

Casa Decor 2026 ha reconocido los mejores espacios de su última y exitosa edición en Madrid.

# el Periódico del **Azulejo**

DIRECTOR: ÁNGEL BÁEZ CALVO.  
MAYO Y JUNIO DEL 2026

NÚMERO 295  
[www.elperiodicodelazulejo.es](http://www.elperiodicodelazulejo.es)

Casa Decor. Espacio "Entre superficies y palabras" de PersonalKx Neolith. Foto: Amador Toril.

# Proyectos de autor

# Sumario

el Periódico del  
**Azulejo**

## Tema del mes

Páginas 4 y 5



**Casa Decor** reconoce el talento nacional

## Industria

Páginas 6 a 14

Los resultados de **Pamesa** en 2025

## Diseño

Página 16

**Gresmanc Group** innova con 'O-Buit'

## Colocación Cerámica

Página 22

El tercer **FuturEMAC**

## Distribución

Página 23



Entrevista al gerente de **BdB Farga Martí**

Director: Ángel Báez Calvo. Coordinación y Redacción: Javier Cabrerizo. Diseño: José Martos. Fotografía: M. Nebot, G. Utiel, T. Losas y KMY Ros. Directora comercial: Cristina Pastor. Ejecutivo de ventas: Javier Cabrerizo. Edita: Comunicación y Medios de Levante, SL. Página web: [www.elperiodicodelazulejo.es](http://www.elperiodicodelazulejo.es). E-mail: [azulejo@elperiodico.com](mailto:azulejo@elperiodico.com). Dirección: Ctra. Almassora, s/n. 12005 Castelló. Teléfono: 964 349 500. DL: CS-016-2000

**RUBI GROUP**

**75**  
years

**TRANSFORMANDO  
EL FUTURO JUNTOS**

EN 1951 CREAMOS UNA SOLUCIÓN QUE CAMBIÓ  
LA FORMA DE TRABAJAR DE MILES DE PROFESIONALES.  
HOY SEGUIMOS MARCANDO EL CAMINO DEL SECTOR.



# APOYOS PARA PAVIMENTO FLOTANTE



MATERIAL RECICLABLE

Visite nuestro catálogo técnico  
PRESTO [www.lizabar.com](http://www.lizabar.com)

MODELOS  
PATENTADOS



PARA USO EN:

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



SECTOR CONSTRUCCIÓN



SECTOR ENTARIMADOS

Columnas gran altura regulables  
Resistencia 1.000 kg  
Alturas ilimitadas

GRAPAS  
OCULTAS PARA  
ENSAMBLAJE  
DE TARIMAS  
NATURALES Y  
SINTETICAS



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



NUEVO

**LIZABAR**  
PLASTICS s.l.



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

[www.lizabar.com](http://www.lizabar.com)



Lucía Rayón otorgó el Premio al Mejor Diseño de Producto Integrado a Javier Reyes (Cosentino) y a José Mª Gimeno y Andrés Navarro, de Summumstudio.



Zooco Studio entregó la Primera Mención al Mejor Proyecto 2026 a Ángela Montagud, de Clap Studio, y a Gema Bonilla, de la compañía Homapal



El Espacio Larra de Madrid acogió la entrega de los galardones, que han alcanzado este año su decimocuarta edición.

# Casa Decor reivindica la materia y la innovación

Los galardones de la muestra de tendencias encumbran a los **estudios y marcas** más destacados del certamen

Casa Decor ha entregado sus XIV Premios Casa Decor en el Espacio Larra de Madrid, en una gala que reunió el 21 de mayo a profesionales del diseño, la arquitectura y el interiorismo participantes en la 61ª edición de la muestra. El gran reconocimiento de la noche, el Premio al Mejor Proyecto, fue para el espacio *Fuerza Suave*, de Kaldewei por ILV\* Isabel López Vilalta.

El jurado quiso destacar «el trabajo con los materiales y las texturas dentro de una misma gama cromática, así como la capacidad del proyecto para reinterpretar y recuperar un material local, como la piedra, desde una mirada contemporánea». La propuesta combinaba cerámica artesanal, mármol y metal brillante en un diálogo entre lo industrial y lo femenino, el pasado y el presente. En este espacio intervinieron Kaldewei, con soluciones para el baño; Cupa Stone, con revestimiento de mármol rojo; y Cevica, con recubrimientos cerámicos.

En esta misma categoría, la Primera Mención al Mejor Proyecto fue para *The Sanctuary of the Self*, de Homapal por Clap Studio. El espacio planteaba un con-



Los ganadores del Premio al Mejor Proyecto: el equipo de ILV\* Isabel López Vilalta y de Kaldewei.

cepto de baño basado en una secuencia de superficies reflectantes que generaban distintas versiones de uno mismo. El jurado resaltó «el protagonismo del material, la profundidad formal de la propuesta y su combinación de discurso conceptual, innovación en la aplicación de materiales y circularidad». En el proyecto intervino Homapal, con laminados

metálicos; Häfele, con sistema de iluminación LED; y Fenix, con sus superficies innovadoras.

La Segunda Mención al Mejor Proyecto de Casa Decor recayó en *Al desnudo*, de Nuet Ceramics por Mayice, una terraza exterior construida con cerámica de gres extrusionado. En ella se reconoció «la coherencia del planteamiento al

entender la cerámica como arquitectura en sí misma, además de su reflexión sobre los diferentes sistemas constructivos, la sostenibilidad y la recuperación de los materiales».

Por su parte, el Premio al Mejor Diseño de Producto Integrado lo mereció *Éclos*, de Cosentino, por el espacio *Manantial*, de Cosentino por Summumstudio. La superficie mineral fue reconocida «por abrir nuevas posibilidades expresivas y constructivas para la arquitectura y el interiorismo contemporáneo, con un diseño tridimensional, aspecto natural, alto contenido de materiales reciclados y gran resistencia térmica y al impacto».

En esta misma categoría, la Primera Mención al Mejor Diseño de Producto Integrado fue para la lámina retroiluminada arquitectónica diseñada por Paccieri Studio en el espacio *The Listening Bar*, de AITEX. El jurado aplaudió «su capacidad para integrar control lumínico, organización espacial y acondicionamiento acústico, además de su compromiso con la sostenibilidad y la economía circular».

La Segunda Mención al Mejor Diseño de Producto Integrado fue para Technogym Reform, de Technogym, presente en el espacio *Sand Stone. Arquitectura para el cuerpo*, de Héctor Ruíz Velázquez. El jurado destacó «la

FOTOGRAFÍAS: THE BIG



Marta Miñarro, de Lemon Studio, y el equipo de Schmidt, con el galardón al Segundo Espacio más votado por el Público en la muestra de tendencias.



El Premio al Mejor Diseño Original de Profesional del certamen recayó en Susana Almazón (Nais), y María Querencia y Maribel López, de Estudio Querencia



Alicia García Cabrera entregó el Premio del Público al Espacio más votado a ITA- Italian Trade Agency y a Almudena y Cristina Rebuelta, de Estudio Rebuelta Domecq.



Ramón Esteve, Premio de Honor a la Trayectoria Profesional.



Imanol Calderón y Marta Alonso (Mayice), y el equipo de Nuet Ceramics, con la Segunda Mención al Mejor Proyecto 2026, entregada en la ceremonia por parte de Zoco Studio.



La concesión de la Primera Mención al Mejor Diseño Original de Profesional a Andreas Manero, en representación de Neolith, y a Pilar Alberola y Lucía González-Orús, de la firma Personal K.

excelencia técnica y estética de la pieza, así como su integración natural dentro del entorno doméstico y su aportación clave para el bienestar dentro de la experiencia cotidiana.

El Premio al Mejor Diseño Original de Profesional se concedió al módulo de lavabo diseñado por Estudio Querencia para el espacio *Introspectio Suite*, de Nais. La pieza, fabricada en chapa metálica y apoyada en revestimientos cerámicos, ha sido reconocida por su sinceridad material y por el diálogo entre el acero y el porcelánico. En este espacio intervinieron además Nais, con sus recubrimientos cerámicos; Mapei, con microcemento de pared; Tres, con grifería de baño; Ribes & Casals, con cortinas de terciopelo y tapizados; y Studio Wild Orange, con sus piezas cerámicas.

La Primera Mención al Mejor Diseño Original de Profesional fue para la librería modular a 45 grados diseñada por Personal K en el espacio *Entre superficies y palabras*, de Neolith. La pieza, realizada con superficies decorativas de Neolith y Alvic, fue valorada por transformar la

biblioteca en un sistema cambiante que construye la experiencia del espacio, reduce el ruido visual y prioriza la arquitectura del conjunto.

En este espacio intervinieron Neolith, con superficies sinterizadas; Airzone, con termostato; Simon, con mecanismos e iluminación LED; Ideatec, con paneles acústicos de PET; Natuzzi Italia, con sofás y butacas; y Alvic, con paneles decorativos y estanterías.

La Segunda Mención al Mejor Diseño Original de Profesional fue para el tótem hoguera realizado por alumnos de Diseño de Interiores de UDIT (Universidad de Diseño, Innovación y Tecnología) en *Caverna Industrial*. El jurado ensalzó «la reinterpretación de la hoguera como símbolo primitivo de encuentro con un lenguaje contemporáneo, así como la experimentación material y constructiva de la pieza».

#### LOS ELEGIDOS POR EL PÚBLICO

El Premio del Público al Espacio más votado de Casa Decor fue para *Órbita e Materia*, de ITA (Italian Trade Agency),

por Rebuelta Domecq, que «exploraba la noche como escenario cultural y preservaba la arquitectura original del edificio desde una sensibilidad contemporánea».

El segundo espacio más votado por el público de la convocatoria fue *La unidad*, de Schmidt, a cargo de Lemon Studio. En este *loft* intervinieron firmas como Schmidt, con cocina y muebles; Cosentino, con encimera de cocina, isla y chimenea; Mapei, con revestimiento de pared; Orac, con molduras y paneles 3D; e Hisbalit, con mosaico de vidrio.

El tercer espacio más votado fue *The Listening Bar*, de AITEX por Paccieri Studio, propuesta que utilizó desperdicio textil para crear nuevos materiales y que también recibió la Primera Mención al Mejor Diseño de Producto Integrado.

En esta edición, Casa Decor quiso completar el palmarés con el Premio Extraordinario Ángeles Barbería, concedido a Tarq Studio, participante por primera vez en el escaparate de tendencias. El galardón, dedicado a la memoria de Ángeles Barbería, sirvió para reconocer a nuevos profesionales del interiorismo

con propuestas innovadoras y de excelente ejecución. En esta edición, el jurado valoró el trabajo del estudio colombiano en *Dos Latitudes*, «que combinaba diseño, artesanía y una lectura contemporánea del encuentro entre culturas». En este espacio intervinieron Durstone, Neolith o Studio Wild Orange.

#### EL APLAUSO PARA RAMÓN ESTEVE

Otro momento relevante fue la entrega del Premio de Honor a la Trayectoria Profesional al arquitecto valenciano Ramón Esteve, con la que Casa Decor reconoció su trayectoria iniciada a principios de los años 90 y marcada por «una visión global del proyecto, en la que arquitectura, interiorismo, diseño y experiencia se entienden como distintas escalas del pensamiento creativo».



Más información:  
Escanea el QR para ver la galería de fotos completa en [www.elperiodicodelazulejo.es](http://www.elperiodicodelazulejo.es)

# Qualicer acapara la atención de toda la industria mundial

El congreso se celebra en **Castelló** entre el 10 y 12 de junio y espera congrega a más de 350 profesionales



La presentación oficial del foro técnico, en la que tomaron la palabra Matías Martínez, Mariano Hernández y Javier Rodríguez Ejerique.

Castelló acogerá los próximos 10, 11 y 12 de junio Qualicer 2026, la «gran cita internacional para analizar el presente y el futuro de la industria cerámica». En la presentación del evento participaron Mariano Hernández, presidente del Colegio Oficial de Ingenieros Industriales de la Comunitat Valenciana-Demarcación de Castellón; Matías Martínez, director del Colegio de Ingenieros Industriales-Demarcación de Castellón y director del Laboratorio Sebastián Carpi; y Javier Rodríguez Ejerique, secretario del Congreso Qualicer 2026.

La sede principal del certamen, bajo el lema *Now, the full view*, será la sala principal del Auditori y Palau de Congressos de Castelló, donde se concentrarán las sesiones centrales, mientras que la tercera jornada se trasladará al Colegio de Ingenieros Industriales de Castellón. La previsión de la organización es alcanzar o superar los 350 congresistas.

El programa se articula en torno a tres ejes: estrategia y competitividad global, sostenibilidad y transición energética e instalación y futuro de la construcción. A ellos se suman dos ideas transversales: la calidad cerámica como cultura empresarial y la innovación tecnológica como factor de competitividad. Con este enfoque, el congreso abordará presión regulatoria, descarbonización, coste energético, digitalización, inteligencia artificial, seguridad en pavimentos y nuevos modelos constructivos.

La jornada inaugural tendrá un marcado perfil estratégico. Una de las prime-



Rogelio Vila, CEO de Equipe Cerámicas, será uno de los participantes en la jornada inaugural.

ras sesiones será la VII edición de la mesa *The Globalization of Ceramic Tile Quality*, en la que está prevista la participación de Julio Pascual, director general del Grupo Lamosa en España, y Rogelio Vila, CEO de Equipe Cerámicas, integrada en el Grupo Italcera. Esta mesa analizará el impacto de la concentración empresarial, la competencia internacional, las políticas arancelarias y la necesidad de sostener la calidad como atributo diferencial del producto cerámico.

Otro de los contenidos destacados será la sesión *Tile Valley: Construyendo el Primer Clúster Cerámico del siglo XXI*.

En ella intervendrán Michael Kephart, vinculado al desarrollo del clúster Tile Valley en Tennessee; Luciano Galassini, figura clave en la proyección internacional de Ceramics of Italy; e Isaac Nebot, director de la Escuela Superior de Cerámica de l'Alcora (ESCAL). El debate pondrá el foco en la capacidad de los clústeres occidentales para mantener producción, empleo cualificado, I+D y relaciones comerciales equilibradas.

El bloque de competitividad incorporará también una comparación entre los clústeres cerámicos de España y China, con Beatriz Irún Molina, de ESIC

Business & Marketing School Valencia, y Alberto Enrique Sáez Serrano y Paloma Moya Arranz, de la Universidad a Distancia de Madrid. La agenda incluirá, además, una sesión sobre inteligencia artificial aplicada a la industria, con Enrique Manso y Aitor Rodríguez, de EY Transforma Servicios de Consultoría.

La instalación y el futuro de la construcción tendrán un espacio propio. Woody Sanders, vicepresidente primero de la NTCA y presidente de Sanders Tile & Stone, expondrá las oportunidades de la instalación sobre pedestales en grandes espacios exteriores. Tim Christopher, responsable de calidad en Lendlease, analizará los riesgos reputacionales del uso incorrecto del producto y de los fallos de diseño. Dale Kempster, de Schluter Systems, abordará la construcción off-site y los módulos 3D.

La segunda jornada de Qualicer estará centrada en sostenibilidad, energía y tecnologías de descarbonización. Júnior Desenzi, de Equipe Cerámicas, presentará datos sobre el horno eléctrico y su posible encaje industrial. Elisa Rambaldi, responsable de investigación e innovación cerámica del Grupo Italcera, e Isidoro Giorgio Lesci, fundador de IGL Innovation Foundry, explicarán un enfoque realista de captura y utilización de CO para reducir emisiones. También se abordará la mineralización de la cal residual procedente de filtros, con Elisa Franzoni (Centro Cerámico de Italia).

El programa técnico se completará con investigaciones sobre calentamiento por microondas para la electrificación de procesos térmicos industriales, con participación del Instituto Universitario de Tecnología Cerámica de la Universitat Jaume I, la Universitat Politècnica de València y Kaleseramik. El grupo turco Kale estará presente además a través de Süleyman Soysal, que abordará la fabricación de placas cerámicas de 2 milímetros. CIRCE (Centro Tecnológico de Zaragoza) expondrá un demostrador industrial capaz de eliminar el gas natural del proceso de fusión de fritas.

## 'WORKSHOP' SOBRE DESLIZAMIENTO

La principal novedad será la tercera jornada del 12 de junio, un *workshop* internacional monográfico sobre la evolución de la normativa de ensayo de resistencia al deslizamiento mediante el método del péndulo. Participarán Stephen Charles Thorpe, consultor de salud y seguridad; Carl Strautins, epidemiólogo de Safe Environments Pty Ltd; Richard Bowman, director en Intertile Research; y Tim Christopher.

Con representantes industriales y técnicos de Alemania, Australia, Canadá, Estados Unidos, Italia, México, Reino Unido, Turquía y España, Qualicer refuerza su perfil internacional y consolida a Castelló como territorio estratégico del conocimiento cerámico. El programa completo del evento está disponible en la nueva página web del evento: [www.qualicer2026.com](http://www.qualicer2026.com).

# Fernando Roig: «Apostamos por España, Europa y EEUU»

**Pamesa Grupo Empresarial** eleva sus ventas en 2025 en 1.147 millones de euros, un 1% más que en el 2024

ANDREU ESTEBAN / EFE



El presidente de Pamesa Grupo Empresarial, Fernando Roig, con parte de su equipo directivo tras la presentación de los resultados económicos.

Fernando Roig, presidente de Pamesa Grupo Empresarial, ha expuesto en mayo los resultados económicos del grupo correspondientes al año 2025, así como las previsiones para 2026. La sede de Pamesa albergó el encuentro con los medios de comunicación en los que Roig destacó que el *hólding* cerró 2025 con una facturación de 1.147 millones de euros, un 1% más que en el ejercicio anterior, cuando alcanzó los 1.133 millones.

Los datos muestran un ejercicio de estabilidad. La división cerámica mantuvo el mismo volumen de ventas, con 926 millones, mientras que las áreas de energía y materias primas compensaron la evolución del negocio principal con incrementos del 16% y del 6%, respectivamente. El beneficio antes del Impuesto de Sociedades se situó en 101 millones de euros, frente a los 114 millones del 2024.

El presidente del grupo, Fernando Roig, presentó este balance en un contexto que definió como complejo para la industria azulejera española e italiana, marcado por los costes energéticos, la presión regulatoria y la necesidad de seguir ganando competitividad en los mercados internacionales. El presidente de Pamesa fue crítico con la situación que atraviesa el sector cerámico europeo como consecuencia de la actualización del régimen europeo de derechos de emisión —EU ETS— para el periodo 2026-2030, que confirma un recorte de los derechos gratuitos de CO<sub>2</sub>, lo que se traducirá en un sobrecoste para la industria española de hasta 163 millones. «Es un



Un instante de la comparecencia de Roig.

palo gordo para la cerámica española e italiana y no sé si es que no tenemos suficiente fuerza política o si no se nos hace caso. Italia hace más presión, pero estamos en un contexto difícil», señaló Roig.

En este sentido también vaticinó que «van a ser unos años muy complicados para la cerámica. Si no nos ponemos todos las pilas va a haber dificultades». Fernando Roig añadió al mayor coste en las emisiones de CO<sub>2</sub> que tendrán las empresas azulejeras el incremento en los precios del gas natural, el combustible principal de los hornos cerámicos, como consecuencia de la guerra de Irán y la

distorsión en el mercado de la energía.

Para el año 2026, el grupo prevé un crecimiento de entre el 3% y el 5% en el negocio cerámico. En este sentido Roig destacó el buen comportamiento de Estados Unidos, mercado en el que Pamesa sigue apostando «fuerte» pese a las dificultades, y también subrayó la mejora del mercado nacional. Según manifestó a pregunta de *El Periódico del Azulejo*, España «ofrece actualmente buenas perspectivas por el desarrollo de nuevas viviendas, aunque su impacto en el sector cerámico se percibirá con más fuerza en los próximos dos o tres años». «No cabe duda de que tenemos que apostar por España, Europa y Estados Unidos», resumió.

Respecto a futuras operaciones corporativas y la adquisición de nuevas compañías, Roig aseguró con un sonrisa que «estamos bien» y reseñó que el grupo se encuentra en una etapa de ordenación interna tras la incorporación de Natucer. «Queremos poner en orden Natucer y se va a invertir en mejoras en su fabricación. De momento no tenemos planificada ninguna inversión en forma de compras», sentenció.

Otros datos que aportó Fernando Roig durante su alocución en Vila-real son que la compañía «cuenta actualmente con 12.500 clientes en 162 países y destina a la exportación el 67% de sus ventas». Roig ha puesto en valor «la amplitud de su cartera internacional» y la fortaleza de su red comercial, elementos que considera claves para mantener el posicionamiento del grupo en un mercado global

cada vez más competitivo. Asimismo, Fernando Roig enfatizó que «Pamesa ha realizado inversiones por valor de 117 millones de euros en 2025» y prevé «elevar esa cifra hasta los 120 millones en 2026». Entre las actuaciones previstas para este año figuran «la renovación de oficinas y showroom de Natucer, la ampliación de la exposición de Ecoceramic, un nuevo secadero en la fábrica de Natucer, una nueva línea de gran formato en Pamesa Porcelánico y la puesta en marcha del primer horno 100% eléctrico del grupo para un proceso de segunda cocción, fabricado por Kerajet, que estará disponible en breve».

Otro de los grandes proyectos estratégicos del *hólding* es Pamesa NetZero, una «plataforma energética integral compuesta por hasta 80 MWp de generación fotovoltaica y 366 MWh de almacenamiento en baterías, que se sumarán a los más de 20 MW de capacidad renovable ya existentes». La inversión, «financiada con recursos propios y sin ningún tipo de subvención, asciende a 74 millones de euros y permitirá evitar 31.000 toneladas de dióxido de carbono cada año».

**Resaltó** que el *hólding* acometerá inversiones por valor de 237 millones de euros entre el pasado ejercicio y el presente

Roig recordó que desde el año 2019 Pamesa cuenta «con un parque fotovoltaico de más de 121.000 metros cuadrados, con el que evita 5.264 toneladas de CO<sub>2</sub> anuales. Además, el grupo mantiene sistemas de recuperación de calor de hornos a secaderos, con 32.014 MWh al año, y de hornos a atomizadores, con 33.144 MWh al año».

#### MEDIO AMBIENTE

La sostenibilidad es «uno de nuestros principales ejes de la estrategia industrial». Según comentó, el producto final del grupo ya incorpora un 7% de material reciclado, además de impulsar el reciclaje de palés y otras medidas de eficiencia. Roig también se ha referido a la apuesta por las materias primas propias, especialmente en Teruel, tras las dificultades derivadas de la dependencia de Ucrania. Como ejemplo citó la Mina Valdecastillo, adquirida en el año 2020 y ya restaurada.

Por último, el grupo cuenta con 3.469 empleados, de los que el 97% forman parte de la plantilla fija. Roig destacó la estabilidad laboral como uno de los pilares de la compañía castellanense.



El fabricante de esmaltes y fritas cerámicas será una de las grandes protagonistas de la ceremonia de Empresa del Año, que el 4 de junio reconocerá sus 50 años de trayectoria, innovación y arraigo local.

# Vidres, galardonada por sus 50 años de trayectoria

Será reconocida por los premios **Empresa del Año** durante la gran gala de la economía de Castellón

**V**idres recibirá el próximo 4 de junio el premio de Trayectoria Empresarial, un reconocimiento que le será entregado por Mediterráneo en la ceremonia de los galardones más prestigiosos de la economía de Castellón. El premio, que será otorgado ante más de 400 invitados en el Auditori de la capital de la Plana, distinguirá el medio siglo de historia de una compañía puntera que ha sabido crecer desde sus raíces castellanenses hasta consolidarse como un referente en la fabricación de esmaltes y fritas cerámicas con presencia internacional y sin perder la fidelidad a sus valores fundacionales.

Así, Mediterráneo ha elegido a Vidres por su herencia de 50 años de actividad. Su propuesta continuada representa hoy un modelo de empresa basado en la estabilidad, el arraigo territorial y la visión a largo plazo. Fundada con capital 100% castellanense, la compañía ha mantenido prácticamente inalterada su estructura accionarial desde su constitución, un hecho poco habitual en el panorama corporativo actual y que ha permitido preservar una estrategia coherente, vinculada al territorio y fiel a la identidad que marcó sus orígenes.

Su trayectoria está estrechamente ligada a la evolución de la industria cerámica. Lo que comenzó como un proyecto especializado en la fabricación de fritas y esmaltes en Vila-real ha evolucionado con el paso del tiempo hacia nuevas áreas de mayor valor añadido, como los pigmentos cerámicos y las tintas de inyección digital. Esa capacidad de anti-



Joaquín Font de Mora, consejero delegado de Vidres.

cipación ha sido una de las claves de su permanencia en el mercado, ya que Vidres ha sabido leer los cambios del mercado, invertir en innovación y adaptar su propuesta tecnológica a las nuevas necesidades de la industria.

Mediterráneo también valora en la concesión del galardón la apuesta de la esmaltera por la I+D+i, uno de sus grandes motores de su desarrollo. La com-

pañía ha construido su crecimiento sobre una evolución constante, combinando conocimiento, diversificación inteligente y vocación de mejora continua. Esta orientación le ha permitido avanzar desde sus primeros productos hacia soluciones alineadas con las demandas de un mercado global cada vez más exigente.

Junto a su dimensión tecnológica, Vidres ha desarrollado una clara voca-

ción internacional. La empresa de Vila-real ha transformado una iniciativa local en una compañía con presencia operativa en distintos mercados estratégicos, a través de filiales, oficinas técnicas y centros de producción en Italia, Portugal, Reino Unido, México, China, India y Argelia. Esta expansión ha contribuido a proyectar el nombre de Castellón en el exterior y a reforzar el peso de la provincia como gran polo mundial de innovación en esmaltes y fritas para la industria cerámica.

**Mediterráneo** reconocerá a la firma como ejemplo de empresa castellanense capaz de crecer sin renunciar a su origen

El reconocimiento a la Trayectoria Empresarial también pone en valor una forma de entender la empresa «desde la responsabilidad humana». A lo largo de los momentos más complejos para el sector, Vidres ha priorizado la preservación del empleo y mantuvo su plantilla de profesionales. Ese vínculo con el equipo ha consolidado un capital humano cohesionado y altamente cualificado, pieza esencial en su evolución. La fidelidad mutua entre empresa y plantilla, unida a su arraigo territorial y a su ambición internacional, resume el espíritu de una trayectoria que es capaz de «combinar pasado, presente y futuro».



Con este nuevo equipo, Equipe ha optimizado la eficiencia del embalaje de palets y ha reforzado la protección del producto. Sobre estas líneas, detalle del enfundado 'Stretch Hood' aplicado sobre el palet.

# Robotec instala en Equipe una nueva 'Stretch Hood'

La solución mejora la protección, estabilidad y eficacia en el **embalaje** de cargas de 'picking' y producto paletizado

**R**obotec Packing ha realizado recientemente la instalación de una nueva línea de embalaje *Stretch Hood* en el área logística del fabricante Equipe Cerámicas, una solución automática diseñada para mejorar la protección, estabilidad y eficiencia en el embalaje de cargas de *picking* y producto paletizado.

El proyecto refuerza la presencia de Robotec Packing en el sector cerámico y logístico, donde la fiabilidad del embalaje, la continuidad de producción y la adaptación a cargas variables son factores clave para garantizar una expedición ordenada y competitiva.

## LÍNEA 'STRETCH HOOD' INTEGRADA

Antes de definir la solución, Robotec Packing realizó un estudio previo del proceso, de los volúmenes de producción y de las necesidades de expedición de Equipe Cerámicas. Tras este análisis, se determinó que la tecnología *Stretch Hood* era la alternativa más adecuada por su velocidad de producción y por la reducción de consumibles y gas frente a otras soluciones de embalaje.

La instalación se ha configurado alrededor de una máquina *Stretch Hood MH1* de Messersi para el enfundado automático de palets, una tecnología que aplica una funda de film estirable sobre la carga sin necesidad de aporte térmico. Este sistema permite obtener una protección uniforme del producto, una buena estabilidad durante la manipulación y una presentación limpia para almacenamiento y transporte.

En este caso, la elección de *Stretch*



Zona de salida de línea, lista para mantener un flujo continuo de palets embalados hacia expedición.

*Hood* permite alcanzar un ahorro aproximado del 50% en consumible y gas, optimizando el coste operativo del embalaje sin comprometer la protección ni la estabilidad del palet.

En esta implantación, la línea incorpora diez transportadores, dos centradores y un girador, elementos que permiten ordenar el flujo de palets, posicionar correctamente la carga y adaptar el movimiento de la línea a las necesidades reales de la instalación.

La combinación de transporte, centrado, giro y enfundado automático permi-

te reducir intervenciones manuales, mantener un ritmo de trabajo constante y mejorar la regularidad del embalaje en cada palet procesado.

## CARGAS DE 'PICKING'

La solución instalada en Equipe Cerámicas está pensada para responder a las necesidades del *picking* cerámico, donde las cargas pueden variar desde palets con pocas cajas hasta palets completos preparados para expedición. Esta variabilidad exige un sistema capaz de adaptarse a diferentes alturas, geome-

trías y niveles de carga sin perder estabilidad ni calidad de embalaje.

La tecnología *Stretch Hood* cubre esta necesidad al aplicar una funda estirable que se ajusta al contorno del palet, tanto en cargas parciales como en cargas completas. Frente a sistemas de envoltura automática o procesos termorretráctiles, esta solución aporta mayor versatilidad para el *picking*, una protección homogénea y una presentación final más limpia.

El objetivo del proyecto era automatizar un proceso logístico con alta variabilidad de formatos, reduciendo operaciones manuales y manteniendo un flujo constante de palets hacia expedición. Para un área logística que prepara pedidos destinados a distintos canales, esta capacidad de trabajar con cargas irregulares resulta clave para mejorar productividad, protección y coste operativo.

## EXPEDICIÓN MÁS EFICIENTE

Con esta nueva instalación, el área logística de Equipe Cerámicas incorpora una solución preparada para aumentar la eficiencia del embalaje de palets y reforzar la protección del producto durante su manipulación, almacenamiento y transporte. Con la tecnología *Stretch Hood*, Equipe Cerámicas ha logrado reducir el consumo de film y eliminar el uso de gas en esta fase del embalaje, obteniendo una solución más económica y sostenible para su operativa logística.

Para Robotec Packing, «este proyecto supone un nuevo ejemplo de integración de equipos de embalaje industrial final de línea adaptados a las necesidades de cada cliente, combinando tecnología *Stretch Hood* y transporte automático en una línea completa preparada para *picking*. Además, refleja cómo nuestros clientes nos eligen por la robustez y calidad de los equipos junto por un servicio técnico ágil y eficaz».



Javier Ventura-Traveset, responsable de Navegación y Ciencia Lunar en la Agencia Espacial Europea.



Francisco Javier Sogorb, Marisa Flor y Juan Antonio Bertolín, en la mesa inaugural del foro técnico.

# Innotransfer estimula las sinergias tecnológicas

**Espaitec** alberga un foro sobre tecnología aeroespacial con la participación del Instituto de Tecnología Cerámica

**E**spaitec, Parque Científico y Tecnológico de la Universitat Jaume I de Castelló, celebró el 28 de mayo la jornada Innotransfer *Conectar para despegar: tecnología aeroespacial*. En ella se analizaron los retos y oportunidades de un sector en plena expansión, se mostraron las tecnologías innovadoras que se están implementando, y se puso de manifiesto cómo la cooperación entre las universidades y empresas del territorio posibilita el desarrollo aeroespacial. La directora de Innovación y Emprendimiento de la Universitat Jaume I, Marisa Flor; el subdirector general de Avance de la Sociedad Digital y de las Tecnologías Habilitadoras Digitales, Francisco Javier Sogorb; y el director de Espaitec, Juan Antonio Bertolín, inauguraron el acto.

Flor resaltó «la diversidad de ámbitos que pueden aportar soluciones al sector, así como el potencial de estas jornadas para impulsar alianzas y colaboraciones». Por su parte, Sogorb indicó que «para la Dirección General de Innovación de la Generalitat Valenciana es un placer colaborar con la Red de Parques Científicos Valencianos, dado que son actores fundamentales para la innovación que impulsan el ecosistema de investigación de las universidades, favoreciendo la transferencia de conocimiento hacia las empresas de nuestro territorio, y dotándolas de competitividad».

Bertolín añadió que «Castellón tiene el conocimiento acumulado de décadas trabajando con materiales a temperaturas extremas, procesos de sinterización y control de calidad. Y tiene un aeropuerto que alberga la incubadora de la Agencia Espacial Europea. El hueco entre ambos mundos es una oportunidad enorme. Pasar de fabricar el mejor suelo del



Guillermo Ulldemolins (Aimplas) y Yolanda Reig, directora del Instituto de Tecnología Cerámica.

mundo a fabricar los materiales que protegen cohetes no es un salto al vacío. Es conectar dos puntos que ya existen, y eventos como este Innotransfer Aeroespacial son, exactamente, el mecanismo para hacerlo posible».

**HACIA LA NUEVA EXPLORACIÓN LUNAR**  
La sesión comenzó con la ponencia *Nuevas infraestructuras de comunicación y navegación lunar: Hacia un nuevo paradigma en la exploración lunar*, de Javier Ventura-Traveset, responsable de Navegación y Ciencia Lunar en la Agencia Espacial Europea (ESA), quien detalló la misión Artemis 2, su importante papel en la contribución europea aeroespacial, junto al estado actual de la exploración lunar y la creciente colaboración entre agencias espaciales e industria privada. La exposición se centró especialmente en el desarrollo de las nuevas infraestructuras y servicios de comunicaciones y navegación lunar impulsados por la Agencia Espacial Europea a través

de los programas Lunar Pathfinder, Moonlight y NovaMoon. Estas iniciativas proporcionarán capacidades críticas para futuras misiones científicas, robóticas y tripuladas, habilitando un nuevo modelo operativo para la Luna, y, paralelamente, comenzarán las primeras misiones privadas sobre su superficie, abriendo una nueva etapa en la comercialización de la exploración espacial.

La jornada continuó con la mesa redonda llamada *Conectando el ecosistema: Iniciativas y agentes del New Space*, con la participación de David Argilés, director gerente de Val Space Consorcio Espacial Valenciano; Ivana Guinot, directora del Aeropuerto de Castellón; y Pepe Nieto, presidente de Espai Aero Comunitat Valenciana. En este sentido, todos ellos compartieron el importante papel que desarrollan estas entidades, junto a las iniciativas que se están desarrollando con el propósito de impulsar el ecosistema aeroespacial dentro de la Comunitat Valenciana.

Seguidamente, se dio paso a la mesa redonda *Institutos Tecnológicos: Motor de Innovación*, en la que intervinieron Yolanda Reig, directora general en el Instituto de Tecnología Cerámica (ITC-AICE); y Guillermo Ulldemolins, líder de la Célula de Movilidad Sostenible y Futuro en Aimplas. Ambos ponentes presentaron las tecnologías que se están implementando en el ámbito de los materiales, centrándose en que el sector aeroespacial necesita reducir peso y emisiones, pero también aumentar cadencia, repetibilidad y capacidad industrial sin depender siempre del autoclave, siendo un elemento indispensable la combinación de material, proceso, diseño y validación, y sobre todo, que el reto no es sólo desarrollar el material, sino hacerlo industrializable, controlando la microestructura, reproducibilidad, temperatura de procesado y escalado.

La sesión avanzó con la mesa redonda *Casos de Éxito: Tecnología y Transferencia en Acción*, con las intervenciones de Sergio Soler, CFO y cofundador de Arkadia Space; Guillermo Jenaro, CEO y cofundador de Collimate Space; y Jorge Simancas, investigador del Grupo de Semiconductores Avanzados en el INAM-UJI. Una vez finalizadas las mesas redondas, Sara Escrig, *manager* Innotransfer en Espaitec, realizó una exposición práctica acerca de la «Plataforma de Retos Innotransfer: Oportunidades de Colaboración», 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 la red de Institutos Tecnológicos REDIT.



**Más información:**

Escanea el QR para conocer más detalles sobre la ponencia sobre cerámicas avanzadas en [www.elperiodicodelazulejo.es](http://www.elperiodicodelazulejo.es)

# Levantina nombra a Rafael Patxot consejero delegado

Sustituye a **Fernando Soriano**, que seguirá apoyando a la firma como miembro del consejo de administración

**L**evantina Group ha hecho un importante anuncio en el mes de mayo. La compañía «da por cerrada una etapa centrada en la reorganización interna, el refuerzo de su estructura y la definición de una nueva estrategia para los próximos años» e «inicia ahora una nueva fase orientada al crecimiento, al impulso comercial y a la consolidación de su presencia internacional». En este nuevo escenario, el consejo de administración ha nombrado a Rafael Patxot nuevo consejero delegado de Levantina Group. El directivo se incorpora procedente de ES Group y «asumirá la gestión diaria de la compañía con el objetivo de impulsar el crecimiento y desarrollar la hoja de ruta definida para los próximos años».

Este cambio llega después del proceso de transformación operativa liderado por Fernando Soriano, que deja sus funciones ejecutivas tras haber dirigido la reorganización del grupo. Soriano continuará vinculado al proyecto como miembro del consejo de administración, desde donde «seguirá apoyando la ejecución del plan estratégico».

Según la empresa, la etapa que ahora concluye ha permitido «ordenar el negocio, revisar la cartera de productos, reforzar el equipo directivo y consolidar proyectos como Techlam, su línea de piedra sinterizada». La compañía considera que estos cambios le permiten «afrontar una



Levantina ha renovado su portfolio de las marcas Naturamia, Mediterranean Stone y Techlam.

nueva fase con una estructura más sólida y una estrategia definida».

Patxot cuenta con experiencia en dirección general y comercial en distintos sectores industriales, entre ellos la construcción, la automoción, la transformación de plásticos, la maquinaria para la industria alimentaria y la petroquímica. Su cometido será «dar continuidad al plan estratégico diseñado por el consejo de administración, Soriano y el actual

equipo directivo». En este sentido, Soriano ha señalado que Levantina Group comienza esta etapa con una estructura «más sólida, una estrategia clara y un equipo directivo alineado con los objetivos de crecimiento». Su salida de la gestión diaria responde, según ha explicado él mismo, «a una nueva oportunidad profesional», aunque seguirá «apoyando el proyecto desde el consejo de administración».

El presidente del Consejo de Administración de Levantina Group, Frits Willem Prakke, ha agradecido el trabajo de Soriano durante esta etapa. En estos dos últimos años la firma «ha afrontado un ambicioso plan que le ha permitido, por un lado, adelgazar su estructura y desprenderse de actividades deficitarias o a las que veía poco recorrido y

**La compañía abre nueva etapa «centrada en el crecimiento» después de culminar su transformación operativa reciente**

centrarse en aquellas con mayor proyección». Así, por ejemplo, el año pasado el grupo vendió su división de granito en España, lo que incluyó las instalaciones que tenía en O Porriño, en Galicia, que adquirió la firma local Marcelino Group.

En paralelo, la compañía ha renovado su portfolio de productos para hacerlo más competitivo y más adaptado a los gustos actuales, a través de marcas como Naturamia o Mediterranean Stone, y, sobre todo, ha reforzado el proyecto de Techlam, especializada en la fabricación de lo que Levantina ha denominado piedra natural sinterizada.

## La Semana de la Construcción agrupa ya a 460 expositores

Cuádruple evento en **Ifema Madrid**

**L**a Semana Internacional de la Construcción, impulsada por Ifema Madrid y que agrupa a las ferias Construtec, Smart Doors, Veteco y Piscimad, avanza en su proceso de comercialización como punto de encuentro profesional del sector de la construcción en España.

A falta de seis meses para su celebración, el proyecto ferial reúne ya a más de 460 empresas expositoras, que han confirmado su participación sobre una

superficie superior a los 38.000 metros cuadrados, unas cifras que «superan la superficie de la anterior edición y reflejan la confianza del tejido empresarial en una convocatoria llamada a marcar la agenda del sector», relatan desde la organización del evento.

Este sólido avance comercial evidencia el interés de fabricantes, empresas de construcción, arquitectos, distribuidores y empresas de servicios por un proyecto ferial que integra estas cuatro ferias



Las ferias Construtec, Smart Doors, Veteco y Piscimad celebrarán de forma simultánea su próxima edición entre el 10 y el 13 de noviembre en las instalaciones expositivas de Ifema en Madrid.

abordando de manera conjunta los principales retos y oportunidades de la industria: la industrialización de la construcción, la rehabilitación, la eficiencia energética, la innovación tecnológica, el diseño, los sistemas y soluciones técnicas para todo el ciclo constructivo.

Además de su «fuerte dimensión comercial», este proyecto contará con la segunda edición del Congreso de la Semana Internacional de la Construcción, un foro de reflexión y aná-

lisis que «abordará los grandes desafíos y palancas de transformación del sector, como la construcción industrializada, la sostenibilidad y la eficiencia energética, la descarbonización, la innovación tecnológica y la digitalización, así como la rehabilitación, el marco normativo y la atracción de talento». El certamen congregará en Ifema a profesionales de promotoras, constructoras, estudios de arquitectura, fabricantes y jefes de obra de todo el territorio nacional.

# Orbel Flotas incorpora nuevas baterías de litio a su operativa

La división industrial de **Orbelgrupo** implanta baterías de litio LiFePO4 que minimizan el mantenimiento rutinario

**O**rbel Flotas, la división de gestión y mantenimiento de flotas industriales de Orbelgrupo, ha iniciado la implantación de baterías de litio de tecnología LiFePO4. La decisión parte de un análisis del ciclo de vida real de los sistemas energéticos en flotas de uso intensivo, y representa un paso decidido hacia soluciones de mayor rendimiento, menor mantenimiento y vida útil notablemente superior.

La tecnología elegida para esta implantación es la de NCPower, fabricante murciano con más de una década de especialización en el diseño y fabricación de baterías de litio a medida para aplicaciones industriales. Sus soluciones integran gestión inteligente de celdas, arquitectura modular y un sistema de protección térmica del BMS que permite adaptar cada batería a prácticamente cualquier maquinaria en uso, sin necesidad de sustituir los equipos existentes. Una flexibilidad que «elimina la principal barrera de entrada en este tipo de transiciones y acelera el retorno de la inversión», indican desde Orbel Flotas.

Los datos técnicos del sector respaldan con solidez la decisión. Según el *Journal of Power Sources*, las baterías de iones de litio alcanzan entre 2.000 y 3.000 ciclos de carga frente a los 500-1.500 ciclos típicos de las baterías de plomo-ácido, con una vida útil entre dos y cuatro veces superior. La revista *Energy*



La carga rápida entre turnos garantiza disponibilidad continua sin necesidad de baterías de reserva.

*Storage Materials* documenta tiempos de recarga de litio de 1 a 2 horas, frente a las 8-10 horas del plomo-ácido, más un período de enfriamiento.

A nivel operativo, la carga rápida entre turnos garantiza disponibilidad continua sin necesidad de baterías de reserva. Las soluciones de NCPower eli-

minan además el mantenimiento rutinario —sin revisiones de electrolito, sin requisitos de ventilación—, lo que reduce la carga administrativa y los costes indirectos asociados.

El resultado «es una flota más eficiente, con menor huella ambiental y mayor disponibilidad efectiva, en línea con la

alianza estratégica de Orbel Flotas con Toyota Material Handling».

«El mercado industrial está en un punto de inflexión. Cada vez más empresas entienden que la eficiencia energética de su flota no es una cuestión de infraestructura, sino de competitividad. Las que toman esta decisión hoy no solo reducen costes: se posicionan por delan-

**La tecnología** elegida para ser implementada es la de NCPower, fabricante español con más de una década de especialización

te. Y eso, en un entorno tan exigente como el industrial, marca la diferencia entre crecer o quedarse atrás», manifiesta Sabine Arias, directora comercial de Orbel Flotas.

Con más de 40 años de experiencia en el sector industrial, Orbelgrupo opera a través de cuatro líneas especializadas: Orbel Flotas en gestión y mantenimiento de flotas industriales, Orbel Ingeniería en robótica y logística, Academia Industrial en formación técnica especializada y Obg consultores en consultoría y transformación industrial para pymes de la Comunitat Valenciana.

## Impulso a la IA en el mantenimiento industrial de pymes

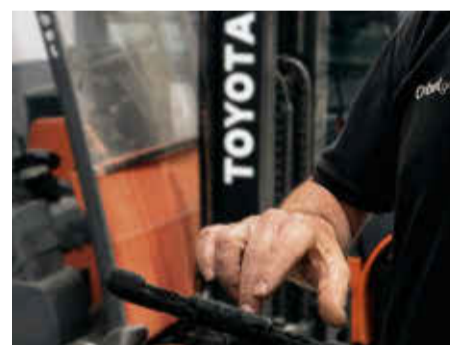
### Acuerdo de **Orbelgrupo** y **Zanet**

**O**rbelgrupo y Zanet han rubricado un acuerdo de colaboración para impulsar la incorporación de inteligencia artificial en el mantenimiento de las pymes. La alianza «busca acercar al tejido empresarial soluciones prácticas, escalables y orientadas a mejorar la eficiencia operativa, la gestión del conocimiento técnico y la digitalización de procesos industriales».

La colaboración une la experiencia de Orbelgrupo, compañía industrial con

más de cuatro décadas de trayectoria en ámbitos como las flotas industriales, la ingeniería, la formación y la consultoría, con la especialización tecnológica de Zanet, firma centrada en la aplicación de la IA al mantenimiento industrial.

El acuerdo nace «en un contexto marcado por la falta de perfiles técnicos especializados y por la necesidad de optimizar procesos internos. En este escenario, la inteligencia artificial se plantea como una herramienta para mejorar la compe-



Ambas compañías colaboran para acercar soluciones de IA al tejido industrial nacional.

titividad de las empresas industriales, especialmente entre aquellas pymes que buscan avanzar en su transformación digital sin afrontar procesos complejos ni inversiones desproporcionadas», han indicado ambas compañías en un comunicado. Desde Orbelgrupo destacan que la colaboración permite conectar su conocimiento del tejido empresarial con una tecnología orientada a resolver necesidades concretas. «La inteligencia artificial tiene que bajar al terreno y resolver problemas reales. Muchas pymes industriales quieren avanzar, pero necesitan

soluciones comprensibles, implantables y orientadas a resultados. Este acuerdo con Zanet nos permite acompañarlas, conectando nuestra experiencia con una tecnología que puede ayudarles a mejorar su eficiencia y competitividad», señala Jesús Ortiz, CEO de Orbelgrupo.

Uno de los retos del mantenimiento industrial es evitar que el conocimiento técnico dependa exclusivamente de personas concretas o quede disperso dentro de la organización. Manuales, procedimientos, históricos de incidencias y experiencia acumulada por técnicos seniors suelen estar repartidos en distintos soportes. La propuesta de Zanet busca convertir esa información en respuestas para técnicos, responsables de mantenimiento y equipos de gestión.

La solución de Zanet se estructura en tres módulos. Zanet Experto facilita el acceso inmediato al conocimiento técnico para resolver dudas, consultar manuales y recibir soporte en tiempo real. Zanet Gestor permite organizar órdenes de trabajo, mejorar la trazabilidad de las intervenciones y estructurar la operativa diaria. Y Zanet Negocio transforma los datos de la actividad técnica en información útil para la toma de decisiones.

# Un espacio para la reflexión y el debate en la industria

El **Aula Vittoriano Bitossi** celebra en Castelló la quinta Jornada de Innovación Sostenible y da voz a acreditados especialistas del clúster

El Aula Vittoriano Bitossi de Innovación Sostenible de la Universitat Jaume I de Castelló ha celebrado su quinta Jornada de Innovación Sostenible, un espacio de referencia para el diálogo estratégico en torno al futuro del sector cerámico. El encuentro reunió a representantes de la industria, expertos y líderes empresariales para debatir sobre los retos y oportunidades que marcarán la evolución del sector en los próximos años y puso el foco en la transformación del modelo industrial hacia prácticas más responsables, eficientes e innovadoras.

El programa contó con la participación de destacados profesionales de compañías y organizaciones líderes como A.Spire, BASF, Porcelanosa, Equipe Cerámicas, Victoria Ceramics, Camacho Recycling y la Sociedad Española de Cerámica y Vidrio (SECV), quienes aportaron una visión integral sobre temas clave como la descarbonización, la economía circular, la gestión de recursos y la innovación tecnológica.

«El sector cerámico de Castellón es un ejemplo de industria que combina innovación y compromiso real con la sostenibilidad, y eso es precisamente lo que Europa necesita», afirmó Raquel Torruella de A.SPIRE durante su intervención. Por su parte, Iván Albertos de Basf destacó que «nos encontramos en un momento complejo para la industria en



Los participantes en el certamen, junto a los representantes universitarios y de la organización del evento desarrollado en Castelló.

general, y para la química, en particular». «Con grandes retos globales, como la emergencia climática o el agotamiento de recursos y pérdida de biodiversidad, desde Basf tenemos una ambición: ser la empresa química preferida para permitir la transformación verde de nuestros clientes», añadió.

Durante la mesa de debate, formada por Antonio Latorre (Porcelanosa), Rogelio Vila (Equipe), Fernando Gómez (Camacho Recycling) y Miguel J. Galindo (presidente de la SECV) se abordaron cuestiones estratégicas como la adaptación a los nuevos marcos regulatorios, la

incertidumbre en el contexto, el impacto de la sostenibilidad en la competitividad empresarial y el papel de la colaboración intersectorial como motor de cambio.

Los ponentes coincidieron en la necesidad de avanzar hacia modelos productivos más resilientes, capaces de integrar criterios ESG de forma efectiva en la toma de decisiones, en un entorno legislativo amigable para un futuro seguro. Asimismo, destacaron el papel clave de la I+D y la digitalización como palancas para impulsar la eficiencia y reducir el impacto ambiental, así como la importancia de la formación.

La quinta jornada del Aula Vittoriano Bitossi reafirma así su vocación como foro de reflexión y acción, alineado con los valores históricos del grupo Colorobbia, promoviendo el intercambio de conocimiento y la generación de alianzas que contribuyan al desarrollo sostenible de la industria. Cabe reseñar que el Aula nació con el objetivo de fomentar el debate, la formación y la difusión de conocimiento en torno a los grandes desafíos del sector industrial, inspirándose en el legado de su fundador Vittoriano Bitossi y en su compromiso con la I+D y la sostenibilidad.

## Maincer instala en Reino Unido una línea automatizada de corte

Compañía adherida a **Asebec**

Maincer ha completado en Reino Unido la instalación de una línea automatizada de corte de ladrillos destinada a la fabricación de plaquetas caravista, cortes transversales y piezas de esquina. El proyecto responde a la necesidad de un cliente de sustituir un sistema manual de baja capacidad productiva por una solución más eficiente, flexible y precisa.

La actuación refuerza la proyección exterior de Maincer, una de las empresas

adheridas a Asebec / Spanish Ceramic Technology, entidad que aglutina a compañías proveedoras de maquinaria, tecnología y servicios para la industria cerámica y afines. En este caso, la firma ha desarrollado una instalación para mejorar el rendimiento en el corte de ladrillo y optimizar la fabricación de piezas para la construcción y la arquitectura.

El reto principal del proyecto era automatizar el corte de ladrillo y aumentar la productividad de una línea que



La nueva solución está basada en la cortadora de ladrillos 'MCN Brick Edition'.

anteriormente funcionaba mediante cortadoras manuales. Este sistema exigía una elevada intervención del operario, lo que ralentizaba el proceso, limitaba la capacidad de producción y dificultaba la obtención de piezas con una precisión constante. Para dar respuesta a estas necesidades, Maincer ha integrado una solución basada en la cortadora de ladri-

llos MCN Brick Edition, incorporada a una línea automatizada con cuatro transportadores en configuración en U. La instalación permite realizar corte longitudinal, corte transversal, fabricación de plaquetas caravista y corte de piezas de esquina, adaptándose a distintos requerimientos de producción.

El funcionamiento de la línea mejora de forma significativa el flujo de trabajo. El operario coloca los ladrillos sobre la banda transportadora y el sistema dirige automáticamente las piezas hacia la máquina de corte. En función del tipo de producción, se activan los motores y discos necesarios para ejecutar cortes rectos o cortes de esquina con alta precisión.

Tras el corte, las piezas terminadas continúan por la línea, mientras que los residuos son evacuados automáticamente. De este modo, el operario recoge únicamente las piezas válidas, lo que contribuye a reducir tiempos, minimizar manipulaciones y mejorar la eficiencia operativa del proceso. Desde la firma de Onda destacan que «la nueva instalación ha permitido al cliente aumentar la productividad, automatizar el proceso de corte, mejorar la calidad de las plaquetas caravista y reducir tiempos de fabricas».

# Todagres y su acercamiento al baloncesto de élite en 1987

La extinta empresa azulejera fue patrocinadora y dio nombre un año al primer equipo del **Estudiantes**

En la historia del deporte hay patrocinios que trascienden lo meramente deportivo para convertirse en pequeñas cápsulas de su tiempo industrial. Uno de ellos fue el de Todagres, firma cerámica nacida en Vila-real y desaparecida recientemente, que estampó su nombre en la camiseta del Club Estudiantes de baloncesto durante la temporada 1987-1988, un curso breve pero simbólico tanto para el deporte como para el azulejo castellanense, que estaba en pleno proceso de expansión.

El acuerdo convirtió al histórico equipo madrileño en Estudiantes Todagres e integró así a una empresa del sector cerámico en uno de los escaparates deportivos más reconocibles de España. Aquella unión se produjo en una época en la que la cerámica de Castellón comenzaba a explorar con fuerza la visibilidad de marca a través del patrocinio deportivo, anticipando dinámicas que hoy son habituales en el marketing industrial. Taugrés y TAU, en el Baskonia, y Pamesa, en el Valencia Basket, fueron otros ejemplos paradigmáticos de esta tendencia que tanta visibilidad reportó al azulejo.

## UNA ESTÉTICA 'DE CULTO'

La temporada 1987-88 quedó marcada en la memoria del Estudiantes y su fiel afición por una estética poco habitual. La camiseta del Estudiantes incorporó una combinación de colores poco convencio-



La plantilla del Estudiantes Todagres 1987-88, con jugadores como David Russell o John Pinone.

nal —tonos negros, naranjas y amarillos— asociada a la etapa Todagres, en un contexto en el que el baloncesto español vivía su consolidación mediática y el patrocinio empezaba a adquirir un papel estructural en la economía de los clubes.

Más allá de lo visual, el acuerdo reflejaba la ambición de muchas empresas

cerámicas de la provincia de Castellón por proyectar su marca fuera del ámbito estrictamente industrial. En aquel momento, el azulejo empezaba a posicionarse no solo como producto constructivo, sino también como identidad de marca con vocación internacional.

El vínculo entre Todagres y

Estudiantes fue efímero. Según recogen las hemerotecas, el acuerdo se interrumpió antes de lo previsto debido a cambios internos en la compañía, cerrando una etapa que no llegó a consolidarse en el tiempo, pero que sí dejó huella en la memoria del club. No obstante, nombres como David Russell, John Pinone, José Miguel Antúnez, Carlos Montes o Javier

**La alianza** fue breve pero muy simbólica, ya que anticipó la entrada de la cerámica en los escaparates deportivos nacionales

García Coll vistieron aquella histórica camiseta del Todagres Estudiantes, con Nike como equipador principal. A nivel deportivo, aquella temporada se enmarca en una fase de transición del Estudiantes, que mantenía su filosofía de cantera y formación de jugadores mientras competía en la élite del baloncesto nacional. En ese ecosistema, los patrocinadores no solo aportaban financiación: también contribuían a construir la identidad visual y comercial de los equipos. Y el caso de Todagres, al igual que ocurrió con Taugrés, luego TAU, o Pamesa, es una buena muestra de ello.

## Keeltek lanza su 'Pallet Manager 3.0' con nuevas funciones

Compañía adherida a **Asebec**

Keeltek, empresa adherida a Asebec, ha lanzado *Pallet Manager 3.0*, nueva versión de su solución para la gestión y optimización de configuraciones de paletizado. La actualización incorpora «nuevas funcionalidades para mejorar la precisión, la trazabilidad y la eficiencia en el diseño de mosaicos y patrones de cajas», según expresa el CEO de la firma Daniel Plá.

La compañía refuerza su apuesta por el desarrollo de herramientas tecnológi-

cas aplicadas a la industria, con una versión «que permite validar configuraciones con mayor fiabilidad antes de su implementación y agilizar el mantenimiento de proyectos mediante una gestión más avanzada de clientes, recetas y patrones».

Entre las principales novedades de *Pallet Manager 3.0* destacan:

1. Motor de simulación mejorado, proporcionando una representación más precisa del mosaico de paletizado y una



Keeltek es especialista en maquinaria industrial para automatizar plantas y líneas productivas.

validación más fiable de la configuración antes de su implementación.

2. Gestión de clientes y recetas para la creación de perfiles de cliente y la asociación de recetas específicas para cada uno, optimizando la organización, trazabilidad y mantenimiento de proyectos.

3. Funcionalidad de reutilización de configuraciones, mediante la importa-

ción de bases y patrones de cajas entre recetas, reduciendo tiempos de configuración y minimizando errores de diseño.

4. Incorporación de nuevas herramientas y algoritmos matemáticos, mejorando los cálculos de distribución, posicionamiento y optimización de mosaicos para obtener configuraciones más eficientes y robustas.

# Smalticeram finaliza con éxito la muestra SMALTIlab

La cita en **Onda** ha exhibido soluciones que combinan la decoración digital y acabados de alta definición para optimizar los procesos productivos

**S** malticeram finalizó el 15 de mayo en sus instalaciones en Onda la muestra SMALTIlab Worldwide Tour 2026, una exposición de diseño cerámico avanzado que recorre diferentes sedes del grupo en países como Italia, España, Estados Unidos, Turquía, Indonesia, Brasil e India. Clientes, colaboradores, técnicos y representantes de empresas nacionales e internacionales han pasado durante las últimas semanas por este espacio creado para compartir innovación, experiencias y nuevas aplicaciones para la industria.

En la última jornada de la cita en Onda, la alcaldesa de la localidad castellonense, Carmina Ballester, acudió al cierre del evento, en el que también participó la cúpula de Smalticeram en la provincia de Castellón, así como parte de su plantilla de trabajadores.

Bajo el concepto *Materia en movimiento*, la muestra reunió una selección de soluciones que combinan la decoración digital con acabados de alta definición y aplicaciones orientadas a optimizar los procesos productivos. Entre ellas destacó *SJ-Water*, una serie de tintas digitales con formulación *water-based* desarrollada «para avanzar hacia una decoración cerámica más sostenible». Esta gama «reduce de forma notable las emisiones de carbono y la presencia de olores, e incluye acabados *glossy* y *mat*, una cuatricromía de alto rendimiento y una tinta estructurante aplicable antes del secado». Su propuesta combina precisión, versatilidad y respeto medioambiental sin renunciar a calidad estética.



Después de Onda, el encuentro cerámico itinerante de Smalticeram continuará por las sedes de Tennessee, Eskişehir, Tangerang, Araras, Morbi y Bolonia.



KMYROS

Otra de las tecnologías presentes ha sido *SJ-Klimb*, una «aplicación digital que permite que a la superficie cerámica adquiera volumen y materia». Su desarrollo «hace posible generar espesores, coberturas y grandes dimensiones, con relieves definidos gracias al sincronismo gráfico». El resultado son «piezas con mayor textura al tacto, un contraste visual más intenso y una sensación de profundidad que amplía las posibilidades expresivas del diseño cerámico».

En SMALTIlab también se han presentado proyectos desarrollados con *SJ-Space*, una tinta estructurante diseñada para responder a uno de los grandes retos de la fabricación cerámica: el centrado gráfico. Esta tecnología «intensifica

el color en los bajorrelieves con precisión y permite sincronizar, en una sola aplicación, relieve y decoración». Su uso en línea «contribuye a simplificar procesos, aumentar la eficiencia y optimizar tiempos

y recursos, mejorando tanto la experiencia productiva como el acabado final de las piezas», indican desde la firma.

Por su parte, *SJ-Unik*, la nueva cola digital de Smalticeram para la aplicación de granillas, aporta «una alta precisión uniforme en toda la pieza cerámica». Su formulación avanzada «minimiza las emisiones de carbono y elimina prácticamente cualquier olor». Diseñada para aplicaciones de alta definición, garantiza uniformidad de capa, versatilidad en distintos soportes y formatos, y un poder adhesivo que estabiliza la deposición y mantiene los bordes nítidos. El resultado son «superficies de una mayor limpieza visual y un rendimiento constante a la hora de la producción».

**Ha anticipado al clúster castellonense sus últimos avances técnicos en tintas y aplicaciones digitales**



La visita de la alcaldesa de Onda, Carmina Ballester, en su visita a la sede de Smalticeram en la localidad castellonense. Al cierre de la exposición también asistió parte de la plantilla de la firma.



# 'O-Buit': cerámica, luz y

## 'vacío' para la arquitectura

**Gresmanc Group** presenta en Madrid su nuevo sistema con cerámica extrusionada en un exclusivo evento junto a la diseñadora África Macías

El 29 de mayo se desarrolló en Madrid el evento llamado *Uno de 88*, el exclusivo encuentro organizado por Gresmanc Group junto a Fearless para presentar oficialmente *O-Buit*, el nuevo sistema modular cerámico diseñado por África Macías y mostrado recientemente por primera vez en el marco de Casa Decor.

Celebrado en el *showroom* de la firma azulejera en la calle Velázquez 76, la cita reunió a 88 invitados cuidadosamente seleccionados (entre ellos algunos de los arquitectos, interioristas y diseñadores más influyentes del panorama nacional) en «una experiencia concebida para explorar la relación entre arquitectura, percepción y vacío».

*Uno de 88* se planteó «como una instalación conceptual inspirada en principios de la física cuántica, donde la ausencia deja de entenderse como vacío para convertirse en un espacio cargado de posibilidades. Una reflexión trasladada al lenguaje arquitectónico a través de *O-Buit*, un sistema cerámico que propone nuevas formas de habitar, filtrar la luz y construir atmósferas».

«El propio nombre del evento hacía referencia al carácter irrepetible de cada asistente. *Uno de 88* definía tanto el número exacto de invitados como también la intención de crear un encuentro íntimo y experiencial alrededor de una propuesta que cuestiona los límites tradicionales entre la materia, la estructura y las propias emociones que genera la labor arquitectónica», indican desde la dirección de Gresmanc Group.



África Macías, diseñadora de O-Buit (en el centro), compartió el origen conceptual del sistema.

Durante la velada, África Macías, diseñadora de *O-Buit*, compartió ante todos los asistentes el origen del proceso conceptual del sistema y la lógica formal que da vida a la colección: «La pieza madre de *O-Buit* es una pieza de doble lóbulo que nace como una envolvente, casi como un *abrazo* al vacío. A partir de ella surgen las otras dos piezas del sistema, que son el aro y el óvalo vertical, generando un lenguaje modular abierto donde el vacío deja de ser ausencia para convertirse en una herramienta capaz de construir, filtrar la luz y crear nuevas experiencias arquitectónicas».

Por su parte, Paula González, directora de Marketing de Gresmanc Group, destacó durante su parlamento la dimensión emocional y sensorial del encuentro: «*Uno de 88* parte de la premisa de ser una invitación a detenernos, mirar diferente y experimentar la arquitectura desde la percepción. Queríamos presentar *O-Buit* no solo como una colección cerámica, sino como un sistema vivo, formado por piezas que reaccionan a la mirada, a la presencia y al recorrido de quien las atraviesa. Porque hay espacios que se diseñan... y otros que solo existen plenamente cuando alguien los habita».

Concebido como un sistema modular abierto y versátil, *O-Buit* amplía las posibilidades expresivas de la cerámica extrusionada en arquitectura e interiorismo. Las celosías, los separadores y los filtros visuales adquieren una nueva dimensión a través de un diseño donde la geometría, la repetición y el vacío se convierten en protagonistas.



El evento reunió en el 'showroom' de la capital de Gresmanc Group a 88 invitados, entre ellos algunos de los arquitectos, interioristas y diseñadores más influyentes del panorama nacional.

# El 'jardín secreto' del azulejo español

12 marcas participan en la **Clerkenwell Design Week de Londres** dentro del original proyecto de La Errería

**T**he secret garden ha sido el sugerente nombre de la nueva instalación de Tile of Spain en la Clerkenwell Design Week de Londres, uno de los festivales de diseño independiente más relevantes de Reino Unido. El proyecto, diseñado por el estudio de arquitectura La Errería, se concibió como un espacio en el que los materiales «trascienden su condición superficial para revelar su dimensión arquitectónica. Más allá de lo visible, la cerámica española encuentra su verdadero sentido en su ingrediente secreto: un saber hacer construido desde el respeto al origen, al entorno, a las personas, a las ideas y al cliente».

En el corazón de Londres, dentro del jardín escondido de la Orden de Saint John, este secreto tomó forma durante el mes de mayo. La cerámica sirvió como



12 marcas de Tile of Spain han aportado sus materiales a esta muestra efímera en Londres.

vehículo de un proyecto efímero que partía como referencia de la obra *La importancia de llamarse Ernesto*, de Oscar Wilde, una de las obras más representativas del teatro victoriano. En ella, el jardín se convierte en un símbolo de la sociedad del siglo XIX: un escenario de representación, estatus y artificio, donde lo natural y lo aparente se entrelazaban.

Frente a esa condición, La Errería invirtió su significado y propuso «un jardín despojado de teatralidad, convertido en un espacio de observación, pausa y reflexión, donde el visitante es invitado a mirar de nuevo, detenerse y descubrir lo que permanece oculto tras la superficie». En la intervención pequeñas piezas de mobiliario escultórico emergían «como islas dentro de la vegetación en forma de tótems, mesas, asientos y miniaturas cerámicas». Como fragmentos dispersos dentro del jardín, las piezas «exploraban acabados, colores y texturas, construyendo un recorrido donde la materia dialoga con la vegetación y la luz».

Esta acción, organizada conjuntamente por Ivace Internacional, la Cámara de Comercio de Castellón y Ascer, contó con la participación de 12 marcas de Tile of Spain: Adex, Cevica, Cifre Cerámica, Cristacer, Decocer, El Barco, Harmony, La Platera, Porcelanosa, STN Cerámica, Undefasa y WOW Design.

Hay que recordar que La Errería es un estudio de arquitectura con sede en Alicante, fundado por Carlos Sánchez y Luis Navarro. Desde su creación, ha consolidado una trayectoria reconocida por su aproximación sensible a la arquitectura, estrechamente vinculada al territorio, la memoria material y las nuevas formas de habitar mediante proyectos de vivienda, interiorismo y espacio público.

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

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



el Periódico del  
**Azulejo newsletter**



[www.elperiodicodelazulejo.es](http://www.elperiodicodelazulejo.es)



La marca contó con la presencia de la presentadora de televisión Anne Igartiburu como maestra de ceremonias, además de numerosos profesionales del mundo del interiorismo y de la arquitectura.

# Porcelanosa inaugura su nuevo 'showroom' en Bilbao

La firma contó con la presencia de la presentadora **Anne Igartiburu** como maestra de ceremonias del estreno

**P**orcelanosa Grupo ha inaugurado durante el mes de mayo su nuevo *showroom* de Bilbao, ubicado en la plaza Euskadi, 2, que se ha erigido como una de las principales arterias comerciales de la ciudad tras su reciente transformación. La tienda, abierta al público desde el pasado mes de diciembre, se convirtió «en el epicentro del diseño y la gastronomía, con la presencia de numerosos empresarios del sector, y con profesionales de la arquitectura y el interiorismo de la ciudad y de toda la provincia de Vizcaya».

La marca contó con la presencia de la presentadora de televisión Anne Igartiburu como maestra de ceremonias, quien ensalzó el papel dinamizador de Porcelanosa en el ámbito del diseño y la

**La exposición incluye el área 'Home Senses', una vivienda inteligente que ofrece a los visitantes una experiencia inmersiva**

arquitectura en la ciudad. Entre los asistentes, acudieron algunas destacadas personalidades del sector: la interiorista Natalia Zubizarreta, y el reformista John Arribas, más conocido en redes sociales John te lo busca, entre otros.

El evento se inició con el baile tradicional del País Vasco, *aurreku*, que fue acompañado por música en directo. El chef bilbaíno, Fernando Canales Etxenobe, poseedor de una Estrella Michelin y dos Soles en la Guía Repsol, realizó un *showcooking* en una Smartkitchen de Gamadecor. Los asistentes pudieron degustar un cóctel diseñado por Canales para la ocasión, inspirado en las materias primas de la cerámica.

La multinacional española presentó el nuevo *showroom*, un modelo de tienda

que incluye experiencias exclusivas e inmersivas para los clientes de Bizkaia, y que se replicará próximamente en otras ciudades. En el nuevo espacio, dividido en cuatro áreas, destaca la biblioteca cerámica, que incluye funcionalidades interactivas. También cuenta con la zona técnica de aguas y la exposición de producto con diferentes ambientes *lifestyle*.

La cuarta área, *Home Senses*, es el espacio más innovador del *showroom*. Esta vivienda inteligente ofrece una experiencia inmersiva que muestra, de forma dinámica, las aplicaciones y soluciones de las siete firmas de Porcelanosa Grupo a través de un recorrido inspirado en una casa automatizada.

Tal y como se realiza en otros espacios Porcelanosa, está previsto que el de Bilbao se convierta en un punto de encuentro para los profesionales del sector, donde se organizarán jornadas, sesiones y encuentros exclusivos, destinados a fomentar sinergias y promover el intercambio de conocimientos, experiencias y tendencias.



El chef Fernando Canales Etxenobe llevó a cabo un 'showcooking' en el estreno del establecimiento.



La tienda está ubicada en la plaza Euskadi, 2, una de las principales zonas comerciales de la ciudad.

# La nueva Cevisama desvela sus primeros expositores

El certamen estrenará formato a finales de septiembre e integrado bajo el paraguas de **València Inspira Diseño**



360 by Cevisama abrirá sus puertas en Feria Valencia entre el 28 de septiembre y el 1 de octubre.

El sector cerámico y el del equipamiento de baño serán dos de los grandes protagonistas del estreno de 360 by Cevisama, la nueva iniciativa impulsada por Feria Valencia que formará parte de València Inspira Diseño 2026, el gran encuentro internacional que reunirá del 28 de septiembre al 1 de octubre los salones Feria Hábitat València, Espacio Cocina SICI, Textilhogar y la propia 360 by Cevisama.

La nueva propuesta, que inaugura modelo y nuevas fechas, contará con la participación de empresas del ámbito del baño y del equipamiento vinculado al diseño de interiores, que ven en este proyecto «una oportunidad para ampliar su visibilidad y conectar con nuevos canales de negocio en un entorno donde convergen todos los sectores relacionados con el hábitat», tal y como destacan desde la organización del evento.

Dentro del área de equipamiento y soluciones para el baño estarán presentes en el nuevo escaparate de Feria Valencia empresas como Sanycces, Bathco, Hispabaño, Eurobath, GME, Mapini, New Bath o Mibaño. En el ámbito de la grifería y componentes han apostado ya por el proyecto Poalgi, Tres Grifería, Nobili, Aquafarif, IRSAP o Industrias Ramón Soler, junto a firmas especializadas como Hidrobox by Tece o Fede Switch & Light.

Por su parte, dentro de los materiales, recubrimientos y soluciones para la arquitectura y el interiorismo también tendrán un peso importante con empresas como Neolith, Dune Cerámica, Sonae Arauco, Fossil Natura, Tarimatec, Vitcera, Cevica, Roced, Grupo Castel, Maora o Ecoclay, además de propuestas vinculadas al mobiliario y equipamiento como Grupo Seys, Valman Mobiliario o Goccia Europe.

Desde la organización del evento reseñan que «la participación de estas compañías evidencia la evolución del baño hacia un concepto más global, donde diseño, tecnología, materiales, sostenibilidad y experiencia de usuario forman parte de un mismo ecosistema. Y precisamente esa visión integral es uno de los pilares sobre los que nace y se sustenta 360 by Cevisama».

Además, una de las grandes fortalezas del proyecto será su integración dentro

de València Inspira Diseño 2026, que facilitará sinergias directas con sectores como el mobiliario, los textiles para el hogar y especialmente la cocina. La convivencia con Espacio Cocina SICI permitirá generar conexiones naturales entre sectores que cada vez trabajan de manera más transversal en proyectos residenciales, hoteleros y *contract*.

Feria Valencia acogerá del 28 de septiembre al 1 de octubre de 2026 la celebración conjunta de Feria Hábitat València, junto a Textilhogar, Espacio

**El certamen**  
compartirá fechas  
y espacio con Feria  
Hábitat València,  
Espacio Cocina  
SICI y Textilhogar

Cocina SICI y la nueva iniciativa 360 by Cevisama. Se trata de un gran evento integral y multisectorial en torno a sectores relacionados con el hábitat y con gran poder de convocatoria internacional en perfiles como gran distribución y operadores del sector *contract*. Esta iniciativa prevé superar más de 110.000 metros cuadrados de superficie expositiva con cerca de 1500 firmas y marcas expositoras.

## Decocer 'ficha' a Fran Raya como nuevo director de Marketing

Incorporación de la firma de **Onda**

Decocer ha nombrado a Fran Raya nuevo director de Marketing, una incorporación con la que la compañía cerámica refuerza su apuesta por la estrategia de marca, la diferenciación de producto y la conexión con los mercados internacionales.

La llegada de Raya se produce en un momento en el que la «firma busca consolidar su posicionamiento en el segmento de la cerámica de pequeño formato, un ámbito en el que la firma ha centrado

su propuesta de valor a través de piezas personalizadas, colecciones exclusivas y soluciones adaptadas a fabricantes, distribuidores, arquitectos e interioristas».

Fran Raya cuenta con una dilatada trayectoria vinculada al marketing estratégico, el *branding* y el diseño de producto cerámico. Perito cerámico y diplomado superior en Diseño y Marketing Cerámico, ha desarrollado proyectos para compañías históricas del sector y ha ejercido responsabilidades en áreas de



Fran Raya acredita una dilatada trayectoria dentro del azulejo.

marketing y producto en firmas como Witco, Inalco, Porcelanatto, Todagres y Ceracasa, compañías en las que ha desarrollado productos y estrategias de gran impacto en el mercado internacional.

Su incorporación permitirá a Decocer «avanzar en una comunicación más alineada con su identidad actual: una empresa centrada en la creatividad, la flexibilidad productiva y la fabricación a

medida». La compañía ha reforzado en los últimos años su imagen corporativa y su presencia digital, con una propuesta que pone el foco en la expresividad de la cerámica, el cuidado por el detalle y la colaboración con profesionales de la prescripción.

«Incorporarme a Decocer supone un reto muy ilusionante. Es una empresa con una propuesta muy honesta, muy especializada y con una gran capacidad para aportar soluciones diferentes al mercado.

Vengo con la intención de sumar experiencia, visión estratégica y sensibilidad por el producto, pero también con muchas ganas de escuchar, aprender y trabajar junto al equipo para que la marca siga creciendo desde lo que mejor sabe hacer: cerámica de pequeño formato con personalidad, flexibilidad y valor añadido. Como digo siempre: compartir es crecer juntos».



The Bank Hotel Valencia by MYR Hotels, uno de los nuevos trabajos de la firma castellanense.



Sobre estas líneas, vista aérea de Villa Alejandra, ubicada en Cala Vinyes (Mallorca).

# OCN, proyectos 'premium' en el arco mediterráneo

La constructora consolida su expansión desde **Castelló** con destacados proyectos hoteleros, residenciales y corporativos de alto valor añadido

**O**CN, nombre comercial de Oikos Desarrollos, S.L., es una de las aspirantes a los premios de Empresa del Año 2025 con una candidatura que refleja cómo ha sabido transformar su origen castellanense en un proyecto de dimensión creciente. La firma conocerá en junio si se alza con uno de los galardones en el marco de la gran gala de los premios económicos de la provincia, organizados por Mediterráneo con el patrocinio de Telefónica, À Punt, CaixaBank y la Generalitat Valenciana.

Nacida en 2003, la empresa se ha especializado en la ejecución de proyectos de alto valor añadido, especialmente en los segmentos de hoteles, *build to rent*, espacios corporativos y *living*. La compañía define que «no quiere competir solo por volumen o capacidad constructiva, sino por confianza, cumplimiento, transparencia, calidad de ejecución y una forma propia de relacionarse con clientes, equipos y colaboradores». En un sector tradicionalmente exigente como el de la construcción, la mercantil reivindica «un modelo basado en la planificación, la solvencia técnica y la capacidad de respuesta ante proyectos complejos».

La trayectoria de OCN refleja el paso de una constructora de ámbito regional a una compañía con posicionamiento premium en el arco mediterráneo. Tras una primera etapa vinculada a la promoción, pequeñas edificaciones y reformas, la firma avanzó hacia una estructura más profesionalizada, con sedes en Castelló, Valencia, Mallorca y, recientemente, Ibiza, emplazamiento clave para el cliente internacional de alto nivel.

Entre sus proyectos más representativos figuran el Grand Hotel Centenari by Marriott en Valencia, Villa Alejandra en



Grand Hotel Centenari Valencia by Marriott, uno de los trabajos singulares impulsados por OCN.



La nueva sede de la compañía en Castelló, un proyecto firmado por el estudio Erre Arquitectura.

Mallorca, el Residencial Almadraba en Benicàssim o el Edificio Fola en Castelló. Junto a ellos, The Bank Hotel Valencia by MYR Hotels o los complejos residenciales XO Parq y XO Jonquet, en Palma de Mallorca, actualmente en ejecución. Esta cartera resume la evolución de OCN hacia «proyectos de mayor exigencia técnica, arquitectónica y operativa».

Uno de los hitos más significativos del 2025 ha sido la inversión en nuevas instalaciones. La compañía ha trasladado su sede central en Castelló a unas oficinas polivalentes de más de 1.200 metros cuadrados firmadas por el estudio Erre Arquitectura. En paralelo, la delegación de Valencia también se ha trasladado a una nueva instalación.

**Su cartera** está centrada en hoteles, 'build to rent', espacios corporativos y proyectos 'living'

La empresa defiende una política activa de recursos humanos con una apuesta «por la estabilidad laboral, la promoción interna, la formación continua, el liderazgo cercano y la captación de talento joven». Cuenta con el 100% de su plantilla con contrato indefinido y ha reforzado «sus programas de formación en liderazgo, gestión de proyectos, competencias digitales, IA y automatización».

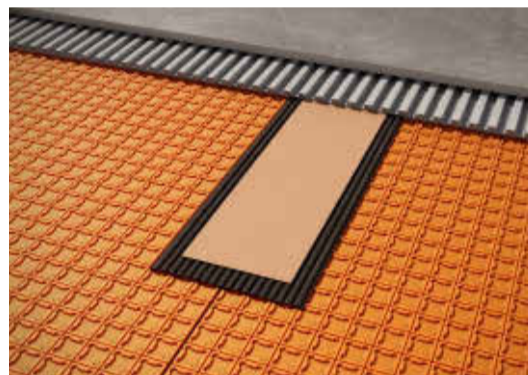
# Terrazas libres de patologías con Schlüter

Desde hace casi 40 años, **'Ditra'** asegura los acabados con cerámica y piedra natural

Las terrazas están expuestas a la intemperie y sufren, por lo tanto, altas agresiones por la presencia de agua, cambios drásticos de temperatura y presencia de heladas. Estos factores pueden provocar muchas patologías en los recubrimientos cerámicos, que no se evitan con impermeabilizaciones convencionales. En primer lugar, posibles filtraciones de agua a través de las juntas del recubrimiento se quedan estancadas encima de la capa de impermeabilización, mojando la capa de compresión de mortero de cemento. Esta humedad puede provocar daños en los recubrimientos cerámicos en caso de heladas y en forma de eflorescencias de carbonato de calcio y silicatos.

Además, los cambios bruscos de temperatura provocan dilataciones distintas entre los soportes y los recubrimientos. En España, donde los cambios bruscos de temperatura son frecuentes —por ejemplo, en días calurosos de verano con tormentas repentinas o en zonas de montaña sometidas a ciclos de hielo y deshielo—, las dilataciones y contracciones de los materiales pueden provocar desprendimientos o fisuras en los revestimientos cerámicos exteriores.

Ante ello, un sistema eficaz debe mantener secos a los soportes y absorber las diferentes tensiones entre el recubrimiento y el soporte mediante una desolidarización. Además, un sistema debe cubrir posibles fisuras en el soporte, para evitar que estas se transmitan al acabado cerámico. Como solución para este problema, desde hace casi 40 años Schlüter-Systems ofrece el sistema de impermeabilización y desolidarización *Schlüter-Ditra*, una lámina de polietileno con dibujo de cola de milano, que lleva incorporada en su reverso un geotextil, que facilita la colocación de la lámina al soporte mediante adhesivos cementosos convencionales.

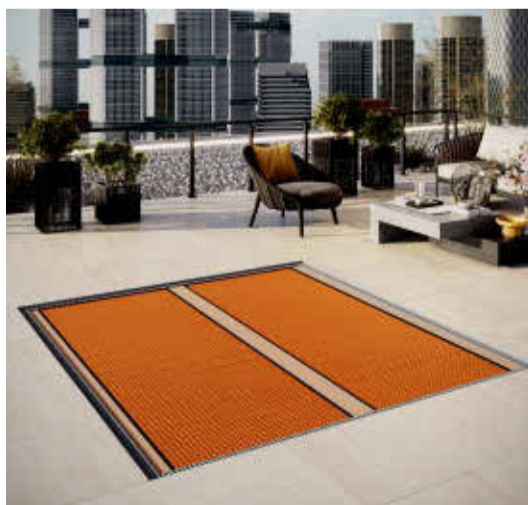


Con 3 mm. de grosor es idóneo para rehabilitar terrazas.

Las uniones entre láminas, así como todas las juntas perimetrales y de entrega se impermeabilizan con las bandas impermeables *Schlüter-Kerdi-Keba* y, a continuación, se colocan las baldosas cerámicas directamente sobre la lámina *Schlüter-Ditra* con adhesivos cementosos.

De esta manera se consigue con un solo sistema la impermeabilización del soporte, así como la desolidarización de los recubrimientos de soportes con movimientos o soportes críticos en general. Por su reducido grosor de solo 3 mm. es idóneo para la rehabilitación de terrazas y azoteas sin necesidad de arrancar las baldosas antiguas. Además, el sistema representa un ahorro significativo de tiempo, ya que se puede realizar la impermeabilización y la colocación de baldosas cerámicas en un proceso de trabajo.

También forman parte del sistema los perfiles vierteaguas *Bara* y los canalones *Barin*. Estos elementos «protegen a los cantos de los forjados y garantizan una evacuación eficaz del agua, evitando que el agua provoque manchas no deseadas en las fachadas», reseñan.



El sistema de impermeabilización y desolidarización 'Schlüter-Ditra' facilita la colocación de la lámina al soporte.



Baños de ensueño con Schlüter-Systems



## Soluciones completas Schlüter®-Systems

El diseño de un baño estético, elegante y funcional es clave para el confort diario y el valor del hogar. Un espacio bien planificado combina belleza y practicidad, optimizando cada metro disponible. Y en Schlüter-Systems somos expertos en la construcción de espacios de baño con sistemas de impermeabilización, platos de ducha a nivel de suelo y sistemas de calefacción. Nuestros productos de color naranja no se ven, pero se sienten.

La correcta impermeabilización garantiza la durabilidad, evita humedades y protege la inversión a largo plazo. Un plato de ducha a nivel de suelo aporta accesibilidad, continuidad visual y estilo contemporáneo. Completar el conjunto con accesorios a juego, como por ejemplo, estantes de diseño y hornacinas iluminadas, crea armonía, refuerza la identidad del diseño y transforma el baño en un oasis de bienestar.



# FuturEMAC pone en valor la accesibilidad en el sector



Los participantes del foro junto a las CEO de Emac Grupo, Emi y Nuria Boix, y el presentador Luis Motes. Este nuevo encuentro del fabricante se celebró en Hub Sabadell de Valencia.

## Expertos reunidos por **Emac Grupo** analizan el impacto de la Ley Europea de Accesibilidad en la construcción

La accesibilidad ya no puede entenderse como una adaptación añadida al final de un proyecto, sino como un criterio esencial de calidad arquitectónica y diseño responsable. Esta ha sido una de las principales conclusiones de la tercera edición de FuturEmac, el foro impulsado por Emac Grupo, referente en perfiles técnicos y decorativa y especialista en accesibilidad y seguridad universal, que este año ha centrado el debate en el nuevo escenario que plantea la entrada en vigor de la Ley Europea de Accesibilidad (EAA).

Bajo el título *Accesibilidad real: entre la norma y la experiencia*, el encuentro, celebrado el 27 de mayo en Hub Sabadell de Valencia, reunió a arquitectos, representantes de la industria, especialistas en accesibilidad y representantes del ámbito social e institucional para reflexionar sobre cómo trasladar la normativa a soluciones reales que mejoren la autonomía y la experiencia de las personas.

Durante la apertura, la CEO de Emac Grupo, Emi Boix, enfatizó que la accesibilidad ya no puede entenderse únicamente como una cuestión normativa. «Entre cumplir sobre el papel y conseguir espacios verdaderamente accesibles todavía existe una distancia que solo podemos reducir escuchando, colaborando y trabajando juntos», afirmó.

Boix recordó además que Emac ya abordó esta conversación en la primera edición de FuturEMAC, pero que la entrada en vigor de la nueva legislación europea marca «un antes y un después» para todo el sector de la construcción y obliga

a repensar la forma en la que se diseñan y ejecutan los espacios.

La jornada contó con la participación de M<sup>a</sup> Carmen Fernández, arquitecta técnica de Accesibilidad Universal e Innovación en Fundación Once y Asepau; Juan López-Tarruella, doctor arquitecto en C+G Técnica; José Vicente Llopis, director comercial zona sur Valencia en Porcelanosa; Ángel Cobo, arquitecto especialista en accesibilidad y responsable de Prescripción de Emac; y Alba García Falagán, campeona del mundo y medallista paralímpica, además de embajadora de accesibilidad universal de Emac Grupo. El encuentro fue conducido por Luis Motes, CEO de Doyou Media.

Durante el coloquio, los expertos coincidieron en que la nueva normativa europea supone «una oportunidad para elevar la calidad del sector y avanzar hacia una construcción más inclusiva, funcional y preparada para responder a la diversidad real de la sociedad».

«La normativa no debe ser un freno para hacer grandes proyectos, al contrario: debe permitir desarrollar proyectos de mayor calidad», aseguró Ángel Cobo, arquitecto especialista en accesibilidad y responsable de Prescripción de Emac. Defendió la necesidad de que fabricantes, técnicos y proyectistas trabajen coordinadamente para que la accesibilidad llegue realmente al usuario final, «diseñar para el usuario final significa pensar en toda la sociedad, integrando la diversidad humana en su totalidad», señaló.

El representante de Emac subrayó que diseñar desde el origen con criterios de

accesibilidad debe asumirse «como una responsabilidad profesional al mismo nivel que la seguridad, la higiene o la estabilidad estructural, integrándose desde las primeras fases del proyecto y no como adaptación posterior».

Cobo también advirtió de la necesidad de actualizar el Código Técnico de la Edificación en materia de accesibilidad, recordando que apenas ha evolucionado en casi veinte años. «La nueva Ley Europea de Accesibilidad permitirá mejorar y unificar criterios en Europa, pero la normativa española necesita adaptarse cuanto antes a la realidad actual», agregó.

### DE LA NORMA A LA EXPERIENCIA REAL

Los participantes detallaron que la discapacidad no está en la persona: está en los entornos que no supimos diseñar para todos. Cambiarlo es una responsabilidad colectiva, y también una oportunidad real. M<sup>a</sup> Carmen Fernández, arquitecta técnica de Accesibilidad Universal e Innovación en Fundación Once, recalzó que la EAA «armoniza los criterios de accesibilidad digital y física» y obliga a replantear la forma de diseñar edificios, servicios y espacios públicos. «La accesibilidad no pretende complicar los proyectos, sino normalizar lo que debería contemplarse desde el inicio», explicó.

Fernández relató que muchas veces los proyectos siguen diseñándose primero sin accesibilidad para después intentar adaptarlos, generando soluciones incompletas o poco funcionales. «La verdadera barrera no es la arquitectura,

sino la falta de voluntad para transformarla», comunicó. La experta en accesibilidad también señaló que la accesibilidad sigue percibiéndose en muchos casos como un «extra» y no como una obligación real. En este sentido, valoró que la falta de accesibilidad no se atenderá de forma decidida hasta que tenga consecuencias sancionadoras y económicas. «Existen normativas y regulaciones para cuestiones como la seguridad, el ruido o la convivencia ciudadana, y cuesta entender por qué no ocurre lo mismo con el cumplimiento de la accesibilidad», finalizó en su *speech*.

Por su parte, la campeona del mundo y medallista paralímpica, Alba García Falagán, aportó la visión más humana, al estimar que la accesibilidad impacta directamente en la autonomía y la seguridad de las personas en su día a día. «La verdadera accesibilidad es entrar en un espacio y no tener que pedir ayuda. Cuando todo fluye con naturalidad, no solo ganas autonomía: ganas tranquilidad, seguridad y libertad», apostilló.

En la misma línea, el arquitecto Juan López-Tarruella defendió que accesibilidad y diseño no son conceptos opuestos: «Cuando la accesibilidad se integra desde el origen, la arquitectura se vuelve más clara, más coherente y humana». El especialista argumentó que una accesibilidad bien resuelta no debería percibirse como algo excepcional, sino como parte natural de un espacio bien diseñado.

Desde el ámbito industrial, José Vicente Llopis, director comercial de la zona sur de Valencia en Porcelanosa, puso el foco en la importancia del detalle constructivo. «La accesibilidad se gana o se pierde en el detalle: en una transición bien resuelta, en la continuidad de un pavimento o en cómo interactúan los materiales con las personas en su uso diario», resumió.

**ENTREVISTA**

**Ángel Farga Martí** Gerente de BdB Farga Martí

# «En los últimos años estamos creciendo mucho en cerámica»

JAVIER CABRERIZO



El equipo de BdB Farga Martí, liderado por Ángel Farga Martí (tercero por la izquierda) en las instalaciones de la firma en Alboraya (Valencia).

**C**ómo definiría el momento que atraviesa actualmente el sector de los materiales de construcción en el área geográfica de Alboraya, el área metropolitana de Valencia y las poblaciones cercanas a la capital?

—El sector en Alboraya y en Valencia vive un momento dinámico, con actividad en obra y especialmente en rehabilitación, aunque marcado por la prudencia después de años de subidas de costes e incertidumbre. El mercado se está estabilizando y el profesional sigue activo, pero trabaja con más previsión y ajustando más los presupuestos. Estamos en un contexto con oportunidades, donde la buena gestión y la cercanía al cliente son clave.

—Tras años de inflación, el encarecimiento de suministros y la incertidumbre económica, ¿qué balance hacen de la evolución reciente del mercado?

—Han sido años marcados por la inflación, la subida de costes y la incertidumbre, que nos obligaron a adaptarnos rápidamente. Ahora el mercado está más estable y permite planificar mejor, aunque los precios no hayan vuelto a niveles anteriores. El balance es de adaptación y aprendizaje, demostrando la fortaleza y la capacidad de reacción del sector.



Ante la escasez de obra nueva, la rehabilitación y las reformas ganan peso»

—¿Qué tipo de cliente tiene hoy más peso en BdB Farga Martí: el profesional, la empresa constructora o el particular? ¿Ha cambiado el perfil predominante?

—En BdB Farga Martí el perfil principal es el profesional —albañiles, instaladores y pequeñas empresas—, que compra de forma habitual y valora el servicio cercano y el asesoramiento. Las constructoras

también trabajan con nosotros, aunque con menor peso. El cliente particular ha crecido gracias al impulso de la rehabilitación y a la mejora de nuestras instalaciones y promoción, pero sigue teniendo un volumen menor y una dinámica de compra distinta.

—¿Cuáles son en estos momentos las principales líneas de actividad o familias de producto que más tiran de sus ventas?

—Nuestro punto fuerte sigue siendo el material de obra, donde contamos con más experiencia y volumen. Sin embargo, en los últimos años estamos creciendo con fuerza en cerámica y rehabilitación de baños, impulsados por el auge de la reforma y la demanda de soluciones más actuales y estéticas. Sin perder nuestra esencia, estamos ampliando la oferta para adaptarnos a las nuevas necesidades del mercado.

—¿Qué retos están detectando ahora mismo en el día a día del negocio: márgenes, costes logísticos, competencia, falta de mano de obra en el sector o menor ritmo de obra nueva?

—El principal desafío actual son los costes logísticos, afectados por la inestabilidad política y económica, y especialmen-

te la falta de mano de obra cualificada. La dificultad para encontrar profesionales ralentiza las obras y afecta a toda la cadena. En definitiva, hay demanda, pero el sector necesita más estabilidad y nuevos profesionales para asegurar su futuro.

—En un contexto cada vez más competitivo, ¿qué elementos diferencian a BdB Farga Martí dentro del mercado de distribución de materiales de construcción?

—Nos diferencia la confianza construida con nuestros clientes, que no solo compran, sino que también buscan nuestro asesoramiento. Apostamos por un trato cercano y personalizado, adaptándonos a sus necesidades, y por un servicio rápido y ágil. Esa combinación de confianza, cercanía y eficacia es lo que nos permite fidelizar año tras año.

—BdB Farga Martí mantiene su adhesión a Grupo BdB. ¿Qué les aporta seguir formando parte de esta red y por qué consideran importante continuar en ella?

—Formar parte de Grupo BdB nos aporta respaldo comercial y técnico, apoyo logístico y formación continua para estar al día. Además, contamos con un equipo de marketing que refuerza nuestra comunicación y presencia en el mercado, permitiéndonos ser más competitivos y profesionales.

—¿De qué manera esa integración en Grupo BdB repercute en cuestiones como la capacidad de compra, el acceso a proveedores, la tecnología o los servicios que ofrecen al cliente?

—La integración en Grupo BdB mejora nuestra capacidad de compra y nos permite acceder a mejores condiciones y a un amplio catálogo de proveedores, agilizando pedidos a través de la web central. Además, contamos con herramientas como el diseño en 3D para reformas, que aportan confianza y precisión al cliente. Todo ello nos permite ofrecer un servicio cercano, pero con la solidez y rapidez de una gran estructura.

—Más allá de la parte comercial, ¿qué valor tiene para ustedes pertenecer a un grupo como BdB en términos de asesoramiento, formación o intercambio de experiencias con otros asociados?

—Pertenecer a BdB nos aporta asesoramiento y apoyo constante en materiales y gestión. Además, el intercambio de experiencias con otros asociados genera una ayuda mutua que permite aprender, mejorar y afrontar mejor los retos del día a día. Es una red de colaboración donde compartimos conocimiento y crecemos juntos.

—¿Cómo está evolucionando en la provincia de Valencia la demanda en ámbitos como la rehabilitación, la reforma o la eficiencia energética, y qué oportunidades se abren para empresas como la suya?

—Ante la escasez de obra nueva en Valencia, la rehabilitación y la reforma están ganando peso, lo que nos beneficia porque la mayoría de nuestros clientes se dedican a ese ámbito. Además, crece la demanda de eficiencia energética, confort y diseño, con clientes más informados que buscan soluciones estéticas y personalizadas, algo que reforzamos con nuestra oferta de cerámica y herramientas de diseño.



\*Advertencia informativa.

**NOVOPELDAÑO  
ECLIPSE® AURA**

**Diseño Industrial  
Comunitario e Internacional**

**DI0085873272**

**DM215977**

**DI202102261**

# TAN SENCILLO, TAN BRILLANTE

Somos pura energía, así de sencillo. Cada uno de nosotros está rodeado por un campo de energía que nos hace especiales y diferentes.

Todos tenemos una luz y un algo mágico que nos rodea y alumbramos a lo largo de toda nuestra vida. **Novopeldaño Eclipse® Aura** tiene ese aura de distinción que ilumina todo lo que toca.

El **Novopeldaño Eclipse® Aura** es un nuevo concepto de peldaño, sin huella, que unido a la iluminación indirecta está llamado a marcar tendencia, aportando a los espacios un halo de elegancia y estilo. Por ello, además de en plata mate, lo tenemos en negro y blanco mate.

**Novopeldaño Eclipse® Aura**, tan sencillo, tan brillante.



**AIDIMME**  
INSTITUTO TECNOLÓGICO



SOCIO CORPORATIVO  
**Club  
Cámara**  
VALENCIA

**EMAC®**  
ÉL TOQUE FINAL  
EMAC® GRUPO | ESPAÑA | USA | ITALIA |

Tel.: (+34) 961 532 200 | [info@emac.es](mailto:info@emac.es) | [www.emac.es](http://www.emac.es) | ESPAÑA | USA | ITALIA

\*Ambiente promocional elaborado con Novopeldaño Eclipse® Aura reflejando una sugerencia de opción de uso de este producto. EMAC® no fabrica, no comercializa ni suministra con este producto tira de LED alguna. La elección de la tira de LED debe ser realizada por el instalador en atención a las circunstancias del lugar de colocación.