientes y proveedores, pero al mismo tiempo propiciará nuevas oportunidades tanto de innovación como en la propuesta de soluciones».

Desde Duran apostillan que «con esta incorporación reafirmamos nuestra apuesta por construir relaciones estratégicas de largo plazo, en línea con nuestro conocido compromiso por ofrecer un servicio excelente, por adaptarnos a las nuevas exigencias del mercado y por continuar evolucionando de forma sostenible dentro del mercado».



SÚPER PODERES

ASTRA® es el nuevo y exclusivo material de **EMAC®** dotado de súper poderes. **ASTRA®** está entre nosotros para hacernos la vida más fácil. Definitivamente ha aterrizado para quedarse.

Aúna un diseño natural y atractivo con la más avanzada tecnología para ofrecer una increíble experiencia constructiva.

Polímero técnico extrarresistente y curvable que ofrece las mejores prestaciones en todo tipo de entornos, no solo en interior sino también sumergido, en ambientes húmedos o en exteriores. Los colores de la gama son estables y duraderos en exterior preservando su apariencia natural con el paso del tiempo. Innovador acabado estriado antideslizante en colores de máxima tendencia. Un perfecto equilibrio que permite su uso en cualquier espacio con total seguridad.

El **Novopeldaño ASTRA® Nori** es la nueva solución de peldaño antideslizante, para poder finalizar una instalación en interior, exterior o sumergido.

Material exclusivo **ASTRA®**, los súper poderes existen.



EXTERIOR
OUTDOOR
EXTÉRIEUR
ESTERNO



INTERIOR
INDOOR
INTÉRIEUR
INTERNI



SUMERGIDO
SUBMERGED
IMMERGÉ
SOMMERSO



AIDIMME
NSTITUTO TECNOLÓGICO



SOCIO CORPORATIVO

Club
Cámara
VALENCIA

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

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