

el Periódico del **Azulejo**

DIRECTOR: ÁNGEL BÁEZ CALVO.
DICIEMBRE DEL 2025 Y ENERO DEL 2026

NÚMERO 291
www.elperiodicodelazulejo.es

Ascer anticipa, a falta de los
datos finales, el balance del 2025

Cevisama confirma su nuevo
modelo para la edición en 2026

FOTO: VEERLE EVENS

Hotel Kimpton Los
Monteros, en
Marbella, obra de
El Equipo Creativo
y proyecto finalista
dentro de los Premios
Cerámica de Ascer.

Interiorismo con equilibrio

Sumario

Tema del Mes

Páginas 4 y 5



Un 2025 «**estable** con altibajos» para el sector

Industria

Página 6

360 by Cevisama: la feria cambia de formato

Diseño

Página 20

Cevica, protagonista en 'Gran Hermano 20'

Colocación Cerámica

Página 21

Molins compra Secil

Distribución

Página 23



El canal **tradicional**, líder para las reformas

Director: Ángel Báez Calvo. Coordinación y redacción: Javier Cabrerizo. Diseño: José Martos. Fotografía: Manolo Nebot, Gabriel Utiel, KMY Ros, Toni Losas y Erik Pradas. Edita: Comunicación y Medios de Levante, SL. Directora Comercial: Cristina Pastor. Ejecutivo de ventas: Javier Cabrerizo. Web: www.elperiodicodelazulejo.es. E-mail: azulejo@elperiodico.com. Dirección: Ctra. Almassora, s/n. 12005 Castellón. Teléfono: 964 349 500. DL: CS-016-2000

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

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



Azulejo newsletter



www.elperiodicodelazulejo.es



ESPECIAL NAVARRA

Garnacha, pinot noir y merlot

44€

SELECCIÓN ENERO

65€

VALOR REAL

Tres vinos, un origen común: Navarra como territorio de diversidad, carácter y elegancia. Garnacha, pinot noir y merlot expresan aquí tres miradas de una misma tierra.

Una variedad histórica
en su versión más auténtica

Logos Garnacha 2019

Familia Escudero
Garnacha
DO Navarra

La expresión más delicada
del norte navarro

Castillo Monjardín Pinot Noir 2019

Bodegas Castillo de Monjardín
Pinot noir
DO Navarra

Carácter maduro
con final elegante

Logos Merlot 2019

Familia Escudero
Merlot
DO Navarra



Tu compra gourmet ahora más fácil en nuestra app. ¡Descárgala!



COMPRA ESTA SELECCIÓN O HAZTE SOCIO DEL CLUB DE VINOS
para recibirla sin gastos de envío y, además, tener estas ventajas:

- REGALO DE BIENVENIDA para nuevos socios y socias
- PRECIOS EXCLUSIVOS solo en Casa Gourmet.
- SIN GASTOS DE ENVÍO para socios en la selección de vinos mensual
- SIN PERMANENCIA. Puedes anular la entrega del 1 al 5 de cada mes





El sector cerámico español prevé que sus ventas totales a lo largo del 2025 serán similares a las de 2024, con una variación que oscilará con los datos definitivos en torno al ± 1 por ciento.

El azulejo afronta grandes retos tras un 2025 «estable»

La producción se mantiene y las **ventas en España** crecerán entre un 3 y un 5% a falta de los datos finales

La patronal cerámica Ascer ha hecho el tradicional balance preliminar del año ante los medios de comunicación en su sede de Castelló. Durante el encuentro, los rectores del colectivo de fabricantes anticiparon que el sector cerámico español ha encadenado, por segundo año consecutivo, un ejercicio estable, con unos resultados muy similares a los de 2024.

La previsión provisional de cierre del ejercicio estima que la producción podría situarse en torno a los 420 millones de metros cuadrados, en niveles parecidos a los del año anterior o registrar una ligera mejora, entre el 0% y el 3%. En materia de empleo también se registra un comportamiento positivo con un repunte cercano al 3%.

Junto con ello, las ventas totales se mantendrán estables, con una variación en torno al $\pm 1\%$. Las exportaciones, a falta de los datos finales del ejercicio se estabilizan y podrían registrar una ligera caída de entre el 0% y el -3%. Por su parte, la gran noticia proviene del mercado Español, con un comportamiento más positivo, con crecimientos estimados de



La industria finaliza el ejercicio con un balance con resultados positivos en aspectos como el empleo.

entre el 3% y el 5%. Con todo, la facturación en 2025 será similar a la del año anterior, que se situó en 4.819 millones de euros.

El presidente de Ascer, Ismael García Peris, señaló sobre el ejercicio a punto de finalizar que será «un año estable, aunque con altibajos». «Acabamos con la sensación de que va a ser un ejercicio digno», pese a los efectos derivados de la guerra comercial y del contexto internacional adverso», apostilló.

Las exportaciones se mantendrán entre el -3% y el 0%

Durante el encuentro, Ismael García presentó las nuevas incorporaciones a la junta directiva de Ascer tras la asamblea general electoral, celebrada el 12 de diciembre en las instalaciones del colectivo en Castelló. La vicepresidencia de la entidad se refuerza con la incorporación de Manuel Ángel Murillo y Raúl Carnicer, que se suman a Miguel Nicolás Prior, con lo que se recuperan así las tres vicepresidencias para afrontar una



A la izquierda, los directivos de Ascer: Manuel Ángel Murillo, Raúl Carnicer, el presidente Ismael García, Miguel Nicolás Prior y Alberto Echavarría, en la sede de la asociación Ascer en Castelló.

etapa que se prevé especialmente exigente para el sector. También se han producido los relevos establecidos en los estatutos entre los vocales de la patronal azulejera (ver gráfico de la página 5).

En el horizonte, el sector y Ascer tienen ante sí importantes desafíos. Entre ellos, desde la asociación han avisado durante las últimas semanas sobre «la situación de grave vulnerabilidad a la que se enfrenta el sector». Los cambios regulatorios previstos para el próximo periodo del EU ETS (2026–2030), sumados a la reducción de la retribución de la cogeneración, «pueden comprometer la viabilidad económica de un sector estratégico para España y, especialmente, para la provincia de Castellón».

Desde Ascer se reivindicó que, «una vez analizada la propuesta preliminar de asignación gratuita del EU ETS para el periodo 2026-2030, se estima que el sector va a ver reducida su asignación gratuita en un 34% respecto al periodo anterior (el recorte máximo previsto en la revisión). Esta reducción supondría para el sector un coste anual por CO2 de entre 109 y 163 millones de euros (para un precio de la tonelada de CO2 de entre 100–150 €/tCO2)». A este impacto se suma el recorte del 37,5% en la retribución de la cogeneración, que supone otros 30 millones de euros adicionales cada año.

Estos costes regulatorios equivalen entre el 60% y el 80% del beneficio neto de toda la industria española fabricante de baldosas cerámicas, cuyo margen medio en 2020–2022 fue según Acimac del 5%. Esto implica que «gran parte de la rentabilidad del sector queda absorbida y amenaza la continuidad de numerosas empresas».

No obstante, antes de concluir el año 2025, en concreto el 28 de diciembre, el sector recibió un pequeño respi-

Nueva junta rectora de ASCER	
Presidente	Ismael García (Peronda Group)
Vicepresidentes	1 Miguel Nicolás Prior (José Oset y Cia) 2 Raúl Carnicer (Cevica) 3 Manuel Ángel Murillo (Colorker)
Vocales	1 Alejandro Navarro (Argenta Cerámica) 2 Ricardo Aparici (Cerámica Nulense) 3 Rogelio Vila (Equipe Cerámicas) 4 Javier Ten (Exagres) 5 Luis Hernández (Grespania) 6 Ana Olucha (Hijos de Francisco Gaya Fores) 7 José Luis Llacuna (Keraben Grupo) 8 José Manuel Albalat (Porcelánicos HDC) 9 David Ramos (Porcelanosa) 10 David Fernández-Valladares Mora (Realonda)

La patronal refuerza su directiva con dos nuevos vicepresidentes: Raúl Carnicer (Cevica) y Manuel Ángel Murillo (Colorker)

ro en su pelea por reducir el coste económico que supondrá el ajuste de la Comisión Europea en derechos gratuitos de emisión de CO2 para el periodo 2026-2030. Tres días antes de finalizar el ejercicio, el azulejo conoció que ha sido incluido dentro de listado elaborado por la Comisión Europea de beneficiados de las ayudas por los costes indirectos de CO2 en electricidad, que se podrán solicitar a partir de 2026.

Con esto, se paliará en parte el coste económico, que puede alcanzar hasta 163 millones de euros, que supondrá el descenso del 34% que el sector sufrirá en la asignación gratuita de derechos de emisión. Así, el ámbito cerámico es uno de los 20 nuevos sectores y 2 subsectores que se han introducido en la modificación de las Directrices sobre las medidas de ayuda estatal en el contexto del sistema de comercio de derechos de emisión de gases de efecto invernadero posterior a 2021, que se publicó el pasado 23 de diciembre. Esta era una de las reivindicaciones que la patronal azulejera Ascer presentó a Bruselas y que también contó con el respaldo del Ministro de Industria.

Pero estas subvenciones no cubrirán el posible coste, que superará los 110 millones de euros, del recorte en los derechos de emisiones. Este dinero se deberá destinar a proyectos que reduzcan los costes del sistema eléctrico, así como a iniciativas que produzcan reducciones sustanciales en las emisiones de gases de efecto invernadero en las instalaciones de las empresas de este sector.

NUEVO CONVENIO LABORAL
Durante el mes de diciembre también se materializó un importante acuerdo para el sector, ya que afecta a 14.317 trabajadores, según los datos de afiliación a la Seguridad Social correspon-

dientes al mes de noviembre. El día 9, la patronal Ascer y los sindicatos UGT y CCOO firmaron un preacuerdo para el nuevo convenio laboral que establece una mejora salarial del 3% para 2026, otro 3% en 2027 y un 2% en 2028. Además, se atendió una de las reivindicaciones históricas de los representantes de los trabajadores, como es la reducción de la jornada anual. De este modo, en 2026 se pasa de 1.768 a 1.760 horas, mientras que en 2028 se reducirá en ocho horas más, hasta las 1.752.

El preacuerdo estaba pendiente de la ratificación de las partes, y fue el 18 de diciembre cuando se dio el visto bueno definitivo cuando las asambleas de delegados de UGT y CCOO aprobaron por mayoría la ratificación de este acuerdo. Por parte de la patronal cerámica Ascer, esta ratificación se produjo en una reunión de la junta rectora. De este modo, ya solo queda pendiente pactar la fecha del acto formal de la firma del convenio, que todavía no está fijada pero será inminente.

La firma del convenio no obliga a una actualización inmediata y automática de las condiciones laborales, aunque es habitual que una parte importante de las empresas del sector aplique los cambios una vez se produce la firma que asegura un periodo de tres años de *paz social*.

La entrada en vigor definitiva llegará tras la remisión del contenido del acuerdo a la autoridad laboral competente, para su revisión y aceptación. Una vez publicado en el Diari Oficial de la Generalitat Valenciana —el convenio afecta mayoritariamente a Castellón, aunque tiene alcance autonómico—, se abrirá un plazo de dos meses para que las empresas que todavía no lo hayan hecho apliquen las nuevas condiciones.



Feria Valencia impulsa su nuevo proyecto: 360 by Cevisama se celebrará del 28 de septiembre al 1 de octubre e incluirá sectores como equipamiento de baño, revestimientos o sistemas para la arquitectura.

360 by Cevisama, **nuevo** formato de la cita cerámica

Como adelantó **El Periódico del Azulejo**, el evento se integra en la oferta de Feria Hábitat Valencia y se celebrará del 28 de septiembre al 1 de octubre

Feria Valencia ha comunicado oficialmente durante las últimas semanas el lanzamiento de su nuevo proyecto para septiembre de 2026 y llamado 360 by Cevisama. Esta iniciativa que redefine el formato tradicional del certamen y llega tras varios años de reflexión interna sobre el futuro de la feria. El nuevo evento, tal y como ya adelantó **El Periódico del Azulejo** en su anterior edición en papel, se celebrará del 28 de septiembre al 1 de octubre bajo el paraguas de Feria Hábitat Valencia y «ampliará su foco más allá de la cerámica, incorporando sectores como el equipamiento de baño, los revestimientos y las soluciones y sistemas para la arquitectura, además de otras actividades vinculadas al diseño y al hábitat».

Según explica la organización, 360 by Cevisama nace con la «vocación de conectar diseño, calidad e innovación en un mismo espacio, y estará orientado tanto a la distribución nacional e internacional como a los profesionales de la prescripción, entre ellos interioristas, arquitectos y decoradores». En este sentido, el nuevo proyecto se concibe «como una evolución del modelo ferial clásico, buscando una mayor transversalidad entre industrias y una aproximación más cercana a la realidad actual del mercado».

El certamen complementará la oferta de otros eventos que se celebran en Feria Valencia en esas mismas fechas, como



El certamen abandona sus fechas habituales en febrero y se celebrará en la segunda mitad del año.

Feria Hábitat València, Espacio Cocina SICI y Textil Hogar, con el «objetivo de consolidar al recinto ferial valenciano como un gran punto de encuentro internacional del diseño». La coincidencia temporal de estos certámenes pretende generar «sinergias entre los expositores y los visitantes, favoreciendo una experiencia más completa para los profesio-

nales que operan en el ámbito del hábitat y del interiorismo».

Desde la organización detallan que 360 by Cevisama se articulará como «un escaparate flexible y dinámico, en el que el visitante podrá encontrar una oferta transversal basada en proyectos innovadores, con presencia de todo tipo de materiales, nuevos usos y aplicaciones,

así como soluciones integrales para concebir, desarrollar y activar proyectos con una visión global.

Uno de los ejes estratégicos del nuevo evento será la captación de compradores y prescriptores. Para ello, Feria Valencia ha anunciado el despliegue de una campaña «dirigida a atraer a distribuidores nacionales e internacionales, así como a perfiles clave de la prescripción».

El 'spin off' de la feria se desarrollará una semana después de Cersaie y buscará atraer a la distribución nacional e internacional

360 by Cevisama se celebrará una semana después de Cersaie, la principal feria cerámica internacional que tendrá lugar del 21 al 25 de septiembre en Bolonia. El lanzamiento de este nuevo formato de transición supone, en la práctica, la primera edición en la que Cevisama abandona su *independencia* en el calendario tras más de 40 ediciones.

Los Premios Alfa de Oro se desvinculan de Cevisama

La **SECV** impulsa un cambio histórico con motivo del 50º aniversario de las distinciones, a las que pueden concurrir todas las firmas del clúster

Los Premios Alfa de Oro, el prestigioso certamen que reconoce las principales innovaciones de la industria cerámica y azulejera española, iniciarán una nueva etapa a partir de 2026 tras desvincularse oficialmente de Cevisama. La decisión, ya aprobada en la asamblea de la Sociedad Española de Cerámica y Vidrio (SECV) celebrada durante el mes de diciembre, supone un cambio histórico en el modelo de estos galardones.

Hasta la fecha, los Premios Alfa de Oro estaban ligados al salón internacional de la cerámica de Feria Valencia, de modo que únicamente podían concurrir a la convocatoria los nuevos desarrollos presentados por las empresas expositoras en la feria. Este requisito desaparecerá por primera vez como consecuencia del cambio de formato de Cevisama y de la voluntad de la SECV de dotar al certamen de una mayor autonomía y de una proyección propia.

Según ha explicado a **El Periódico del Azulejo** la secretaria general de la SECV, Jadra Mosa, la «modificación de las bases ya está en marcha y, coincidiendo con el 50º aniversario de las distinciones, organizaremos una gala especial en la provincia de Castellón en la que se entregarán los premios, ya sin vinculación a ninguna feria concreta». «Durante el evento, previsto para la segunda semana de septiembre, se concederán también, junto a



Grupo STN recibió el Premio Alfa de Oro durante la edición 2025 de Cevisama, celebrada en febrero.

los Alfa, unos nuevos reconocimientos a asociaciones, empresas y entidades que han tenido un papel especialmente relevante a lo largo de las últimas décadas».

Jadra Mosa explica que «Castelló será la sede permanente de los Premios Alfa de Oro. De hecho, desde la SECV ya hemos definido que los galardones se convocarán de manera anual y que su entrega se realizará siempre en Castelló, reforzando así el vínculo con el principal

clúster cerámico español».

El nuevo calendario prevé, además, la organización de un acto en el mes de febrero, también en Castellón, en el que se anunciarán oficialmente las nuevas bases de los Premios Alfa de Oro y se presentará esta nueva etapa del certamen. Tras ese acto, se abrirá la convocatoria para que las empresas puedan presentar sus proyectos. Jadra Mosa también anticipa que «se mantendrá el procedimiento

habitual de evaluación mediante un jurado especializado independiente».

El presidente de la SECV, Miguel J. Galindo, ha subrayado que «los Premios Alfa de Oro son el mejor reflejo de la capacidad innovadora de nuestra industria». Según ha destacado, su fortaleza reside «en su carácter integrador, al reconocer avances procedentes de todos los

Castelló será la sede permanente de los galardones a la innovación, que se entregarán en 2026 en el mes de septiembre

sectores de la cadena de valor cerámica, así como en la independencia y el rigor de un jurado multidisciplinar».

Cabe recordar que la empresa ganadora en la última edición de los galardones fue Grupo STN por su innovador sistema de recuperación energética utilizando gases de combustión y barbotina. La entrega se realizó en febrero de 2025.

SEM Engineering potencia su servicio de mecanizados

La firma incorpora nueva **maquinaria**

SEM Engineering, firma dedicada a la ingeniería, automatización y soluciones industriales a medida ubicada en Onda, apuesta por su nuevo servicio de mecanizados para empresas industriales como estrategia de diversificación. Para ello, la mercantil ha incorporado nuevos puestos de trabajo especializados y ha iniciado el proceso de certificación de la norma ISO 9001 y EN 10204, que finalizará durante 2026.

Con este sello, SEM pretende «estan-

darizar su gestión de la calidad, optimizar sus procesos, aumentar la satisfacción del cliente y lograr una mayor eficiencia y competitividad». Por otra parte, la firma ha incorporado a su plantilla nuevos puestos de trabajo, como un coordinador de Procesos y Mejora Continua para garantizar el cumplimiento de las normas de calidad; así como operarios de control numérico y electromecánicos.

SEM ya trabaja a pleno rendimiento en su nueva Sección de Mecanizados y



SEM, con sede en Onda, es una de las compañías asociadas a Asebec / Spanish Ceramic Technology.

Corte Láser y ofrece «nuevos servicios de transformación de acero y otros materiales». En concreto, la sección cuenta con una máquina de corte de tubos por láser, con la que modifican piezas rectangulares, cuadradas y curvas, con tubos que pueden tener una longitud de entrada de hasta 6 metros; así como otra de corte láser 2D y una plegadora, todas ellas de la marca Trumpf.

SEM también ha instalado un Centro de Control Numérico Ibarria con un recorrido longitudinal de 4 metros, dos centros verticales de mecanizado Doosan, de alto desbaste; un torno automático Doosan Puma de alta precisión, con una distancia entre centros de 3 metros; así como un centro de soldadura robotizada Fronius, con robot Kuka y celdas de seis metros.



Ángel M. Pitarch, director de la Cátedra de Arquitectura Circular de la Universitat Jaume I; y, a la derecha, el director de Espaitec, Juan Antonio Bertolín, y Francisco Javier Sogorb (Generalitat Valenciana).

Innotransfer y la I+D frente a la climatología extrema

Espaitec alberga una jornada para presentar soluciones innovadoras en materia de construcción y urbanismo

La sede de Espaitec, Parque Científico y Tecnológico de la Universitat Jaume I de Castelló, ha albergado en diciembre una nueva jornada Innotransfer titulada *Construir para resistir, innovación ante fenómenos climáticos extremos*. Durante el encuentro, especialistas reflexionaron a cerca de los grandes retos que plantea el aumento de fenómenos climáticos extremos, como inundaciones, incendios, o movimientos de tierra, sobre las infraestructuras, y cómo la predicción, prevención y gestión contribuyen a fortalecer la resiliencia del territorio.

El director de Espaitec, Juan Antonio Bertolín, junto al subdirector general de Avance de la Sociedad Digital y de las Tecnologías Habilitadoras Digitales (GVA), Francisco Javier Sogorb, inauguraron el acto. Bertolín resaltó «la apuesta clara de la Conselleria de Innovación, Industria, Comercio y Turismo, especialmente a la Dirección General de Innovación, en el programa Innotransfer y en los distintos proyectos desarrollados por la Red de Parques Científicos Valencianos». Asimismo recalcó «el valor de innovación y de la tecnología para favorecer la resiliencia ciudadana frente a los eventos extremos».

Por su parte, Sogorb indicó durante su alocución que «desde la Conselleria de Innovación, Industria, Comercio y Turismo de la Generalitat Valenciana se va a continuar apoyando a la Red de Parques Científicos Valencianos en las iniciativas que impulsan en el ámbito de la transferencia de conocimiento desde las universidades a las empresas y sociedad, como es el caso del programa Innotransfer, que en esta edición se han dedicado a la recuperación después de la



Ignacio García, responsable del proyecto Ilumina en i-DE Redes Eléctricas Inteligentes de Iberdrola.

dana que golpeó hace un año al sur de la provincia de Valencia».

La jornada celebrada en Castelló comenzó con la ponencia de Ángel M. Pitarch, director de la Cátedra de Arquitectura Circular de la Universitat Jaume I, centrada en los retos ante el cambio climático en edificación y urbanismo. Seguidamente, intervino Juan Pérez, jefe del Departamento de Proyectos y Obras en la Autoridad Portuaria de Castellón, quien se encargó de presentar diversos proyectos sobre infraestructuras resilientes que se están desarrollando en PortCastelló.

El espacio de ponencias de la sesión Innotransfer finalizó con la exposición

de Ignacio García, responsable del proyecto Ilumina en i-DE Redes Eléctricas Inteligentes de Iberdrola, quien destacó el objetivo de la iniciativa de Iberdrola España, cuyo objetivo es rediseñar, modernizar y reforzar la red eléctrica mediante la innovación y la sostenibilidad en las zonas afectadas por la Dana en octubre 2024.

La sesión continuó con la mesa redonda *Soluciones innovadoras en construcción ante fenómenos climáticos extremos*, con la participación de Jorge Corrales, investigador del Área de Hábitat y Construcción en el Instituto de Tecnología Cerámica (ITC-AICE); David González, cofundador de Innova Grid;

Francisco Veá, director de Innovación de Simetría Grupo; y José María Villegas, cofundador de Urban Alert. Todos ellos dieron a conocer tecnologías innovadoras que se están desarrollando, y algunas de ellas implementando, en arquitectura y construcción para lograr infraestructuras resilientes ante fenómenos extremos.

Una vez finalizada la mesa redonda, Laura Menéndez, *manager* Innotransfer en Espaitec, llevó a cabo una exposición práctica acerca de la Plataforma de Retos Innotransfer, en la que cualquier empresa o entidad con presencia en la Comunitat Valenciana puede proponer un desafío tecnológico e innovador para ser resuelto por el personal investigador de las universidades públicas valencianas y por los profesionales de la red de Institutos Tecnológicos REDIT.

Para clausurar la jornada intervino David Cabedo, vicerrector de Innovación, Transferencia y Divulgación Científica de la Universitat Jaume I, quien enfatizó la idoneidad del programa Innotransfer para abordar retos y problemas de la sociedad, como son las consecuencias de la dana, involucrando a investigadores de las universidades y todos los agentes que integran el ecosistema valenciano de la innovación.

NUEVOS ESPACIOS PARA INSPIRAR

Innotransfer es una iniciativa multisectorial de innovación abierta y gestión colectiva para promover la transferencia de conocimiento y tecnología, desarrollada por los parques científicos y tecnológicos de la Comunitat Valenciana, al ecosistema empresarial en sectores económicos clave. Durante 2025, el programa ha celebrado foros para ofrecer soluciones innovadoras en la recuperación de la Dana. Asociaciones empresariales, universidades públicas valencianas y la red de institutos tecnológicos participan en Innotransfer, que está coordinado por la Red de Parques Científicos Valencianos y financiado por la Generalitat.

Espacio Cocina **define** su edición de septiembre

Su director participa en la asamblea de AMC en **Ascale**, donde se formalizó el relevo al frente de la asociación

La Asociación de Mobiliario de Cocina (AMC) celebró en diciembre miércoles su asamblea general en las instalaciones de Ascale, la marca de superficies técnicas de gran formato del Grupo Pamesa. Durante la sesión se proclamó oficialmente a Félix Bernad (Ártico Mobiliario), como nuevo presidente de AMC. Bernad toma el testigo de Juan Luis Salvador (Top Form), que concluyó su etapa al frente de la asociación tras su jubilación el pasado mes de mayo. Los asociados le dedicaron un reconocimiento por su labor y por los años de impulso a la entidad.

La convocatoria contó además con la participación de Francesc Rifé como invitado especial. El estudio compartió su visión sobre las tendencias actuales en diseño y en la configuración de los espacios de cocina, un ámbito del hogar marcado por la búsqueda de los prescriptores de materiales innovadores, soluciones integradas y propuestas estéticas coherentes con los nuevos estilos de vida.

FORMATOS DE PARTICIPACIÓN

Durante el encuentro también se dieron a conocer todos los detalles de la próxima edición de Espacio Cocina SICI, la feria bienal que se desarrollará del 28 de septiembre al 1 de octubre de 2026 en Feria Valencia y que formará parte de la iniciativa integral en torno al equipamiento para el hábitat junto a Feria Hábitat València, la cita Textilhogar y 360 by Cevisama. El director de Espacio Cocina SICI, Daniel Marco, avanzó los

nuevos formatos de participación para «acomodar desde grandes fabricantes hasta marcas complementarias que buscan visibilidad sectorial sin un gran despliegue expositivo».

La oferta comenzará con el tradicional Suelo Libre, que permite a cada expositor diseñar y construir su propio stand «con total libertad creativa, manteniendo así su identidad visual y la puesta en escena que mejor se ajusta a su catálogo». Para quienes buscan una solución

más práctica sin renunciar a presencia propia, la feria propone el Estand Predecorado, «un formato modular con paredes, tarima o moqueta y estructura de iluminación que cada marca puede terminar de personalizar».

En este ámbito, uno de los grandes atractivos será la apuesta de nuevo por el concepto Kitchen Lab, una zona de alto atractivo visual y narrativo que en 2026 prevé estar conceptualizado por el diseñador Francesc Rifé, y que se articula en

dos modalidades. Por un lado, el Kitchen Lab Expositivo, compuesto por ambientes de cocina de 40, 65 o 90 metros cuadrados dirigidos a fabricantes nacionales de mobiliario de cocina, internacionales asociados a AMC y marcas de electrodomésticos, encimeras o complementos que participen de la mano de un interiorista para presentar una propuesta de cocina completa.

Por otro, el Kitchen Lab Experience, donde se ubicarán dos stands funcionales de 90 metros que acogerán los *showcooking* oficiales del certamen, convirtiendo esta área en uno de los polos de actividad y generación de contenido más dinámicos de la feria.

Desde Feria Valencia afirman que «a estas opciones se suman distintas fórmulas de patrocinio vinculadas a espacios estratégicos dentro de Kitchen Lab Experience (como la zona de *showcooking*, el área de actividades y ponencias, la zona de innovación de proveedores, el espacio de proyectos y jóvenes diseñadores, o áreas de catering y relax) que permiten a las marcas asociar su imagen a contenidos de alto impacto».

También se contempla un «modelo de colaboración multisede para empresas de producto complementario, como electrodomésticos, encimeras, muebles auxiliares o grifería, reservado para aquellas que no cuentan con espacio propio ni presencia a través de patrocinios, y que buscan visibilidad integrada en varios ambientes del recorrido expositivo». Por último, Feria Valencia mantiene un esquema de incentivos económicos. Entre ellos destacan «los descuentos por inscripción anticipada así como condiciones ventajosas para expositores que hayan participado en ediciones anteriores», expresan desde la organización.



Félix Bernad (en tercer lugar por la izquierda), ya es el nuevo presidente de la asociación AMC.



El interiorista Francesc Rifé, durante su intervención en el encuentro en l'Alcora, donde dio a conocer las tendencias del sector. Sobre estas líneas, Daniel Marco, director de la feria Espacio Cocina SICI.



Con sede en Almassora (Castellón), Innova Group acredita una trayectoria de 25 años suministrando soluciones avanzadas de embalaje a grupos multinacionales de múltiples sectores en todo el mundo.

Los retos del embalaje y la logística para el año 2026

Innova Group presenta los desafíos y tendencias del sector en una época de cambios y transformaciones



Innova fabrica sistemas de embalaje para el final de línea en la industria cerámica y la construcción.

El sector del *packaging* y la logística atraviesa una época de cambios y transformaciones significativas. Los avances tecnológicos, las exigencias en materia de sostenibilidad, la demanda de soluciones cada vez más eficientes y la evolución continua de la Inteligencia Artificial (IA) obligan a las empresas a afrontar el 2026 con la necesidad de adaptarse a estas tendencias. Adelantarse al resto es clave para diferenciarse y sobresalir en un mercado saturado y altamente competitivo.

El *packaging* ha dejado de ser un simple envase o una protección de la carga y se ha consolidado como un activo estratégico de la marca, lo que provoca que hoy la industria esté en un periodo de adaptación a nuevas demandas del mercado y del consumidor. Estos son algunos de los retos que, a juicio de los especialistas de la firma castellanense Innova Group, tendrá que afrontar el sector en 2026 y durante los próximos años:

1. Nuevos aranceles y complejidades en la exportación. La inestabilidad geo-

política sigue siendo uno de los grandes retos para la industria del *packaging* y la logística en 2026. Conflictos internacionales, tensiones comerciales, sanciones y los nuevos aranceles están generando interrupciones constantes en las cadenas de suministro. Esto dificulta la disponibilidad de materias primas y aumenta los costes de producción y de transporte.

El sector del embalaje está obligado a mejorar su capacidad de adaptación diversificando proveedores, planificando escenarios de contingencia o buscando fuentes alternativas de materias primas.

2. Transformación digital e integración de la IA. La digitalización es la solución a muchos desafíos logísticos, pero también representa un reto debido a su rápido avance. Muchas empresas tienen que realizar grandes esfuerzos para digitalizar y optimizar sus procesos de embalaje y logística, además de formar a su personal en estas nuevas tecnologías. Y en cuanto a la IA, las compañías también necesitan invertir para integrarla de manera eficiente en sus operaciones.

3. Presión regulatoria y demanda de un embalaje sostenible y circular. El mercado demanda cada vez más soluciones de embalaje sostenibles y respetuosas con el medio ambiente, impulsado por unas normas europeas que cada vez son más estrictas. Para evitar sanciones, las empresas se ven obligadas a cumplir con políticas de economía circular que fomentan la reutilización, el reciclaje y la reducción del impacto ambiental para cumplir con la Agenda 2030 y los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS).

Esto implica, entre otras cosas, un aumento de los costes asociados a la transición hacia prácticas más verdes. Es por esto que la sostenibilidad en la cadena de suministro ya no es una tendencia, sino una exigencia del mercado y de la normativa europea.

4. Falta mano de obra cualificada. La escasez de personal especializado sigue siendo uno de los retos más importantes. Las nuevas generaciones muestran poco interés por los trabajos industriales y logísticos, mientras que parte de la plantilla actual tiene dificultades para adaptarse a las nuevas tecnologías por falta de formación, aptitud o motivación.

En respuesta a estos retos, la industria se ve impulsada a adoptar en sus procesos nuevas tecnologías y tendencias, tal y como explican desde Innova.

1. Logística 4.0. Los almacenes inteligentes o almacenes 4.0 seguirán liderando esta transformación con tecnologías como los sistemas avanzados de gestión (WMS), los lectores RFID y tecnologías revolucionarias como la IA, el Big Data y el Internet de las cosas. La combinación de estas herramientas permite que los centros logísticos puedan trabajar de forma más ágil y menos intervención manual. Esto ayuda a mejorar la eficiencia, reducir errores y optimizar recursos.

2. Trazabilidad avanzada en toda la cadena. Cada vez más los clientes piden

una mayor transparencia en toda la cadena logística, por eso es fundamental utilizar sistemas que permitan seguir cada producto desde su origen hasta su destino final. Tecnologías como *blockchain*, gemelos digitales, sensores IoT y plataformas de trazabilidad en la nube permiten registrar cada movimiento en tiempo real, reducir procesos manuales y facilitar el cumplimiento de las normativas de calidad y sostenibilidad. Además, aumentan la seguridad de todo el proceso, puesto que los datos no pueden manipularse, lo que evita fraudes y errores.

3. Transparencia total y sostenibilidad verificable. Las empresas del sector del *packaging* deberán mostrar al cliente de forma clara y totalmente transparente que su embalaje es realmente sostenible. Además de afirmar que reducen el uso del plástico y apuestan por materiales más sostenibles, las compañías deben especificar el porcentaje de material reciclado en su embalaje, el tipo de compuesto plástico usado, o cómo se debe reciclar o reutilizar. Esto también permite al cliente saber el impacto real del embalaje y tomar decisiones más responsables.

4. Storytelling de marca en el embalaje. El *storytelling* aplicado al *packaging* puede ser una herramienta fundamental para generar emociones positivas, fidelizar y diferenciarse. Ello puede lograrse con códigos QR que llevan a vídeos o información adicional del producto, ilustraciones corporativas de la marca, o mensajes sobre los valores de la empresa en materia de sostenibilidad e innovación que refuercen su imagen de marca.

5. Impresión 3D de piezas y prototipos para la fabricación de piezas, repuestos y componentes de máquinas de final de línea. Esto permite fabricar bajo demanda, reducir tiempos de espera, disminuir inventarios y minimizar la dependencia de proveedores externos, algo fundamental en un contexto geopolítico inestable como el actual. «En Innova ya usamos este tipo de tecnologías de impresión 3D para reducir los tiempos de ensamblaje de máquinas y mejorar el mantenimiento, en línea con nuestros objetivos Lean Manufacturing», expresan.

Macer aporta su legado técnico al Museo de Onda

La empresa, referente en moldes, realiza la cesión en préstamo de una colección de **34 plantillas históricas** usadas para reproducir relieves

Con más de 50 años de trayectoria, Macer siempre ha estado estrechamente vinculada al sector cerámico y ha sido protagonista de muchas de sus transformaciones técnicas. Su historia avanza al mismo ritmo que la de la industria: mientras trabaja el presente y proyecta el futuro, parte de su recorrido ya forma patrimonio.

Este legado que se ha materializado en publicaciones especializadas, congresos, patentes, modelos de utilidad y ahora también en el Museo del Taulell Manolo Safont de Onda con una nueva cesión que contribuye a preservar y compartir una parte esencial del proceso productivo cerámico. En esta ocasión, Macer realiza la cesión en préstamo de una colección de 34 plantillas históricas, piezas fundamentales en la fabricación de relieves cerámicos y esenciales para comprender la evolución tecnológica que se ha desarrollado dentro de los moldes cerámicos en las últimas décadas.

La colección cedida por Macer está compuesta por 34 plantillas utilizadas para reproducir relieves en baldosas, entre ellas se encuentran las siguientes:

- 8 plantillas de grafito, con predominio de motivos florales, geométricos y ornamentales.

- 21 plantillas de cobre, con diseños variados como arabescos, geométricos, florales, cantoneras, marcas *made in Spain* y logotipos originales de Roca, Tau Cerámica y la extinta Estilos Cerámicos.

- 5 plantillas de kayem, una aleación metálica que permitió mayor durabilidad y precisión, todas caracterizadas por una estética barroca y elaborados motivos arabescos.

Cabe recordar que las plantillas son réplicas exactas de la baldosa que se desea reproducir. A partir de ellas se genera un negativo, el punzón, que es el que prensa la pieza cerámica transmitiendo el relieve del diseño.

Dado que los punzones sufren un elevado desgaste, las plantillas debían fabricarse con materiales resistentes para garantizar la conservación del diseño y permitir su reproducción tantas veces



Representantes del Museo del Taulell Manolo Safont y de Macer, en el acto de la cesión de 34 plantillas para la creación de punzones para la cerámica.

como fuera necesario. Por este motivo, «su evolución técnica refleja también la evolución de la industria cerámica», apuntan desde Macer.

CONTEXTO HISTÓRICO

Según recoge Rafael Galindo en la publicación *El molde en la fabricación de baldosa cerámica* (publicación del año 2002), las primeras plantillas con relieve se realizaban manualmente en grafito, un material fácilmente moldeable y conductor eléctrico, cualidad indispensable para el proceso de transferencia del relieve al punzón mediante erosión por arco voltaico. Estas piezas, fechadas entre 1982 y 1984, solo permitían obtener dos o tres punzones antes de desgastarse.

Más adelante fueron sustituidas por plantillas de cobre, mucho más duraderas, elaboradas por deposición electrolítica o mecanizado. Finalmente, llegaron las plantillas de kayem, obtenidas mediante fundición sobre moldes de escayola, más precisas y resistentes. Como ocurre con toda innovación industrial, estos materiales coexistieron en el tiempo, conviviendo mientras las técnicas más avanzadas se imponían progresivamente, especialmente durante los años 80 e inicio de la década de los 90.

TESTIMONIO MATERIAL

Las plantillas cedidas por Macer representan «un recorrido histórico por la evolución de la industria del azulejo y de la

propia empresa. Son piezas que documentan procesos de trabajo casi artesanales, avances tecnológicos determinantes y la estética de toda una época», expresan desde la firma con sede en la localidad de Almassora.

Asimismo relatan que «mediante esta cesión, Macer reafirma su compromiso con la preservación del patrimonio cultural e industrial, pero también con la transferencia del conocimiento. Una forma de compartir nuestra historia, nuestra técnica y nuestra evolución con el sector y con las generaciones futuras, enriqueciendo el fondo del Museo del Taulell Manolo Safont y fortaleciendo la memoria colectiva de la industria cerámica de Castellón».



Las plantillas cedidas constituyen un testimonio de la evolución del propio sector cerámico y de Macer, al tiempo que documentan unos procesos de trabajo casi artesanales, avances tecnológicos determinantes y la estética de la época.

Chumillas. compromiso en favor de la economía circular

Participa en un proyecto pionero que optimiza el reciclaje de **baterías** y fomenta un modelo energético sostenible

La empresa Chumillas Technology, con sede en Vila-real, participa en el proyecto Reactiva+, una iniciativa de carácter innovador que tiene como objetivo transformar el tratamiento de baterías al final de su vida útil mediante el uso de tecnologías avanzadas. El proyecto plantea un nuevo enfoque basado en la evaluación precisa del estado real de las baterías, lo que permitirá «optimizar los procesos de reciclado y maximizar la recuperación de materiales críticos».

Gracias a esta aproximación, Reactiva+ contribuirá a reducir la generación de residuos y a impulsar un modelo energético más responsable y alineado con los principios de la economía circular. La iniciativa busca dar una segunda vida a recursos que hasta ahora se consideraban agotados, mejorando la eficiencia de los procesos y minimizando el impacto ambiental.

Para Chumillas Technology, su participación en el proyecto supone un «paso clave en su consolidación como empresa referente en ingeniería de procesos y soluciones tecnológicas». La compañía asumirá un papel activo en el desarrollo experimental, la consultoría especializada y la validación técnica necesarias para trasladar esta innovación a un entorno industrial real.

El proyecto Reactiva+ se desarrolla en el marco de un consorcio formado por el



Vista aérea de las instalaciones de Chumillas Technology en el término municipal de Vila-real.

Instituto de Tecnología Cerámica (ITC), además de Chumillas Technology, la firma Desguaces Malvarrosa y el CMT-Clean Mobility & Thermofluids impulsado dentro de la Universitat Politècnica de València (UPV).

La iniciativa cuenta con financiación de la Unión Europea a través del Programa Fondo Europeo de Desarrollo Regional (Feder) Comunitat Valenciana 2021-2027, gestionado por IVACE+i.

Además de su participación en Reactiva+ Chumillas Technology sigue dando pasos para reforzar su capacidad de fabricación y ofrecer un servicio más eficiente, completo y competitivo. Con la incorporación de unas nuevas instalaciones de más de 7.000 metros cuadrados, situadas a tan solo tres minutos de su sede central en Vila-real, la compañía consolida su «compromiso con la excelencia industrial, la innovación tecnoló-

gica y la mejora continua». La Planta 2 de Chumillas Technology, compuesta por cuatro naves completamente equipadas, acoge los principales procesos productivos de la empresa: soldadura, ensamblaje, granallado, pintura y logística.

Esta integración permite «optimizar todo el flujo de fabricación, mejorar los tiempos de entrega y garantizar la máxi-

La compañía ha incorporado a sus infraestructuras unas nuevas instalaciones de más de 7.000 metros cuadrados

ma calidad, trazabilidad y uniformidad en cada componente de sus soluciones industriales llave en mano».

Gracias a este nuevo espacio, Chumillas Technology refuerza su «capacidad de coordinación y control interno, eliminando dependencias externas y asegurando una mayor agilidad operativa» para adaptarse a las necesidades específicas de cada cliente y sector». La Planta 2 «representa un paso más en la evolución del modelo productivo de la compañía hacia una fabricación «más eficiente, sostenible y orientada a la excelencia», indican desde la empresa.

Argenta Cerámica homenajea a ocho trabajadores jubilados

Reconocimiento a su trayectoria

Argenta Cerámica ha celebrado su tradicional brindis de Navidad y fin de año en el showroom de la azulejera. Como ya es habitual, el acto tuvo un momento especialmente emotivo con el homenaje a los trabajadores que se han jubilado a lo largo del año 2025, «un reconocimiento cargado de gratitud hacia quienes han dedicado gran parte de su trayectoria al crecimiento y consolidación» del grupo cerámico castellonense.

Durante el encuentro, la dirección de Argenta quiso agradecer públicamente el «compromiso, el esfuerzo y la pasión demostrados por estos profesionales a lo largo de los años, subrayando el valor humano que representa su legado dentro de la organización».

Los empleados homenajeados pertenecen a distintas áreas productivas y operativas de la firma fabricante de recubrimientos. Los ocho profesionales jubilados durante el año 2025 dentro de la



Los profesionales de Argenta que han recibido su reconocimiento por su jubilación.

plantilla de Argenta Cerámica son Gonzalo Pérez y Juan Vicente Nebot (preparación de esmaltes); Víctor Naches Catalán y Francisco Hernández (almacén); Agustín Manuel Nos, José Luis Marcos y Rafael Pérez (esmaltadora); y, finalmente, José Domingo Llop (especialista en clasificación).

El acto concluyó con un brindis colectivo y un mensaje de buenos deseos para esta nueva etapa vital de los homenajeados, a quienes Argenta deseó lo mejor en su jubilación, agradeciéndoles su aportación profesional durante los últimos años a la historia y al progreso de la compañía azulejera.



Sobre estas líneas, un detalle de la colaboración de Neolith y Jamie Durie; el nuevo Living Neolith ubicado en el barrio de Salamanca de Madrid; y el espacio de la marca en la muestra Casa Decor.

Neolith, un año de diseño, galardones e innovación

Despide el 2025 con numerosos **premios**, aperturas estratégicas y con lanzamientos exclusivos de producto

Neolith, especialista en piedra sin-terizada, cierra el año 2025 como un ejercicio clave por la suma de reconocimientos obtenidos, su visión sostenible aplicada a sus productos, la expansión de sus espacios, la presencia en citas imprescindibles del diseño y el impulso de nuevas propuestas.

El balance del año se refleja en una sólida cosecha de distinciones. En el ámbito de producto, el modelo *Neolith Victoria* ha resultado recientemente ganador del German Design Award 2026 en la categoría *Excellent Product Design - Material and Surfaces* y fue distinguido en los Archiproducts Design Awards (categoría *Finishes*). A estos galardones se suman los FX Awards (categoría *Surfaces*); y los KBB Focus Awards, como mejor superficie del año.

Por su parte, *Neolith Ignea* obtuvo el reconocimiento de los NKBA 30s Choice Awards (Sostenibilidad) y los Metropolis Planet Positive Awards (Innovación en el uso de materiales), mientras que *Neolith Rapolano* fue distinguido en los AN Best of Products Awards. La compañía también revalidó la Medalla de Oro EcoVadis por cuarto año y se sitúa entre el 3% de las empresas mejor valoradas del mundo en un proceso que evalúa a más de 150.000 compañías. Este hito se completa con certificaciones como *Zero Waste* con calificación *Excelente Plus*; y con el respaldo a sus objetivos climáticos validados por Science Based Targets.

NUEVOS ESPACIOS PARA INSPIRAR

Neolith también ha acometido nuevas aperturas concebidas para estrechar la relación con la comunidad de la arqui-



La marca castellanense ha recibido la validación internacional con numerosos nuevos galardones.

tectura y el diseño en sus mercados clave. Uno de los hitos de la compañía se ha desarrollado en Madrid, donde la firma ha estrenado un Neolith Living Gallery más amplio, vanguardista y funcional. El espacio está ubicado en pleno barrio de Salamanca de la capital y cuenta con dos plantas para ofrecer una experiencia completa tanto a los arquitectos como a los profesionales del diseño.

Además, la compañía con sede en Almassora (Castellón) ha ampliado durante los últimos doce meses su *huella* internacional con la inauguración del Neolith Urban Boutique Cape Town; y con la última apertura en la ciudad de Guangzhou (China) de Techsize by Neolith Global Design Center, que eleva hasta los 35 el número de *showrooms* de

la marca en China. Este destacado proyecto ha sido desarrollado junto a su *partner* regional Techsize.

SUPERFICIES DE ALTAS PRESTACIONES

Por su parte, la innovación de producto ha vuelto a situarse en el centro de la propuesta de Neolith. Por un lado, la firma ha presentado durante el año en España *N-Class* de Neolith, una nueva línea que acerca el diseño, la calidad y el prestigio de la marca con un enfoque más competitivo, incorporando los nuevos modelos *Taj Mahal*, *Neolith Crème*, *Mamba* y *Azure*, concebidos para el entorno residencial más exigente y pensados para acompañar el día a día con superficies de altas prestaciones.

A ello se suma el lanzamiento de

Neolith Lux, el nuevo modelo blanco de la firma.

Además, la marca presentó *Neolith Architectural*, su nueva línea de superficies de 6 mm. para revestimientos interiores y fachada ventilada, con la comercialización de tres modelos (*Serpeggiante*, *Azahar* y *Obsidian*) y dos texturas exclusivas (*Rigato* y *Cava*).

ARQUITECTURA 'PREMIUM'

La vocación de Neolith por acompañar a arquitectos y diseñadores en todo el mundo se materializa en proyectos emblemáticos. En esta línea destaca uno de los residenciales más *premium* del año, que lleva la firma del reconocido presentador de televisión australiano Jamie Durie. Su casa, ubicada en la costa de Avalon (Nueva Gales del Sur), se proyecta como «un santuario de lujo sostenible donde Neolith es el protagonista y aporta una estética serena y contemporánea que eleva la experiencia doméstica».

Por otra parte, la compañía cerró un acuerdo de colaboración con la Real Sociedad para ser *partner* oficial del club y establecer su primera alianza con un equipo de LaLiga EA Sports. Este hito contempla la integración de las superficies Neolith en el plan de infraestructuras de la entidad, contribuyendo a la modernización de espacios clave como el Estadio de Anoeta y las instalaciones de Zubietta.

Con este recorrido, Neolith concluye el año con una hoja de ruta clara y una presencia cada vez más sólida en los mercados clave. Los avances logrados refuerzan su capacidad para acompañar a arquitectos, interioristas y *partners* en proyectos de distinta escala y complejidad. Un cierre que abre el camino a una nueva etapa, con el objetivo de seguir ampliando las posibilidades de sus superficies en la arquitectura y el diseño contemporáneos y contribuir a crear espacios extraordinarios.

Casa Decor se ‘muda’ en abril al Barrio de las Letras

La muestra de **interiorismo** se celebrará del 9 de abril al 24 de mayo en un edificio clásico en la calle San Agustín

La próxima edición de Casa Decor ya tiene emplazamiento oficial y fechas para su celebración. El certamen se celebrará del 9 de abril al 24 de mayo de 2026 en un elegante edificio clásico ubicado en la calle San Agustín 11, esquina con Cervantes. Será la primera ocasión en la que la exposición se instale en pleno corazón del histórico Barrio de las Letras de Madrid.

Durante seis semanas, esta iniciativa itinerante abre al público un edificio icónico y singular de Madrid, que da cabida a medio centenar de espacios decorados tanto por profesionales consagrados como por jóvenes promesas del interiorismo. Cada edición reúne más de 200 expositores, entre profesionales y empresas, con el objetivo de promocionar su trabajo, productos o servicios, en esta completa plataforma. Un gran proyecto participativo, que potencia y da visibilidad al sector del interiorismo, a marcas de consumo, lujo y estilo de vida.

En este inmueble, Casa Decor se adentra por primera vez en un entorno estrechamente ligado a grandes figuras del Siglo de Oro español. El escenario elegido para la ocasión es el palacio del Marqués de los Vélez, una joya arquitectónica construida entre 1892 y 1895 por Enrique Sánchez y Rodríguez como residencia de Alonso Álvarez de Toledo y Caro, marqués de los Vélez y conde de Niebla. Se trata de una de las pocas mues-



La fachada y el interior del inmueble donde se celebrará Casa Decor 2026 en la calle San Agustín.

tras de arquitectura palaciega que han sobrevivido en la zona tras la desaparición de otros edificios similares.

El palacio, de estilo clasicista, contaba originalmente con sótano, tres plantas y un torreón en la esquina. Fue la última casa palacio erigida en esta parte de Madrid y logró mantenerse cuando otros, como el Palacio Xifré, fueron demolidos. En 1926, la Congregación de las Esclavas del Sagrado Corazón de Jesús



fachada existente. Desde entonces, el edificio ha sufrido distintas reformas, la última en 2009, que consolidó los 3.500 m² que conforman su superficie actual.

A pesar de los cambios a lo largo de los años, se conservan detalles originales en la planta baja y principal, como el vestíbulo con suelos de mármol blanco, vidrieras de la Casa Maumejean, moldu-

La Casa Palacio
del Marqués de los Vélez es una joya arquitectónica construida en Madrid a finales del siglo XIX

ras trabajadas y una espectacular escalera semicircular.

La propiedad actual del inmueble pertenece a Sircle Collection y Take Point, que promoverán la transformación del palacio en un hotel de lujo bajo el nombre de Sir Agustín. El proyecto incluirá 33 habitaciones, un restaurante y The Cover, el club privado de Sircle Collection. La intervención combinará restauración histórica con propuestas contemporáneas, buscando conservar la esencia del palacio y crear un espacio donde arquitectura, diseño y creatividad convivan en perfecta armonía.

‘Novovierteaguas Eclipse XS’, estética y máxima funcionalidad

Evita patologías en las **fachadas**

Dentro del catálogo de soluciones para la edificación de Emac Grupo destaca *Novovierteaguas Eclipse XS*, el perfil de aluminio lacado más compacto de la gama, que «aporta una estética minimalista sin renunciar a la funcionalidad».

El exclusivo diseño del goterón Emac, ranurado a lo largo del perfil, canaliza el agua de lluvia de forma efectiva, con lo que evita el chorreo sobre la fachada y previene la aparición de patologías. El

sistema integra un doble alojamiento (interior/exterior) para la impermeabilización, probado mediante ensayo, que preserva la estanqueidad incluso ante el deterioro del cordón de silicona exterior.

Este sistema «ha certificado resultados óptimos en instalaciones con revestimientos de altura 10 mm y 12 mm, sin necesidad de dejarlo enrasado», indican los técnicos del fabricante con sede en Quart de Poblet, en la provincia de Valencia. Este perfil avanzado también



El exclusivo diseño del goterón Emac canaliza el agua de lluvia y evita el chorreo sobre la fachada.

puede adaptarse a otros espesores de revestimiento.

Novovierteaguas Eclipse XS puede alojar una tira *led* opcional, ideal para generar iluminación indirecta; además, incorpora un tope posicionador que facilita una instalación precisa. Está disponible en tres acabados lacados y se comple-

menta «con accesorios de unión y ángulo para un remate impecable».

Desde Emac Grupo subrayan que «*Novovierteaguas Eclipse XS* redefine la discreción y ofrece diseño compacto, protección total e instalación precisa al servicio de las fachadas sin renunciar a la estética de la gama *Eclipse*».



La empresa cuenta con más de 200 tiendas propias y 1.000 puntos de venta autorizados en el mundo entre afiliados, asociados y distribuidores. Sobre estas líneas los 'showrooms' de Oviedo y Shanghai.

Porcelanosa **ultima sus** **nuevas tiendas para 2026**

Tras las **18 aperturas** en 2025, la firma prepara sus 'showrooms' en Vila-real, León, Sevilla o Tarragona

A lo largo de 2025, Porcelanosa Grupo ha extendido su red comercial con la apertura de 18 tiendas propias en territorio nacional e internacional. De esta forma, se reafirma el espíritu internacional de la empresa con más de 200 tiendas propias y 1.000 puntos de venta autorizados (afiliados, asociados y distribuidores) alrededor del mundo.

En cuanto a Porcelanosa Iberia (España, Portugal y Andorra), durante el último año se han abierto tiendas en las siguientes ciudades: Cáceres, Oviedo, Gijón, Andorra (la primera) y Cascais (Portugal). En este mes de diciembre también lo han hecho Bilbao y Huelva.

«La apertura de nuevos puntos de venta propios nos ayuda a potenciar el valor diferencial que tiene Porcelanosa, respecto a otras marcas del sector. Así, subrayamos nuestra cercanía con el cliente particular y profesional, prestando una atención personalizada y ensalzando el valor añadido de nuestros productos y materiales, reconocidos por su calidad, diseño y capacidad para ofrecer soluciones versátiles y adaptadas a cada proyecto», indican desde Porcelanosa.

Al mismo tiempo, la multinacional española ha continuado consolidando su posicionamiento internacional estrenando *showrooms* en Shanghai (China), Bellevue (Washington, EEUU), Sydney (Australia) y el traslado de Exeter (Reino Unido). Por su parte, Suecia y Bélgica han debutado con su primera tienda Porcelanosa, ubicadas en sus capitales, Estocolmo y Bruselas.

Bajo el paraguas de Porcelanosa Associates (programa mediante el cual



El establecimiento de Cascais (Portugal), una de las nuevas aperturas durante el año 2025.

colaboradores externos operan *showrooms* de Porcelanosa con la gama de productos, imagen y respaldo de la marca), en 2025 se ha iniciado actividad comercial en Abidjan (Costa de Marfil), Buenos Aires (Argentina), Valencia (Venezuela), Mandaluyong (Manila, Filipinas) y Estambul (Turquía).

Al mismo tiempo, se han renovado algunas tiendas: Rue du Bac (Francia), Croydon (Reino Unido) y Riverside (California, EEUU). Destaca el salto cualitativo de la *flagship store* de Manhattan en el ejercicio 2024. El pasado mes de septiembre, Porcelanosa celebró el déci-

mo aniversario de la tienda, inaugurada en 2015 como uno de los principales hitos en la historia de la compañía. En 2018, la compañía adquirió el edificio contiguo, donde se ha trasladado el área administrativa, para poder ampliar su espacio expositivo. Así, se ofrece a los arquitectos e interioristas, un entorno de trabajo más completo y funcional.

CALENDARIO DE APERTURAS

Para 2026, Porcelanosa continúa con su tendencia de aperturas en España. La primera será la de Vila-real, que se emplazará muy próxima a las instalaciones cen-

trales de la compañía. Esta tienda abrirá sus puertas formalmente durante la celebración de la Muestra Internacional de Arquitectura Global y Diseño Interior de Porcelanosa Grupo, que se celebrará del 23 de febrero al 6 de marzo.

Como continuación del plan de crecimiento estratégico de Porcelanosa Iberia en los siguientes meses llegará el turno de León, Sevilla, Tarragona y Lagos (Portugal), que estrenarán espacios Porcelanosa donde la firma asentará su presencia en «puntos estratégicos de estas ciudades». Las oficinas de Porcelanosa Valencia, que se trasladan al nuevo edificio ubicado en Puzol y que comenzarán a tener actividad a partir del segundo semestre de 2026, también incluirán una zona de exposición.

OPTIMIZACIÓN DE INSTALACIONES

En el panorama internacional, durante el próximo año se comenzará la renovación de algunos *showrooms*: Ramsey y Paramus (Estados Unidos), Corsico y Milán (Italia). Asimismo, la tienda de Ginebra (Suiza) ampliará su superficie expositiva para disponer de una mayor gama de productos y soluciones. También está previsto que se inauguren seis tiendas asociadas en diferentes países de África, Asia y Europa.

«Nuestra prioridad es construir una red internacional sólida y sostenible. Este año hemos avanzado de forma estratégica con aperturas en capitales europeas, al mismo tiempo que reforzamos nuestra presencia en América, Asia y Oceanía. En este contexto, el crecimiento del programa Porcelanosa Associates se ha consolidado como pilar clave de nuestra expansión, junto a la apertura de nuevas tiendas propias, nos permite equilibrar nuestra consolidación en mercados maduros con el desarrollo de territorios de alto potencial», señalan desde Porcelanosa Grupo.

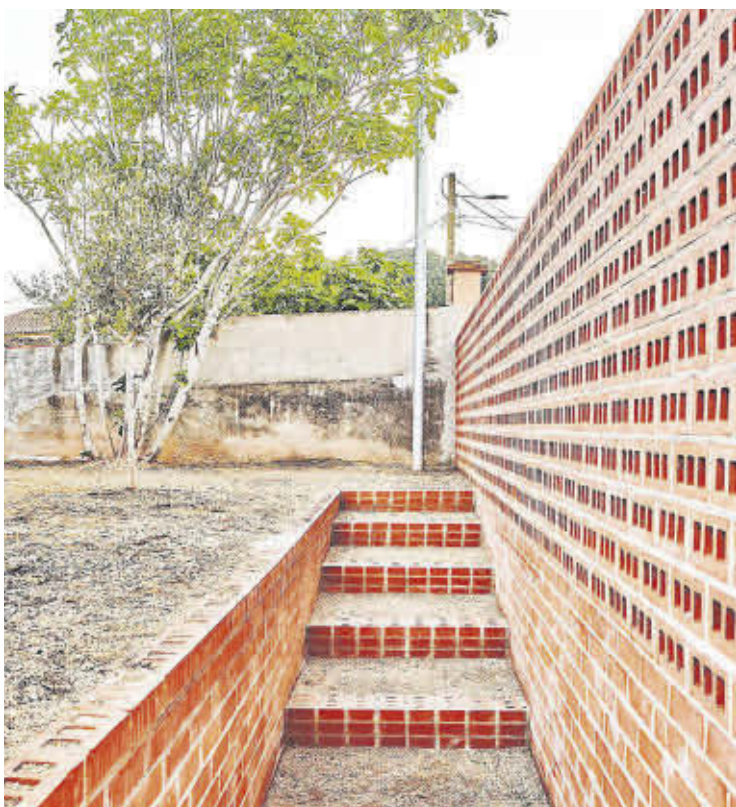
FOTOS: JOSE HEVIA BLACH



Casa sobre un zócalo de ladrillo, de Ágora, convierte dos construcciones en desuso «en una vivienda que dialoga con su memoria mediante una arquitectura contenida, honesta y muy vinculada al lugar».

APE Grupo resalta el nexo de cerámica y arquitectura

El proyecto Casa sobre un zócalo de ladrillo, de **Ágora**, obtiene el premio de los APE Grupo Architecture Awards



El trabajo ganador de la tercera edición de las distinciones de APE Grupo está ubicado en la localidad barcelonesa de Sant Vicenç dels Horts.

El proyecto llamado Casa sobre un zócalo de ladrillo, situado en Sant Vicenç dels Horts (Barcelona), y desarrollado por el estudio Ágora Arquitectura, ha obtenido recientemente el premio de los APE Grupo Architecture Awards, unos reconocimientos internacionales que alcanzan su tercera edición y cuyo objetivo es «poner en valor el ejercicio de la arquitectura y el uso cualitativo y contemporáneo de los materiales cerámicos».

El jurado del certamen ha estado presidido por Marta Peris, del estudio Peris+Torral Arquitectes, ganador del RIBA International Prize 2024, acompañado por el arquitecto y editor Fernando Márquez Cecilia, cofundador de El Croquis, y por Ana del Campo, del Colegio Territorial de Arquitectos de Castellón. En total, se han presentado 53 proyectos nacionales e internacionales.

El jurado ha valorado en Casa sobre un zócalo de ladrillo «la capacidad de

transformar dos construcciones preexistentes (una antigua caseta de herramientas y una edificación en ruinas) en una vivienda contenida, honesta y muy vinculada a su contexto». Se destaca «la economía de medios y el tratamiento austero y sincero de los materiales», que permiten al proyecto mantener la memoria del lugar sin renunciar a una expresión arquitectónica contemporánea.

La valoración subraya también «la claridad con la que el proyecto articula su

estructura entre el zócalo de ladrillo y la caja prefabricada superior», una operación que ordena el conjunto sin recurrir a artificios. Elementos como el muro calado o la iluminación cenital se integran «con medida y naturalidad, evitando gestos superfluos y permitiendo que la arquitectura respire».

Asimismo, el jurado ha destacado el uso de la cerámica que se emplea «de forma coherente y natural, con un lenguaje propio que acompaña la esencia del proyecto y contribuye a construir la atmósfera que propone la vivienda».

DOS MENCIONES DE HONOR

El jurado de la convocatoria también ha querido destacar la calidad de dos proyectos más, a los que ha otorgado una mención de honor a cada uno. La primera ha sido para el proyecto House O, en Las Palmas de Gran Canaria, de Xstudio, del que se valora «la frescura con la que se libera el espacio y se recupera la luz», gracias a intervenciones precisas que no ocultan lo existente, sino que lo revelan. Las instalaciones vistas, vigas y conductos permiten «leer la historia y la evolución del edificio», mientras que la cerámica aparece «con precisión en espacios clave, definiendo un volumen unitario donde color y materia se integran de forma muy equilibrada».

Otra mención de honor ha sido para el proyecto WMF Showroom, en Belgrado (Serbia), del estudio Parch Studio, por «la claridad con la que se organiza el espacio a partir de un cubo central que actúa como núcleo de uso», configurando un recorrido circular fluido. Del trabajo se ha elogiado que la identidad de la marca se construye en un espacio interior limpio, funcional y sereno.



Más información:

Escanea el QR para ver la galería con las imágenes del proyecto vencedor en la web www.elperiodicodelazulejo.es

Loewe vuelve a confiar en la singularidad de la cerámica

La marca de moda instala 20.700 piezas en pequeño formato en la fachada de su nueva tienda **en Japón**

La marca de moda internacional Loewe ha vuelto a confiar en la cerámica española para *vestir* uno de sus proyectos estrella del año 2025: la reapertura de Casa Loewe en el distrito de Omotesando de Tokio (Japón). El establecimiento presenta ahora una impactante fachada cerámica plateada que combina artesanía, innovación tecnológica y un cuidado lenguaje estético, fruto de la colaboración entre Estudio Cumella e Invest Plasma.

El proyecto destaca por el uso de más de 20.700 piezas cerámicas en formato 15x15 centímetros que recubren por completo el exterior del edificio. Cada baldosa ha sido tratada individualmente por Invest Plasma mediante tecnología de deposición física de vapor (PVD), que genera en el material «un efecto plateado vibrante, reflectante y de gran sofisticación», señalan desde la firma castellonense Invest Plasma.

Para el proyecto, Estudio Cumella, con sede en Barcelona y una reconocida trayectoria a la hora de abordar proyectos singulares con cerámica arquitectónica de alta gama, desarrolló una pieza específica para uso exterior, para interactuar con la luz natural y generar reflejos cambiantes a lo largo del día.

En esta intervención, Invest Plasma fue responsable de aplicar un acabado plateado mediante metalización PVD a cada una de las más de 20.700 piezas



Detalle de la renovada fachada de la Casa Loewe ubicada en el barrio de Omotesando, en Tokio.

cerámicas. Este tipo de revestimiento «no solo permite una apariencia uniforme y luminosa, sino también aporta resistencia a la intemperie, una mayor durabilidad y máxima pureza estética».

El acabado PVD plateado aplicado a cinco caras (superficie y cantos) «potencia el carácter tridimensional de cada baldosa cerámica, generando un juego de volúmenes, luces y sombras que varía

según el ángulo de visión y la luz del entorno. La aplicación en múltiples caras fue clave para obtener ese efecto de revestimiento continuo y envolvente que caracteriza la fachada de Casa Loewe», enfatizan desde Invest Plasma.

La arquitectura de Casa Loewe Omotesando no es solo un envoltorio comercial, sino una experiencia cultural.

Estudio Cumella
e Invest Plasma
participan en un
proyecto singular que
combina artesanía e
innovación tecnológica

La marca continúa apostando por espacios donde la moda dialoga con el arte, el diseño y la artesanía contemporánea. Esta tienda se suma a la narrativa arquitectónica de Loewe, donde cada *flagship store* es una obra en sí misma y diferente. El interior de la tienda ha sido concebido como una galería donde conviven obras de arte contemporáneo, mobiliario de diseño y objetos artesanales. La elección de materiales nobles y naturales refuerza la estética sobria y sofisticada de la marca, en coherencia con el lenguaje arquitectónico exterior dominado por la cerámica plateada Loewe.

El minimalismo de ‘Cloud Dancer’, color Pantone del 2026

El **primer blanco** de su historia

Pantone, el oráculo cromático del mundo del diseño y la moda, es siempre un buen indicador de hacia dónde se dirigen las tendencias decorativas y cromáticas. La entidad, como es habitual al acabar cada año, ha hecho público el tono que, a su juicio, será el predominante en 2026 y tomará el relevo del tono estrella del 2025, el *Mocha Mousse*, un marrón cálido, suave y cremoso, inspirado en el café moca y el chocolate con matices beige y caramelo.

El color del 2026 va a ser el *Cloud Dancer* (referencia 11-4201), la primera vez que un blanco es elegido y el tono que promete regir las tendencias en la decoración, que después se trasladan a la moda, las pasarelas, y la calle. Desde el Instituto Pantone se refieren a él como un «blanco sublime que sirve como símbolo de influencia calmante en una sociedad que redescubre el valor de la reflexión calmada. Es un blanco ondulante impregnado de serenidad, que



‘Cloud Dancer’ toma el relevo del ‘Mocha como tono del año Mousse’

fomenta la verdadera relajación y la concentración, lo que permite que la mente divague y la creatividad respire, dando espacio a la innovación».

«En un mundo en el que el color se ha convertido en sinónimo de expresión personal, esta tonalidad puede adaptarse, armonizar y crear contraste, aportando una sensación de ligereza a todas las

aplicaciones de productos y entornos, ya sea de forma individual o combinada con otras tonalidades», explica Latrice Eiseman, directora ejecutiva de Pantone color Institute.

Cloud Dancer es el color del año número 27º, después de que el Pantone Color Institute puso en marcha la elección del color del año en 1999 con el objetivo, según explica, de «involucrar a las comunidades de diseño globales y a los entusiastas del color, generando conversaciones sobre el significado cultural del color». El primer Color Pantone del Año fue *Cerulean Blue*, y tras él se han ido sucediendo 26 colores más. Nunca antes un blanco. En esta década se han seleccionado *Classic Blue*, *Ultimate Gray* e *Illuminating*, *Very Peri*, *Viva Magenta*, *Peach Fuzz* y, finalmente, el ya mencionado *Mocha Mousse*.

«En este momento de transformación vertiginosa, cuando estamos reimaginando nuestro futuro y nuestro lugar dentro del mundo, *Cloud Dancer* es una tonalidad blanca discreta que ofrece una promesa de claridad que mejora nuestra concentración y que nos libera de la distracción de las influencias externas», afirma Eiseman.



Las instalaciones de la firma en el polígono de Belcaire acogerán una nueva edición de Roca Tiles Open Home, una cita concebida para mostrar las principales novedades de sus propuestas para 2026.

Roca Tiles abre su 'casa' a una experiencia inmersiva

La compañía prepara su **Open Home** en la Vall d'Uixó, donde mostrará sus últimas colecciones cerámicas

Del 23 al 27 de febrero, Roca Tiles volverá a abrir las puertas de su casa. Las instalaciones de la firma en el polígono de Belcaire, en la Vall d'Uixó (Castellón), acogerán una nueva edición de Roca Tiles Open Home, una cita concebida «para mostrar, durante una semana intensa, las principales novedades de sus colecciones cerámicas para el próximo año».

«Más que una exposición de producto, Open Home se plantea como un recorrido pensado para ser vivido. Cada espacio ha sido diseñado para combinar materiales, formatos y acabados con el objetivo de mostrar el verdadero potencial de las colecciones, con un protagonismo claro de las piezas de gran formato», indican desde la marca. La cerámica se presentará «en contexto, aplicada a escenarios reconocibles y funcionales, hoteles o espacios *retail*, que permiten entender su comportamiento, su escala y su impacto visual en entornos reales».

El *showroom*, renovado para la ocasión, «invita a mirar, tocar y experimentar, por lo que clientes y profesionales podrán descubrir las texturas con las manos, testar combinaciones en la zona de trabajo y visualizar soluciones constructivas y decorativas de forma directa, sin intermediarios ni artificios». Roca Tiles invita a «reivindicar la materialidad del producto y el valor de la experiencia física frente a la mera imagen».



El 'showroom' de Roca Tiles ha sido renovado para acoger el evento centrado en el diseño cerámico.

Entre las colecciones que articularán el recorrido destaca *Dolce Vita*, «presentada en su faceta más sobria y elegante, en diálogo con el acento cromático de *Vita*, que introduce matices y contrastes con ritmo y profundidad, sin romper el equilibrio conjunto». Junto a ella, *Riviere* se incorpora como propuesta singular con «una superficie viva y natural, con

marcado carácter en su acabado cacao, que refuerza la sensación de profundidad y autenticidad del material».

Otra de las protagonistas del Open Home es *Serena*, cuyas placas de gran formato «sorprenden por su capacidad transformadora tanto en suelos como en paredes». Sus acabados *Crosscut* y *Veincut* «reinterpretan la estética de la

piedra Portland, integrando matices cálidos propios de piedras calcáreas y corallinas». El resultado es una elegancia atemporal, con una trama delicada capaz de adaptarse a contextos muy diversos.

Prueba de ello son los espacios en los que *Serena* actúa «como único elemento expresivo y aquellos en los que se combina con porcelánicos decorativos como *Blossom* o *Brixton*, o con piezas especiales como *Diamond* y *Scale*, las escamas metalizadas en cobre o plata que refuerzan la expresividad del espacio».

Las instalaciones de la marca albergarán el encuentro con prescriptores y distribuidores del 23 al 27 de febrero

El recorrido de la muestra «estará cuidadosamente planificado para alternar propuestas de corte más clásico con otras singulares para ofrecer una lectura amplia del universo creativo de Roca». El objetivo reside en mostrar el potencial de diseño y decoración de la marca «desde una aproximación inmersiva, en la que la visita se convierte en un campo de juego para experimentar la cerámica con la comodidad y la cercanía de sentirse, literalmente, como en casa».



Venux mereció en mayo uno de los galardones al mejor stand de la feria estadounidense de Coverings. Sobre estas líneas, el espacio de la firma en Cersaie, donde expuso sus novedades en septiembre.

La irrupción de Venux en el mapa del diseño 'premium'



2025 ha supuesto para Venux el año del lanzamiento en el mercado nacional, respaldado por la presentación de su nuevo 'showroom' de producto en la localidad castellonense de Nules.

La marca de **Grupo STN** cumple su primer año y medio y establece una «ambiciosa hoja de ruta» para el 2026

Venux, marca de Grupo STN especializada en piedra sinterizada, realiza balance del 2025 y desde la compañía reseñan como grandes hitos de la firma «su notable expansión internacional y la confianza de nuevos *partners* en distintos mercados». «Este año que termina, ha estado marcado por premios, presencia en ferias y una estrategia de diseño que refuerza nuestra identidad. La labor en márketing, la proximidad con el cliente y un servicio diferencial han impulsado una comunidad

que va a más y sigue creciendo. Con un porfolio alineado con las tendencias y capaz de acercar el diseño de alto nivel a un público más amplio, Venux mira a 2026 con la ambición de continuar batiendo récords».

Desde la marca revelan que «2025 ha supuesto para Venux el año del lanzamiento en el mercado nacional, apoyado por nuestro nuevo *showroom* en Nules y una planta productiva de última generación galardonada con el premio *Best Factory of the Year* en Europa en los

TechAwards de 2024. Pero el impulso no se ha limitado a España, ya que hemos consolidado la presencia en mercados estratégicos, con alianzas con distribuidores que ya nos sitúan en algunos de los escaparates más relevantes del sector».

La presencia de Venux en ferias ha sido otro eje de su expansión. La marca ha estado presente en las principales ferias internacionales, con stands singulares. Este enfoque expositivo le permitió lograr el galardón en Coverings 2025 al mejor stand. «Nuestro objetivo es cons-

truir relaciones duraderas basadas en el apoyo y la confianza de nuestros *partners*, con un producto y unos materiales de promoción excelentes, que les ayuden en la venta», afirman desde la firma

En 2026, la compañía tiene «una hoja de ruta ambiciosa» y estará presente en Casa Decor (España), el Fuorisalone de Milán, Cersaie (Italia), KBIS (Estados Unidos), diferentes ferias de hostelería y turismo y la feria SICAM en Pordenone, entre otras, incluidas participaciones con clientes en sus propios eventos.

«2025 ha sido solo el punto de partida. Hemos demostrado que una marca joven puede ocupar un lugar relevante cuando combina diseño, visión de producto y una relación cercana con sus *partners*», comentan responsables de la firma.





La empresa castellanense ha decorado con sus diseños las principales estancias del 'reality show' de Mediaset, un formato muy popular que cada semana han visto millones de espectadores en España.

Cevica y sus acabados artesanales, en 'prime time'

Los recubrimientos cerámicos de la firma han decorado buena parte de las estancias de **'Gran Hermano 20'**



Las señas de identidad de Cevica, expuestas en 'Gran Hermano': colores vivos y juegos de texturas, geometrías y acabados con un toque artesanal.

Los recubrimientos de Cevica han vuelto a destacar en el escenario televisivo de *Gran Hermano 20*. La reciente edición del programa, que se ha emitido en Telecinco (Mediaset), ha contado con la presencia de las superficies de la firma castellanense, especializada en acabados cerámicos.

Al igual que en las últimas emisiones del conocido *reality*, la marca ha equipado con sus colecciones la vivienda donde ha transcurrido el concurso. Sus creaciones ofrecen un estilo original y, al mismo tiempo, elegante, versátil y práctico. Ello, sumado a la pátina artesanal de cada pieza, propicia que los diseños de Cevica

sean idóneos para transmitir la frescura y vanguardia que requiere la casa de *Gran Hermano* en cada nueva edición.

Los materiales empleados en esta ocasión han sido *Tender Cream 20x20* (octógonos), *Taco Terre Moss 4,6x4,6*, *Terre 5x15 Moss*, *Alaska 7,5x30 Blanco Mate*, *Karma Blue Matte 14x16* (hexágonos),

Zellij 10x10 Burdeos, *Antic 7,5x15 Fresa Mate*, *Zellij 10x10 Verde Hierba*, *Zellij 10x10 Verde Botella*, *Groovy Buttercream*, *Groovy Cacao* y *Groovy Bluejay*, seleccionados para combinar diseño, durabilidad y creatividad en diferentes formatos, texturas y relieves.

Para Cevica, participar en el *reality* supone «una oportunidad de mostrar al gran público cómo la cerámica puede transformar espacios cotidianos en hogares con carácter y durabilidad», afirma Raúl Carnicer, CEO de la compañía. «Para nosotros es un privilegio participar en un proyecto de tanta repercusión. Queremos que el público entienda que nuestros revestimientos combinan diseño, practicidad y resistencia, incluso en entornos de uso intensivo», añade.

Carnicer subraya también que «Cevica siempre ha apostado por la personalización: ofrecemos colecciones con forma-

Sus diseños han aportado estilo, versatilidad y un toque contemporáneo a los espacios del concurso

tos flexibles, texturas variadas y relieves que permiten crear espacios únicos y adaptarlos a la personalidad de cada hogar o local comercial. Que nuestras propuestas de diseño hayan estado de nuevo en la casa de *Gran Hermano* demuestra que la cerámica de calidad no es cosa del pasado: es contemporánea, funcional, artesanal y con estilo».

Molins compra la cementera Secil por 1.400 millones

La firma portuguesa cuenta con una plantilla de **2.900 empleados** y ha registrado unas ventas de 740 millones

Molins ha alcanzado un acuerdo con el grupo inversor portugués Semapa (Sociedade de Investimento e Gestão, SGPS, S.A.) para la adquisición del 100% de Secil Companhia Geral de Cal e Cimento, S.A. (Secil). La operación representa «un hito relevante en la estrategia de crecimiento rentable y sostenible de Molins, al reforzar su presencia en Europa y completar su expansión geográfica en Latinoamérica con la entrada en Brasil, el único gran mercado de la región en el que Molins todavía no estaba presente».

Con sede en Lisboa, Secil es una compañía de referencia de soluciones para la construcción, con presencia en ocho mercados y una capacidad anual de producción de cemento de aproximadamente 10 millones de toneladas. Su portafolio de negocio diversificado incluye cemento, hormigón, áridos, soluciones constructivas y economía circular. Secil emplea a más de 2.900 profesionales y ha registrado unas ventas de 740 millones de euros en los últimos doce meses.

La operación, valorada en 1.400 millones de euros, se prevé que aporte «una contribución inmediata y sostenida a los resultados desde el primer año, apoyada en un importante potencial de sinergias, una sólida contribución a resultados y una robusta generación de caja».

Con esta adquisición, Molins «reforza su presencia en Europa, entrará en el



Marcos Cela, CEO de Molins, subraya que «este acuerdo es un hito clave en la estrategia de Molins».

mercado brasileño, ampliará su presencia global, diversificará sus fuentes de ingresos y reducirá su exposición a la volatilidad cambiaria». La operación «también impulsa la estrategia de sostenibilidad de Molins al aprovechar la experiencia técnica combinada y las capacidades de innovación de ambas compañías. Molins y Secil empresas comparten un firme compromiso con la descarbonización, con los objetivos de Secil

alineados con la iniciativa Science Based Targets (SBTi)», indican desde la firma.

Marcos Cela, CEO de Molins, afirma que «este acuerdo es un hito clave en la estrategia de Molins. Secil aporta una sólida presencia internacional y una fuerte cultura arraigada en su legado industrial familiar, con valores que compartimos profundamente. La combinación de nuestras fortalezas nos permitirá crecer con un perfil más diversificado y

resiliente, al tiempo que reforzamos nuestro compromiso con la sostenibilidad. Juntos ampliaremos nuestra oferta de soluciones de alto valor, circulares y de baja huella de carbono para nuestros clientes, creando nuevas oportunidades para nuestra gente. Estamos ilusionados por integrar a los 2.900 profesionales de Secil en Molins».

Con la adquisición, el grupo entra en Brasil, el único mercado de América Latina en el que no operaba y se refuerza en Europa

Ricardo Pires, CEO de Semapa, declara que «Secil forma parte de los orígenes de Semapa y siempre ocupará un lugar en nuestra historia. Quiero expresar mi agradecimiento al equipo de Secil por su extraordinaria trayectoria de crecimiento y creación de valor. Esta operación es un paso estratégico para el grupo, que nos permite reforzar nuestra capacidad de invertir, innovar y acelerar la estrategia que hemos venido implementando».

La operación está sujeta al cumplimiento de las condiciones habituales previas al cierre y se espera que se complete en el primer trimestre de 2026.

El Hospital de Fermo y su nueva fachada cerámica fotocatalítica

Con acabados de **Favemanc**

El nuevo Hospital de Fermo, en Italia, avanza en su ejecución con la finalización de una envolvente arquitectónica concebida como elemento clave del proyecto. La principal particularidad del complejo sanitario es que incorpora más de 23.500 metros cuadrados de fachada ventilada cerámica fotocatalítica de la marca Favemanc, instalada mediante el sistema XB Pro desarrollado por la compañía española Gresmanc Group.

La solución integra placas cerámicas alveolares de 17 milímetros de espesor, en los colores Tabaconat y Blanconat 9010, que aportan al conjunto una imagen contemporánea y sobria, alineada con la escala y el carácter institucional del edificio hospitalario. La fachada «no solo define la identidad visual del hospital, sino que también responde a exigentes criterios tanto técnicos como funcionales», resaltan desde el fabricante toledano Gresmanc Group.



El proyecto evidencia cómo la cerámica avanzada de Gresmanc Group contribuye a crear edificios más eficientes y sostenibles.

Desde la firma explican que «desde el punto de vista del rendimiento, la fachada ventilada cerámica se consolida como una de las opciones más eficientes del mercado». Su sistema constructivo «optimiza el aislamiento térmico del edificio, contribuye a la reducción del consumo energético y garantiza un mantenimiento mínimo gracias a la durabilidad y a la

resistencia que aportan las piezas cerámicas».

El acabado fotocatalítico añade un valor diferencial al conjunto, al favorecer la descomposición de contaminantes presentes en el aire y ayudar a mantener la superficie más limpia con el paso del tiempo. «El uso de cerámica 100% natural refuerza, además, el compromiso del proyecto con la sostenibilidad, la salud urbana y el bienestar del entorno», indican desde el fabricante español de recubrimientos.

El Hospital de Fermo se convierte así, tal y como enfatizan desde Gresmanc Group, en «un ejemplo de cómo la arquitectura, la última tecnología cerámica y la responsabilidad medioambiental pueden integrarse de forma coherente para dar respuesta a las necesidades de los edificios sanitarios contemporáneos y anticiparse a los retos del futuro».

La construcción en España: auge en 2025 y previsiones

El último informe **Euroconstruct** revela que la actividad vive una de las mejores coyunturas desde el año 2008



El estudio 'El sector de la construcción español, a contracorriente', revela que España sigue destacando en términos de crecimiento dentro del sector.

El Instituto de Tecnología de la Construcción de Cataluña (ITeC), en colaboración con la Federación de Gremios de la Construcción, ha celebrado en diciembre la presentación del informe Euroconstruct Invierno 2025, con el título *El sector de la construcción en España, a contracorriente*. Francisco Diéguez, director general del ITeC, y Josep Ramon Fontana, responsable de análisis y diagnóstico del mercado de la construcción del ITeC, han desglosado los principales datos y tendencias del sector para el próximo año y el horizonte 2026-2028.

El sector de la construcción española vive un periodo de «gran dinamismo, con indicadores que muestran una clara tendencia al alza». Los «índices de confianza se mantienen en máximos históricos y la estabilidad de los costes de construcción, junto con los recortes de tipos de interés, han favorecido el desarrollo del sector», resalta el último informe.

La actividad inmobiliaria, tanto residencial como no residencial, experimenta una aceleración transversal, desde grandes operaciones corporativas hasta el mercado minorista. El estudio señala que «2025 será uno de los mejores años para el sector desde la crisis de 2008, aunque persisten retos como el acceso a la vivienda». La rehabilitación, «impulsada por fondos europeos, no ha avanzado como se tenía previsto, aunque se espera que nuevas promociones públicas y la obra civil asociadas a promesas electorales aporten estabilidad futura».

Así, se espera que el sector de la construcción cierre el año «con un crecimen-



La construcción española crece más que en la mayoría de países europeos, según Euroconstruct.

to del 4%». La situación empieza a complicarse del 2026 en adelante, puesto que a mitad de año se agotará el programa de estímulos a determinados tipos de rehabilitación y de ingeniería civil, un aspecto que, combinado con los cuellos de botella de producción, «provocará que el crecimiento se desacelere en 2026, con un 3,6%, una proyección que se extenderá en 2027, con un 3,2%».

POR SEGMENTOS

En el segmento residencial en España, la construcción de vivienda nueva mantiene el extra de dinamismo que consiguió

en 2024, aunque el acceso a la vivienda sigue siendo un reto social, lo que ha impulsado a las administraciones a retomar la promoción pública. Se prevé que los proyectos públicos iniciados comiencen a dar resultados a partir de 2027, mientras que la rehabilitación, apoyada por los fondos europeos, avanza a buen ritmo pese a los plazos ajustados. Las previsiones apuntan a un crecimiento del 6,9% en 2025 y que se puedan mantener crecimientos entre el 5,5 y el 6% durante 2026-2028.

En el ámbito no residencial, la inversión se concentra en España en logística

y comercio, mientras que las oficinas avanzan a un ritmo más lento. La previsión contempla sólo un mínimo crecimiento en 2025 (0,8%), que se situaría entre un 2 y el 3% en el horizonte 2026-2028.

En el segmento de la rehabilitación, la esperada «ola de rehabilitación» que iba a provocar el programa de estímulos NGEU ha llegado con retraso (2024) y ahora los proyectos tienen unos plazos muy ajustados para terminarse (agosto 2026). Como ingredientes más estabilizadores, la rehabilitación no residencial y la rehabilitación residencial más cosmética cuentan con unas expectativas razonablemente optimistas. Y es que un mercado inmobiliario dinámico suele fomentar el mantenimiento y las reformas, por lo que se contempla un periodo 2025-27 con crecimientos anuales entre el 1 y el 2%.

Finalmente, la ingeniería civil en España también está pendiente de cómo se resolverá la fase final del Plan y de si habrá cambios profundos de política presupuestaria, por ejemplo, para acomodar más inversión en defensa. De momento,

El sector español atraviesa un periodo «de gran dinamismo, con indicadores que muestran una clara tendencia al alza»

no hay motivos para esperar que la producción retroceda en 2025 (3,0%) ni en 2026 (2,0%), aunque sí que hay muchas incógnitas sobre qué pasará del 2027 en adelante.

RETOS A MEDIO PLAZO

El informe concluye que, aunque «el sector de la construcción en España afronta retos importantes a medio plazo, como la retirada de los fondos europeos y la necesidad de fortalecer la disciplina fiscal, el impulso de la vivienda y la obra civil municipal aportarán estabilidad». La moderación del crecimiento prevista para 2026-2028 se considera «un repliegue controlado, sin señales de alarma inmediatas».

Sobre el entorno cercano, el informe apunta que el panorama del sector de la construcción en Europa podría entrar en 2026 en una nueva fase de crecimiento, a un ritmo que podría calificarse de «normal» y que oscilará desde el 2,4% previsto para 2026 al 1,9% de la proyección para 2028. Este cambio de ciclo responderá «a que el propio sector irá abandonando ciertas posturas defensivas que ha adoptado en los últimos años».

La distribución tradicional, líder en ventas para reformas

El último informe de **Gfk y NielssenIQ** enumera cuáles son los puntos que más valoran los consumidores



FUSTECMA

Andimac destaca que los aspectos más valorados son el asesoramiento personalizado, el servicio posventa y la capacidad de orientar sobre instaladores.

Las tiendas de distribución especializada de materiales de construcción concentran cerca del 60% de las compras de materiales para reformas de dos o más estancias; un liderazgo que se sitúa 14 puntos porcentuales por encima de las grandes superficies. Así lo indican los datos del *Indicador de Tendencia de Consumo relacionado con la reforma y la rehabilitación*, elaborados por la consultora en estudio de mercados Gfk y NielssenIQ y recogidos por Andimac, asociación que representa a la distribución profesional de materiales para la edificación y rehabilitación.

Así, cuando termine 2025, del 33% de hogares que habrá realizado algún tipo de mejora en su vivienda, cerca de un 2% habrán llevado a cabo una reforma considerada integral, la que implica reformar dos o más espacios. Las compras realizadas en el canal profesional para este tipo de actuaciones orientadas a la calidad «superan en un 48,3% las efectuadas en formatos de grandes superficies (6,2% en grandes superficies frente al 9,2% en distribución profesional)».

Los datos muestran cómo la distribución profesional se erige «en claro valorador de la calidad en reforma tanto para profesionales como particulares, ya que ocho de cada diez de los compradores usuarios finales de estos centros contratan un profesional para trabajos de mantenimiento y reforma». Frente a este por-



Imagen de archivo de una firma especializada en la distribución de soluciones para el hogar.

centaje, solo el 68% declara haber realizado compras en los grandes almacenes. Todo ello profundiza en la calidad de los trabajos resultantes, porque además explican desde la asociación, «lleva implícito una política de asesoramiento técnico cualificada, algo especialmente apreciado por parte de los compradores».

Además entre los profesionales más centrados en reformas, el segmento de autónomos y micropymes de fontanería

y calefacción, la distribución profesional concentra el 75% de sus compras.

Todo ello demuestra el papel fundamental de la distribución profesional para garantizar la aportación de soluciones de mayor valor añadido, y por tanto contribuir de forma notable a la mejora del parque edificado a través de su mediación cualificada en proyectos de reforma y rehabilitación. Por su parte, el canal *on line* de la distribución especiali-

zada «todavía no ha desplegado su potencial salvo en ciertas categorías concretas de productos».

EL VALOR DEL ASESORAMIENTO

Así, el informe proporciona información útil para los centros profesionales: uno de los criterios que más valoran los compradores en tiendas especializadas es el asesoramiento profesional y personalizado al cliente, puntuado con un 8,2. A pesar de contar con muchos más recursos, las grandes superficies obtienen aquí tan solo un 7,7. Una tendencia que respalda a la distribución profesional para ser competitiva. El otro factor determinante sería el servicio postventa y, como palanca más determinante, la posibilidad de orientar respecto a instaladores y profesionales.

En cualquier caso, Andimac también advierte que cuando se trata de otro tipo de compra más funcional o de mantenimiento, las grandes superficies tienen un peso creciente que arrincona la capacidad competitiva de las empresas locales.

En este sentido, la distribución de materiales de construcción e instalacio-

El comercio

profesional encabeza la venta de soluciones para reformas y supera en 14 puntos a las grandes superficies

nes para la construcción –un sector clave en la transformación económica, social y medioambiental de España, como así se reconoce en el Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia– se encamina hacia una mayor concentración con agentes cada vez más grandes. «Incrementar la productividad en operaciones es el principal obstáculo para la empresa mediana y pequeña a la hora de competir con los gigantes», recuerdan desde Andimac.

MAYOR CONCENTRACIÓN DE AGENTES

En este sentido, la patronal de la reforma Andimac considera que «existen grandes oportunidades para la distribución profesional en un mercado crecientemente técnico, donde la venta asistida y los nuevos vectores de atracción de profesionales van a ser decisivos». Para aprovechar esas posibilidades, «es fundamental que todos los pequeños almacenes españoles cuenten con herramientas como un mapa de procesos muy optimizado y una eficaz gestión de los datos, y que se optimice la capacidad de tejer ecosistemas colaborativos que pongan de relieve e identifiquen sus atributos comerciales».

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



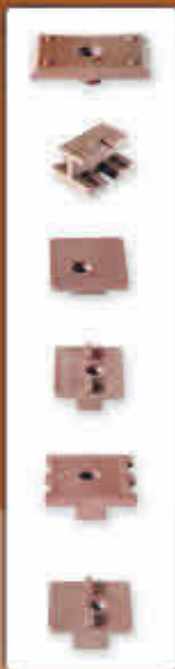
SECTOR ENTARIMADOS

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