

FOTOGRAFÍA: HIGH VISION GMBH

el Periódico del
Azulejo

DIRECTOR: ÁNGEL BÁEZ CALVO.
JUNIO Y JULIO DEL 2026

NÚMERO 296
www.elperiodicodelazulejo.es

Detalle de Drac, el Pabellón
Español en el marco del
World Design Capital
Frankfurt RheinMain 2026

Cerámica orgánica

APE Grupo radiografía el nuevo diseño
marcado por la IA y la sostenibilidad

Vidres recibe el reconocimiento de
Castellón a sus 50 años de innovación

Sumario

el Periódico del
Azulejo

Tema del Mes

Páginas 4 y 5



APE Grupo traza las claves del nuevo diseño

Industria

Páginas 6 a 11

Vidres, condecorada por su trayectoria

Diseño

Páginas 12 a 15

El hotel con alma cerámica en **Marbella**

Colocación Cerámica

Páginas 16 a 21

Fila estrena evento

Distribución

Páginas 22 y 23



Gamma transforma sus puntos de venta

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

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

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



el Periódico del
Azulejo newsletter



www.elperiodicodelazulejo.es

FORMAR PARTE LO CAMBIARÁ TODO



MÁS QUE UN GRUPO DE COMPRAS:
LA FUERZA DE AVANZAR JUNTOS

ÚNETE A GRUPO BdB, CENTRAL DE COMPRAS Y SERVICIOS

T. 96 160 98 12 · www.centraldecomprasconstruccionbdb.com



Tu tienda especialista
en construcción



Viviendas, hoteles, oficinas y 'retail' avanzan hacia una fase más pragmática, centrada en demostrar con datos mesurables cómo los espacios mejoran la calidad de vida de las personas.

APE Grupo radiografía la nueva etapa para el diseño

El informe **'The New Habitat 27/28'** constata el impacto de la IA, la sostenibilidad verificable y el confort

Durante años, conceptos como sostenibilidad, bienestar, flexibilidad o digitalización han guiado la conversación sobre el diseño de espacios. Sin embargo, el sector está entrando en una nueva etapa. Ya no basta con incorporar estos conceptos al discurso: arquitectos, interioristas, promotores, operadores hoteleros y marcas se enfrentan al reto de demostrar con datos el impacto real de sus decisiones sobre las personas y el entorno.

La sexta edición de *The New Habitat 27/28*, el informe anual de tendencias promovido por APE Grupo, identifica precisamente este cambio de paradigma. Elaborado a partir de una investigación internacional y de la consulta a 352 profesionales del diseño, la arquitectura y la creación de espacios, el estudio analiza cómo evolucionan los entornos residenciales, hoteleros, corporativos y comerciales en un contexto marcado por la irrupción de la Inteligencia Artificial (IA), la necesidad de avanzar hacia modelos más sostenibles y las transformaciones sociales que afectan a la forma de vivir, trabajar, viajar y consumir.

Una de las conclusiones más significativas del informe es la diferente velocidad a la que el sector está incorporando la innovación tecnológica y los mecanismos de evaluación ambiental. Mientras que 7 de cada 10 profesionales utilizan herramientas de IA en su trabajo y 1 de cada 3 las emplea casi a diario, únicamente 1 de cada 6 proyectos cuantifica



Bruno Ciurana, director de Comunicación y Sostenibilidad de APE Grupo, en el estreno del informe.

actualmente su huella ambiental mediante sistemas verificables. El dato refleja que la tecnología se integra con rapidez en los procesos creativos y de gestión, mientras que la medición objetiva de la sostenibilidad continúa encontrando barreras relacionadas con el presupuesto, la complejidad técnica o la propia demanda del mercado.

The New Habitat ha sido desarrollado junto a Futurea y cuenta con la colaboración del Consejo General de Colegios Oficiales de Decoradores y Diseñadores de Interior de España, la organización internacional Women in Office Design (WOD) y la Fundació del Disseny de la Comunitat Valenciana.



Para José Miguel Pellicer, CEO de APE Grupo, el estudio confirma la madurez de un proyecto que el mundo de la arquitectura y del diseño ha hecho suyo: «El sector ha aprendido a hablar muy bien de sí mismo; ahora tiene que demostrar que sabe hacer lo que dice que hace. Ese tránsito del discurso a la práctica es el gran reto de esta etapa».

VIVIENDAS: HOGARES MÁS SALUDABLES

Los espacios residenciales están entrando en una nueva fase de madurez. Tras unos años marcados por la necesidad de adaptar la vivienda a nuevas funciones derivadas del confinamiento y la expansión del teletrabajo, el diseño residen-

cial evoluciona ahora hacia un enfoque más consciente y pensado para acompañar a las personas a lo largo del tiempo. Como señala Saúl Castellanos (Aedas Homes), «el reto no es diseñar una vivienda para un momento puntual, sino para que pueda acompañarte toda tu vida».

Aunque la eficiencia energética continúa siendo un criterio prioritario, el foco se desplaza cada vez más hacia aspectos relacionados con la salud, el confort y la capacidad de adaptación de los hogares. La apertura al exterior (22%), el uso de materiales sostenibles y la disposición de los usuarios a invertir más en ellos (hasta en un 11% más), reflejan una concepción de la vivienda que ya trasciende la función de refugio para convertirse en un espacio que favorece tanto el bienestar físico como el emocional.

En este contexto emerge el concepto de hogar *low-tox*, impulsado por la preocupación por la calidad del aire interior, la exposición a sustancias potencialmente nocivas y la creación de entornos más saludables. El auge de los sistemas de filtración, los sensores de calidad del aire o las plantas purificadoras evidencia una tendencia que responde a una demanda cada vez más consciente de cómo el entorno doméstico influye en la salud. De hecho, siete de cada diez consumidores afirman que mantener la casa limpia les genera una sensación de logro y bienestar. Como subraya la arquitecta italiana Monica Armani, «hoy pedimos más a nuestras casas, no solo funcionalidad, sino equilibrio emocional».

HOTELES: HACIA EL BIENESTAR COMPARTIDO

Tras años en los que la experiencia hotelera estuvo asociada al entretenimiento constante y al lujo más visible, el viajero



El análisis de la firma cerámica castellanense combina una investigación internacional, un panel de expertos y una consulta a 352 profesionales del diseño, la arquitectura y la creación de espacios.

contemporáneo busca experiencias capaces de generar conexión, equilibrio y significado. *The New Habitat 27/28* refleja que el 88% de las personas a nivel global desea vivir experiencias con propósito. «Hemos pasado de entender el viaje como un gasto a entenderlo como una inversión en calidad de vida, salud, conocimiento y desarrollo personal», afirma Daniel Mayo, de Vivood.

El confort y la experiencia del huésped se han convertido en la principal prioridad para el 89% de los profesionales del sector, por delante de aspectos como la identidad del espacio, el diseño inclusivo o la sostenibilidad. El diseño *hospitality* deja así de ser una cuestión meramente estética para convertirse en una herramienta estratégica capaz de responder a nuevas expectativas y necesidades. Como subraya Marta Palazuelo, de HBA, «el verdadero lujo es poder desconectar, y eso implica integrar los servicios de forma casi invisible, sin ruido ni ostentación».

Además, durante la presentación del informe, ha destacado que el ritmo de transformación del sector se ha acelerado: «Antes, la renovación de un hotel seguía ciclos de diez años; hoy ese plazo se ha reducido a apenas cinco».

Uno de los cambios más significativos identificados por el informe es la evolución del concepto de *wellness*. Frente a propuestas centradas en el cuidado individual, van a más las experiencias compartidas como saunas colectivas, rituales guiados, clubes de bienestar o actividades con interacción entre huéspedes. El bienestar deja de entenderse como una experiencia privada para convertirse en una herramienta de conexión social.

Esta búsqueda de equilibrio también impulsa alternativas vinculadas a la naturaleza y a la desconexión de los entornos masificados, favoreciendo el crecimiento de propuestas como el *glamping*, el astroturismo o los alojamientos integrados en el entorno natural. Al mismo tiempo, en un contexto económico más exigente, el informe identifica el auge de las escapadas cortas y frecuentes agrupadas bajo el concepto Ordinary, Elevated. Como explica Nají Safi, de DLR Group, «las experiencias más valiosas son aquellas que dejan una



La portada del estudio de APE Grupo y Pepa Casado, de Futurea, durante la presentación en Madrid.

huella emocional o personal duradera». La transformación ya se refleja en las decisiones de inversión: el presupuesto en diseño hotelero crecerá un 7,1% durante el próximo año —el mayor incremento de los cuatro sectores analizados— y los clientes estarían dispuestos a aumentar un 16,2% la inversión destinada a esta partida para mejorar la sostenibilidad de los establecimientos.

OFICINAS: MÁS SALUD Y BIENESTAR DEL EMPLEADO

La oficina atraviesa una profunda redefinición. En un contexto en el que el trabajo puede desarrollarse desde múltiples lugares, la pregunta ya no es dónde trabajan las personas, sino qué motivos tienen para desplazarse hasta la oficina. Los espacios de trabajo dejan así de percibirse como un coste operativo para convertirse en una inversión estratégica orientada a atraer talento, impulsar la innovación y fortalecer la cultura corporativa.

El informe muestra que la salud y el bienestar del empleado son la principal prioridad para el 28% de los profesionales del sector, por delante de otros factores como la flexibilidad o la creatividad. Esta evolución está ampliando los límites tradicionales de la oficina. Bajo el concepto *street-to-seat*, la experiencia laboral se entiende como un recorrido completo y no únicamente como aquello que ocurre dentro del puesto de trabajo.

La ubicación del edificio, la accesibilidad, los servicios del entorno, los espacios de transición o las zonas comunes



pasan a formar parte de la experiencia de trabajo. Tal y como explica Francesca Heathcote Sapey, arquitecta y urbanista de Sapey + Partners, «la experiencia de trabajo no empieza en el momento de cruzar la puerta de la oficina, sino en todo el recorrido previo».

Al mismo tiempo, las oficinas incorporan cada vez más servicios y experiencias difíciles de replicar en el hogar. Restaurantes, terrazas, gimnasios, auditorios, espacios para eventos o áreas destinadas al encuentro informal se integran en los entornos laborales con el objetivo de favorecer la interacción espontánea, la creatividad y la construcción de relaciones profesionales. Como señala Megan Dobstaff, directora de Diseño de Gensler en Londres, «hoy cada decisión debe apoyarse en investigación, conectando el diseño con el rendimiento, la inclusión y las necesidades reales de las personas». Según *The New Habitat 27/28*, el presupuesto destinado al diseño de espacios de trabajo crecerá un 5% durante el próximo año, impulsado por la búsqueda de entornos más flexibles, experienciales y alineados con las nuevas expectativas de los profesionales.

'RETAIL': DE PUNTO DE VENTA A ESPACIO DE EXPERIENCIA

Pese al crecimiento constante del comercio electrónico, la tienda física mantiene un papel estratégico para las marcas. Su valor diferencial reside en aquello que la compra *on line* no puede replicar: la interacción humana, la experiencia sensorial

y la capacidad de generar comunidad. Como señala Cecilia Guarás, de Bobo Choses, «la tienda física permite materializar el universo de una marca de una manera que el *e-commerce* no puede».

En este contexto, el informe de APE Grupo identifica el auge de la denominada economía del significado, una tendencia que transforma la tienda en un espacio donde suceden cosas más allá de la compra. Eventos, talleres, descubrimiento de productos y experiencias compartidas convierten el punto de venta en un lugar capaz de reforzar el vínculo emocional entre consumidores y marcas. La flexibilidad se consolida como una prioridad estratégica para responder a esta nueva realidad: un 23,4% de los profesionales sitúa la capacidad de adaptar las tiendas a diferentes usos, activaciones y experiencias entre los principales retos del diseño comercial actual.

La inteligencia artificial también empieza a integrarse en la experiencia comercial, aunque con un papel claramente complementario. Mientras los asistentes digitales facilitan recomendaciones, localización de productos o procesos de pago más ágiles, la atención humana continúa siendo un factor diferencial cuando se busca confianza, asesoramiento y personalización. En palabras de Leticia Yangüela, de HMY y especializada en proyectos nacionales e internacionales de Brands & Retail, «la tecnología debe encargarse de la parte operativa —stock, localización de producto o pago— para que el espacio físico se dedique al disfrute, la inspiración y a fomentar una relación más significativa con la marca».

A ello se suma el auge del *retail* infiltrado, tendencia que difumina las fronteras entre comercio, cultura, ocio y vida cotidiana. Las tiendas dejan de concebirse como espacios aislados para ser formatos híbridos que combinan funciones de tienda, cafetería, galería, biblioteca o punto de encuentro. El resultado es un modelo de *retail* más abierto, flexible y conectado con su entorno.



Más información:

Escanea el QR para descargar la última edición del informe de APE Grupo sobre la evolución de los espacios que habitamos



Parte del equipo humano de profesionales de Vidres posa con la escultura que acredita a la firma como ganadora de los premios Empresa del Año dentro de la categoría de Trayectoria Empresarial.

Vidres, reconocida por su medio siglo de trayectoria

La esmaltera, premiada en la gala de Empresa del Año de Castellón por sus **50 años** de andadura en el sector

La fecha del 4 de junio de 2026 ya está inscrita en el particular libro de honor de Vidres. Esa noche, la compañía vila-realense recibió el aplauso de toda la economía de Castellón al ser distinguida con el premio de Trayectoria Empresarial, un reconocimiento otorgado por Mediterráneo en la ceremonia de los galardones de Empresa del Año, los más prestigiosos del tejido empresarial de la provincia.

El premio, entregado ante más de 400 invitados en el Auditori de Castelló, reconoció de forma pública el medio siglo de historia de una compañía puntera que ha sabido crecer desde sus raíces castellonenses hasta consolidarse como referente en la fabricación de esmaltes y fritas cerámicas, con presencia internacional y sin perder la fidelidad a sus valores fundacionales.

Mediterráneo ha distinguido a Vidres por su recorrido de 50 años marcado por la estabilidad, el arraigo territorial, la innovación tecnológica y la visión a largo plazo. Fundada con capital 100% castellonense, la empresa ha mantenido prácticamente inalterada su estructura



Joaquín Font de Mora y Javier Villar, consejeros delegados de Vidres, con el prestigioso galardón.

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.

EN CONSTANTE TRANSFORMACIÓN

Durante estas cinco décadas, Vidres ha sido testigo y, en muchos momentos, protagonista de los grandes cambios experimentados por la industria cerámica. Su evolución ha caminado en paralelo a la transformación del sector, especialmente desde la década de los 80, cuando la técnica de la monococción aceleró la modernización productiva de la cerámica. A ese avance le siguió la adopción del gres porcelánico, que abrió nuevas posibilidades técnicas, estéticas y comerciales para la industria.

Ese proceso de transformación coincidió también con la expansión de los mercados exteriores y con el creciente prestigio de los coloríficos españoles. En ese contexto, Vidres supo adaptar su propuesta a las nuevas demandas del sector y avanzó hacia soluciones de mayor valor añadido. De este modo, lo que comenzó como un proyecto especializado en fritas y esmaltes en Vila-real fue evolucionando hacia nuevas líneas de desarrollo, como los pigmentos cerámicos y las tintas de inyección digital.

GABRIEL UTIEL



Además de España, la esmaltera cuenta en la actualidad con filiales, oficinas técnicas y centros de producción en países como Italia, Portugal, Reino Unido, México, China, India y Argelia, entre otros.

La dimensión internacional ha sido otro de los pilares de esta trayectoria. El crecimiento de Vidres fue acompañado de la creación de filiales en distintas partes del mundo. En el año 1994 se fundó la primera de ellas y, en 2006, se abrió la delegación de Italia. Con el paso de las décadas, la compañía ha consolidado de forma paulatina su presencia operativa en sus principales mercados estratégicos. Y lo ha materializado a través de filiales, oficinas técnicas y centros de producción en países como Italia, Portugal, Reino Unido, México, China, India y Argelia, entre otros.

EL NOMBRE DE VILA-REAL, EN EL MUNDO

Esa expansión ha contribuido a proyectar el nombre de Vila-real y de la provincia de Castellón en el exterior y a refor-

La economía de Castellón homenajea la brillante evolución de la firma y su fidelidad a sus señas de identidad

zar el papel de la provincia como uno de los grandes polos mundiales de innovación en esmaltes, fritas y soluciones para la industria cerámica. La empresa vila-realense ha combinado su arraigo local con una clara vocación global, una fórmula que le ha permitido competir con éxito en los mercados internacionales sin desvincularse del territorio en el que nació.

Vidres cuenta además con una planta piloto destinada al desarrollo de nuevos



Joaquín Font de Mora, en su alocución tras recibir el premio en la ceremonia celebrada en Castelló.

productos y al análisis de sus posibilidades de distribución a escala industrial. Esta infraestructura resume la forma en la que la compañía ha entendido su crecimiento: una evolución fundamentada en torno al conocimiento técnico, la experimentación, la mejora continua y la capacidad de anticiparse a las necesidades del mercado.

SINÓNIMO DE INNOVACIÓN

A lo largo de su historia, la esmaltera ha merecido otros importantes reconocimientos. Entre ellos cabe reseñar siete premios Alfa de Oro (años 1992, 1996, 2006, 2008, 2010, 2012 y 2016), la distinción que otorga la Sociedad Española de Cerámica y Vidrio (SECV) para dar visibilidad a los principales avances dentro de la industria azulejera. Además, ha merecido una nominación a los Premios

Príncipe Felipe a la Excelencia Empresarial en la categoría de Innovación Tecnológica (2005), y un Premio Nova (2005).

El reconocimiento concedido por Mediterráneo también pone en valor una forma de entender la empresa desde la responsabilidad humana. En los momentos más complejos para el sector, Vidres ha priorizado la preservación del empleo y ha mantenido una plantilla de profesionales altamente cualificada.

Con el premio de Trayectoria Empresarial, Mediterráneo ha querido reconocer a Vidres como ejemplo de empresa capaz de crecer sin renunciar a sus orígenes, de innovar sin perder identidad y de competir en el mercado mundial manteniendo un compromiso con su territorio. La noche del 4 de junio sirvió así para celebrar los 50 años de la compa-

ña y también una forma de hacer empresa ligada a la historia reciente de la industria cerámica castellonense.

«ES UN ORGULLO Y UNA RESPONSABILIDAD»

Joaquín Font de Mora, consejero delegado de Vidres, recogió el galardón a la Trayectoria Empresarial en nombre de la esmaltera en la gala de Mediterráneo. Y en el escenario llevó a cabo un discurso de agradecimiento en el que puso el acento en el carácter familiar de la compañía, el peso de las personas que han formado parte de su historia y la proyección internacional alcanzada por la firma. Durante su intervención, aseguró que para la empresa supone «un gran honor recibir este premio», definió el recorrido de Vidres como «una historia construida por personas de estas tierras» y recordó a todos aquellos profesionales «que impulsaron el proyecto desde sus inicios, los que han hecho crecer el nombre de Vidres en los cinco continentes y los que hoy lo siguen proyectando hacia el futuro con paso decidido», afirmó.

En su discurso, Font de Mora destacó asimismo el papel de los proveedores, a los que calificó como «pilar estratégico y fundamental para continuar creciendo y mejorando cada día». De forma especial, agradeció la confianza de los clientes, a quienes reconoció «tantos años de confianza, fidelidad y complicidad».

El directivo subrayó que este premio pertenece al conjunto de personas vinculadas a Vidres y que representa un estímulo para avanzar desde los valores que han guiado a la empresa durante los últimos 50 años. «Este reconocimiento es de todos y, a Vidres, nos anima a seguir comprometidos con los valores que nos han acompañado durante todo este tiempo: trabajo, honestidad, servicio e innovación», manifestó. Por último, agradeció a Mediterráneo la concesión del galardón, que la empresa recibe «con orgullo, responsabilidad y una enorme ilusión».

ENTREVISTA

Claudia Capella y Jorge Albalat Técnicos de Selección del departamento de Recursos Humanos

«El 75% de alumnos en prácticas acaba en nuestra plantilla»



Claudia Capella y Jorge Albalat, técnicos de Selección del departamento de Recursos Humanos de Pamesa Grupo Empresarial, en la sede de Vila-real.

La Memoria Anual 2025 de Pamesa Grupo Empresarial recoge que el grupo cerró el ejercicio con 3.469 personas en plantilla y 372 incorporaciones. ¿Qué perfiles han sido los más demandados en este crecimiento y qué nuevas necesidades está detectando Recursos Humanos?

—Como el Grupo está en plena evolución industrial, y nos encontramos en un entorno cada vez más cambiante, necesitamos perfiles muy variados. Los más demandados han sido perfiles de producción, mantenimiento, logística, administración comercial, exportación y también perfiles más técnicos relacionados con energía, sostenibilidad, mejora continua y digitalización.

Desde Recursos Humanos estamos viendo que cada vez hacen falta personas más polivalentes. Ya no buscamos únicamente a alguien que encaje en un puesto concreto, sino personas con ganas de aprender, que se adapten rápido y que puedan crecer dentro del organigrama del grupo. También estamos detectando más necesidad de perfiles técnicos con capacidad para trabajar con datos, nuevas tecnologías, automatización y proyectos vinculados a eficiencia energética. —El documento destaca la relación activa



«El programa MES Talento de Pamesa detecta el talento interno»

con universidades, escuelas de negocio y centros de Formación Profesional. ¿Hasta qué punto se ha convertido esa vía en una cantera real de talento para Pamesa Grupo?

—Para nosotros esta vía es muy importante. La relación con universidades, centros de Formación Profesional y escuelas de negocio nos permite acercarnos a gente joven que está empezando y que muchas

veces no conoce todo lo que puede ofrecer el sector cerámico.

A través de prácticas, convenios, visitas, ferias y colaboraciones podemos conocer a estudiantes con potencial antes de que entren de lleno en el mercado laboral. Además, nos permite ver no solo sus conocimientos, sino también su actitud, sus ganas de aprender y su forma de trabajar.

En la mayoría de los casos, estas prácticas acaban siendo una puerta de entrada real al grupo, especialmente en áreas técnicas, administrativas y comerciales. Alrededor del 75% de los estudiantes que hacen una estancia de prácticas acaban trabajando con nosotros.

—En el grupo hay una presencia notable de perfiles en prácticas y empleados junior. ¿Qué papel juegan estos profesionales jóvenes en la estrategia de futuro de la compañía y cómo se les acompaña en sus primeros meses?

—Los perfiles jóvenes tienen un papel muy importante porque ayudan a preparar el futuro de la empresa. Aportan ideas nuevas, facilidad para adaptarse a herramientas digitales y muchas ganas de aprender. Además, son clave para ir creando relevo generacional en distintas

áreas del grupo.

En sus primeros meses intentamos que se sientan acompañados desde el principio. Normalmente tienen una acogida inicial, formación básica, explicación del área y de la empresa, así como una persona de referencia dentro del propio departamento. También desde Recursos Humanos hacemos seguimiento para ver cómo se están adaptando. La idea es que no entren solo a “hacer tareas”, sino que el *onboarding* les permita entender cómo funciona el grupo, cómo trabaja su departamento y qué impacto tiene su trabajo.

—¿Qué itinerario suele seguir una persona que entra en prácticas o como perfil junior hasta consolidarse en la empresa? ¿Hay áreas donde esa transición hacia un puesto estable sea especialmente habitual?

—Normalmente, una persona que entra en prácticas empieza con una fase de adaptación. Primero conoce el departamento, las herramientas, los procedimientos y la forma de trabajar. Después, poco a poco, va asumiendo más tareas y ganando autonomía.

Si la evolución es buena, la persona encaja con el equipo y existe una necesidad en el área, se valora su continuidad. Esa transición hacia un puesto más estable suele ser bastante habitual en departamentos donde se necesita mucho conocimiento interno. Para lograr este objetivo nos han sido muy útiles los programas de desarrollo para comerciales y mandos intermedios que hemos creado, y que apuestan por la promoción y el desarrollo de las personas que forman parte de la Compañía.

Al final, para nosotros es muy positivo poder formar a alguien desde el inicio, porque la persona aprende nuestra forma de trabajar y se va desarrollando dentro de la cultura del grupo.

—La Memoria Anual 2025 de Pamesa Grupo Empresarial subraya que el 97% de la plantilla cuenta con contrato fijo. En un sector industrial tan competitivo, ¿cómo se combina la apuesta por talento joven con el compromiso de estabilidad laboral?

—En nuestro caso, apostar por talento joven no significa ofrecer solo una experiencia temporal. Al contrario, cuando incorporamos perfiles jóvenes, lo hacemos pensando en su posible desarrollo dentro del grupo.

La estabilidad es una parte muy importante de nuestra manera de trabajar. En un sector industrial como el nuestro, donde hay procesos muy específicos y donde la experiencia se gana con el tiempo, es fundamental contar con equipos estables. Por eso intentamos que las personas jóvenes tengan un recorrido: primero aprenden, después van ganando autonomía y, si el encaje es bueno, pueden consolidarse dentro de la empresa.

Creemos que eso también ayuda a que los jóvenes vean el sector cerámico como una opción profesional atractiva y con futuro, no solo como un primer empleo.

—Pamesa Grupo participa en ferias de empleo y foros de talento. ¿Qué imagen del sector cerámico perciben entre los jóvenes candidatos y qué argumentos utiliza la empresa para atraerlos?

—Muchas veces vemos que los jóvenes tienen una imagen un poco limitada del

Recursos Humanos de Pamesa Grupo Empresarial



Pamesa Grupo Empresarial finalizó el año 2025 con 3.469 personas en su plantilla de profesionales y 372 nuevas incorporaciones a lo largo del último ejercicio.

sector cerámico. Algunos lo relacionan solo con fábrica o producción, pero desconocen toda la parte tecnológica, internacional, comercial, logística, energética y de diseño que hay detrás.

En ferias y foros intentamos enseñarles que el sector cerámico actual ha experimentado una transformación importante y es mucho más amplio de lo que parece. Hablamos de automatización, innovación, sostenibilidad, proyectos internacionales, estabilidad y oportunidades de crecimiento. También les explicamos que dentro del grupo hay perfiles muy distintos y que pueden desarrollar una carrera en áreas técnicas, comerciales, administrativas, industriales o vinculadas a proyectos de futuro como eficiencia energética y digitalización.

Uno de los argumentos que más valoran es que somos un grupo grande, con estabilidad y con muchas posibilidades de aprendizaje.

—El documento menciona la mejora del portal de empleo para hacerlo más ágil e intuitivo. ¿Qué cambios se han introducido y qué importancia tiene hoy la experiencia del candidato en la captación de talento?

—La mejora del portal de empleo busca que la persona candidata lo tenga más fácil desde el primer momento. Es importante que pueda encontrar las ofertas de forma sencilla, entender bien qué se pide en cada puesto y apuntarse sin que el proceso sea complicado.

Muchas veces el portal de empleo es el primer contacto que una persona tiene con la empresa, así que tiene que transmitir una imagen clara, profesional y cercana. Si el proceso es ágil, también conseguimos recibir candidaturas de más calidad y gestionar mejor los procesos internamente. Gracias a ello hemos incre-

mentado alrededor de un 40% el número de solicitudes recibidas.

En selección no solo importa publicar una oferta, también importa cómo tratamos a la persona durante todo el proceso: desde que se inscribe hasta que recibe una respuesta y, según el caso, si finalmente se incorpora.

—Volviendo a la Memoria Anual 2025 de Pamesa Grupo Empresarial, el documento recoge programas de formación interna, onboarding y desarrollo de comerciales, mandos intermedios y electromecánicos. ¿Qué perfiles prefiere formar la compañía desde dentro y en cuáles resulta más difícil encontrar profesionales ya preparados en el mercado?

—La compañía suele apostar por formar desde dentro aquellos perfiles donde conocer bien el producto, el proceso y la forma de trabajar del grupo marca mucho la diferencia. Esto pasa, por ejemplo, con comerciales, mandos intermedios y electromecánicos.

También vemos que hay perfiles que son difíciles de encontrar ya preparados en el mercado, especialmente electromecánicos o técnicos de mantenimiento con experiencia en maquinaria cerámica. Por eso la formación interna es tan importante, y contamos con un programa propio de formación en estas disciplinas que ya se encuentra en su cuarta edición.

Todo ello nos permite adaptar el talento a nuestras necesidades reales y dar oportunidades de crecimiento a personas que ya están dentro o que se incorporan con potencial.

—Desde 2024, Pamesa Grupo cuenta con el programa MES Talento para valorar el desempeño por competencias. ¿Cómo ayuda esta herramienta a detectar potencial interno y a diseñar carreras profesio-

nales dentro del grupo?

—MES Talento nos ayuda a tener una visión más clara del desempeño de las personas. No se trata solo de ver si alguien cumple con sus tareas, sino también cómo trabaja, cómo se relaciona con el equipo, qué nivel de autonomía tiene, cómo se adapta y qué competencias puede seguir desarrollando.

Para Recursos Humanos es una herramienta útil porque nos permite detectar talento interno, ver qué personas tienen potencial para asumir nuevas responsabilidades y también identificar necesidades

de formación.

En un grupo tan grande, con tantas empresas y áreas distintas, tener esta información ordenada es fundamental en el día a día con el objetivo de poder plantear planes de carrera, promociones internas o potenciar movimientos entre departamentos.

—Mirando a los próximos años, con inversiones industriales, eficiencia energética y proyectos como Pamesa Net Zero, ¿qué nuevas competencias van a ser clave en la plantilla: perfiles técnicos, digitales, sostenibilidad, mantenimiento avanzado o automatización?

—De cara a los próximos años, creemos que van a ser clave todos esos perfiles, pero sobre todo aquellos que combinen conocimientos técnicos con capacidad de adaptación a nuevas tecnologías y un fuerte compromiso.

Vamos a necesitar cada vez más profesionales especializados en mantenimiento avanzado, automatización, energía, sostenibilidad, análisis de datos, mejora continua y eficiencia de procesos.

Para ello el dominio de la inteligencia artificial ya es considerado dentro de nuestra organización como requisito fundamental, y con ello, el desarrollo de las competencias asociadas a la misma como la abstracción de procesos, el pensamiento de *prompt*, y la capacidad de evaluación desde la crítica y el análisis.

Además de los conocimientos técnicos, van a pesar mucho las competencias personales: aprender rápido, trabajar en equipo, adaptarse al cambio, tener iniciativa, cuidar la seguridad y estar comprometidos con la sostenibilidad. La industria está cambiando y desde Recursos Humanos tenemos que ser capaces de atraer, formar y fidelizar a personas que quieran crecer con ese cambio.



«Necesitamos cada vez más profesionales especializados en energía, automatización y sostenibilidad»

RoloTech lanza el primer hub tecnológico del Levante

Alianza industrial entre Orbelgrupo (Orbel ingeniería), Montac Grupo (Montelec y Dyac) e i4Automation

Cuatro de las principales compañías técnicas del arco mediterráneo (Orbel Ingeniería, Montelec, Dyac e i4Automation) han anunciado durante el mes de junio la creación de RoloTech (Robotics & Logistics Technology Hub), el primer hub del Levante diseñado para centralizar la ejecución de proyectos de Industria 4.0 bajo un único interlocutor.

La iniciativa surge en un contexto en el que las empresas industriales se enfrentan a una creciente complejidad tecnológica, teniendo que coordinar múltiples proveedores especializados para abordar procesos de automatización, digitalización o mejora logística.

RoloTech, con más de 80 años de experiencia entre sus empresas fundadoras y 10 sedes estratégicas, propone un modelo alternativo: una ventanilla única capaz de integrar todas las disciplinas técnicas necesarias dentro de un mismo ecosistema operativo.

A diferencia de otros enfoques teóricos o consultivos, RoloTech «nace desde la experiencia directa en planta industrial. El hub permite a las compañías contratar desde intervenciones específicas —como instalaciones eléctricas, programación de PLCs o adecuaciones hidráulicas— hasta proyectos llave en mano completamente integrados», explican desde su dirección. Su estructura se organiza en cinco áreas técnicas conecta-



Representantes de las cuatro compañías que han impulsado el nacimiento de RoloTech.

das de forma nativa: instalaciones industriales, redes e ingeniería hidráulica, automatización y control, ingeniería logística y robótica, y mantenimiento operativo.

Este enfoque modular «permite a las empresas abordar necesidades urgentes sin acometer transformaciones globales, con lo cual se aseguran al mismo tiempo de que cualquier evolución o necesidad futura —desde robótica autónoma hasta

sistemas avanzados de trazabilidad— se integre sin fricciones en una misma arquitectura técnica».

ESCALA INDUSTRIAL Y CAPACIDAD INMEDIATA

Esta iniciativa comienza su andadura con una base consolidada integrada por un equipo de más de 120 ingenieros y técnicos especializados, una red de 10 sedes industriales distribuidas entre Castellón y Valencia y una cartera rela-

cional que supera los 5.000 clientes activos. El proyecto «combina un fuerte arraigo en el tejido industrial del Levante con experiencia internacional en proyectos ejecutados en mercados de alta exigencia como Alemania, Países Bajos, Reino Unido, EEUU o Polonia».

«Queremos que la tecnología deje de ser teoría y pase a ser rentabilidad direc-

Integra a más de 120 ingenieros y técnicos para resolver uno de los retos de la industria: la fragmentación de proveedores

ta en planta», señalan desde la dirección del hub. Asimismo apuntan que «nuestros equipos se han formado a pie de máquina, entendiendo el pulso de los talleres y la exigencia de las líneas de producción. Nos implicamos y respondemos como socios, resolviendo la urgencia de hoy mientras diseñamos la industria del mañana».

RoloTech ya se encuentra operativo y ofrece servicios de auditoría, de consultoría técnica y de ejecución de proyectos a través de su plataforma corporativa (<https://rolotech.es>) y de su canal centralizado de atención (gestion@rolotech.es).

Sigmadiamant expone su tecnología en el mercado alemán

El fabricante participa en **Stone+tec**

Sigmadiamant, empresa con sede en Almassora y adherida a la asociación Asebec (Spanish Ceramic Technology), ha participado durante el mes de junio en Stone+tec 2026, la feria internacional de piedra natural y tecnología de la piedra que se ha celebrado en la ciudad alemana de Núremberg. La compañía ha estado presente en este evento especializado en soluciones técnicas para la extracción, transformación y uso de la piedra natu-

ral y materiales afines. Desde la dirección de Sigmadiamant han realizado un balance «muy satisfactorio» de su presencia en Stone+tec. «No podemos estar más satisfechos con el balance final», han señalado desde la compañía.

La firma ha querido expresar además su agradecimiento a «todos los clientes, colaboradores y profesionales del sector» que se han acercado a visitar su espacio durante la feria. «Ha sido un auténtico placer compartir impresiones, mostrar



La marca ha mostrado sus avances en la feria de Núremberg.

nuestras últimas innovaciones en herramientas diamantadas y soluciones para el tratamiento de la piedra y, sobre todo, conversar cara a cara sobre el futuro de nuestra industria», han destacado desde la dirección de la marca.

La participación de Sigmadiamant ha

reforzado la proyección exterior de una de las firmas castellanenses integradas en el ecosistema de Asebec / Spanish Ceramic Technology, la plataforma que agrupa a empresas proveedoras de maquinaria, equipamiento y soluciones tecnológicas para la industria cerámica.

La empresa está especializada en el desarrollo y fabricación de herramientas diamantadas para procesos de corte, pulido, perfilado, rectificado, pulecintos y tratamiento superficial. Sus soluciones se dirigen tanto al sector cerámico como al de la piedra natural, el cuarzo, el mármol, el granito y los materiales sinterizados. En los últimos años, Sigmadiamant ha reforzado su posicionamiento en el ámbito del gran formato cerámico, con soluciones integrales para el acabado de piezas de gran tamaño.

Innova Group automatiza el final de línea de Certeca

La azulejera mejora su sistema semiautomático con una línea automatizada con flejado horizontal y **'Stretch Hood'**

El fabricante cerámico portugués Certeca ha apostado por la tecnología de la firma castellanense Innova Group para automatizar su final de línea con sistemas de embalaje de última generación. Con el objetivo de modernizar sus instalaciones y optimizar su proceso logístico, la compañía buscaba una solución más eficiente, automatizada y capaz de proporcionar una mayor sujeción y protección a su producto cerámico.

El proyecto ha consistido en sustituir su anterior sistema de embalaje semiautomático por una nueva línea automática compuesta por sistemas de flejado horizontal y *Stretch Hood*, junto con accesorios específicamente diseñados para las necesidades de sujeción y compactación de sus cargas cerámicas. Cabe recordar que Certeca es una empresa de referencia en la industria cerámica con sede en Anadia, en el distrito portugués de Aveiro. La firma está especializada en la producción y comercialización de mosaicos y baldosas cerámicas para el mercado nacional e internacional, y destaca por su apuesta por la innovación y la calidad de sus productos.

En línea con estos objetivos de modernización y excelencia, la nueva instalación de Innova Group en Portugal «permite a la compañía optimizar su final de línea con sistemas de embalaje más eficientes y sostenibles».

Certeca necesitaba una nueva línea de embalaje totalmente automatizada y capaz de garantizar la máxima protección para sus cargas. Al tratarse de un producto de alto valor, la empresa portuguesa requería una solución que incre-



Certeca ha mejorado su eficiencia operativa y ha reducido el tiempo para embalar cada palet.

mentara la seguridad a lo largo de toda la cadena logística para evitar daños y pérdidas. El reto para Innova era diseñar una solución capaz de asegurar las cajas de baldosas cerámicas apiladas en el palet, eliminando vibraciones o desplazamientos y protegiéndolas frente a agentes externos.

Para dar respuesta a los requerimientos de Certeca, Innova diseñó un final de línea 100% automatizado que incluye flejado horizontal, para la compactación y estabilidad de la carga en un solo bloque, y enfundado *Stretch Hood*, para la protección total del producto cerámico.

El sistema de flejado horizontal *FH/PRO* es la primera estación de la línea y se encarga de sujetar y compactar la carga cerámica. Este sistema aplica varios flejes horizontales que sujetan las cargas desde su base, evitando que los productos se desplacen o se desarmen.

Certeca transporta y almacena su producto cerámico en cajas paletizadas. Con la flejadora horizontal de Innova, la compañía consigue unificar la carga en un bloque compacto y alcanzar así una estabilidad superior.

Además, la flejadora instalada en Certeca cuenta con un sistema aplicador

de cantoneras. Gracias a estas piezas de cartón, las cajas de baldosas quedan protegidas del propio fleje y obtienen un extra de compactación, al unir las cajas y homogeneizar la forma de la carga.

El final de línea instalado en Certeca culmina con el sistema *Stretch Hood SH/PRO*, encargado de enfundar la carga por sus cinco caras con una sola capa de film, cubriendo totalmente el producto y protegiéndolo de agentes externos.

Además de proteger las cargas cerámicas del polvo, la lluvia y los rayos UV, el sistema *Stretch Hood* también proporciona impermeabilidad, seguridad y un acabado de calidad superior. Asimismo, permite ahorrar hasta un 50% en consumibles y energía. Estas ventajas han sido fundamentales para que Certeca decidiera dar el paso y automatizar al máximo su final de línea.

Con la sustitución del sistema semiautomático que utilizaba por un final de línea totalmente automatizado, Certeca ha logrado mejorar significativamente su eficiencia operativa, reducir el tiempo necesario para embalar cada palet y liberar a los operarios de tareas repetitivas. Además, este cambio tecnológico ha supuesto mejoras relevantes en aspectos clave como la protección, estabilidad y seguridad de sus cargas cerámicas.

El equipo de Innova resalta que «desde Certeca nos han trasladado su satisfacción con los resultados del proyecto, destacando el incremento de la eficiencia logística y de la protección del producto, así como un acabado de calidad superior y un embalaje alineado con sus estándares de sostenibilidad medioambiental».

Para Innova, este proyecto «supone reforzar su colaboración con uno de los referentes de la industria cerámica en Portugal mediante una solución orientada a mejorar la eficiencia operativa y cumplir con los estándares de calidad y protección exigidos por el sector».



El proyecto ha consistido en sustituir su anterior sistema de embalaje semiautomático por una nueva línea automática compuesta por los sistemas de flejado horizontal y 'Stretch Hood' de Innova Group.

Porcelanosa homenajea al arquitecto Riken Yamamoto

La multinacional española entrega su Premio Honorífico de Arquitectura Internacional al **Premio Pritzker 2024**

El Bernabéu ha acogido recientemente la ceremonia de entrega de los Premios de Arquitectura, Interiorismo y Promoción Inmobiliaria de Porcelanosa. Este emblemático espacio arquitectónico, donde diseño y entretenimiento se unen con proyección global, fue el escenario elegido para una gala en la que se también se rindió homenaje al arquitecto japonés Riken Yamamoto, galardonado con el Premio Pritzker 2024.

Durante la velada, se reconoció que los proyectos ganadores y las menciones otorgadas en la presente edición de los Premios Porcelanosa reflejan una forma de entender la arquitectura y el interiorismo más conectada con el entorno y con las personas. El director de Relaciones Institucionales del Real Madrid, Emilio Butragueño, intervino y subrayó «la solidez y continuidad de la relación entre el club y Porcelanosa Grupo». Esta colaboración, basada en el desarrollo de sinergias y el crecimiento conjunto de ambas marcas, se ha plasmado recientemente con la incorporación de materiales de la firma en nuevas zonas del Bernabéu.

Por su parte, Héctor Colonques García-Planas, director comercial de Grandes Proyectos en Porcelanosa Grupo, destacó el papel de estos premios como impulsores del talento y del valor de la arquitectura contemporánea, agradeciendo además la colaboración del Real Madrid para acoger el evento. El acto reunió a cerca de 300 invitados (arquitectos, diseñadores, promotores inmobiliarios y representantes del ámbito empresarial), consolidándose como uno de los encuentros de referencia del



Héctor Colonques, presidente de Porcelanosa Grupo, con el arquitecto Riken Yamamoto.

panorama arquitectónico y creativo internacional. La ceremonia, celebrada en la Sala de Prensa del Bernabéu, fue conducida por la periodista y presentadora de televisión Isabel Jiménez. La velada continuó con una cena en el Palco de Honor del estadio.

LOS INTEGRANTES DEL JURADO

Para esta 17ª edición, Porcelanosa reunió a reconocidas personalidades del ámbito de la arquitectura y el diseño como miembros del jurado. Rosa Agraz, cofundadora del estudio Arroyo Solís Agraz (México); Lázaro Rosa-Violán, director y director creativo de Lázaro Rosa Violán

Studio (España); Ju-Wei Chen, fundadora y directora creativa de Txengo Studio (Reino Unido); Antonio De Martino, vicepresidente del estudio de diseño integrado Gnosis Progetti en (Italia); y Margherita Frezza, arquitecta del equipo de 2Portzamparc Associés en (Francia), fueron los responsables de valorar las propuestas presentadas y de entregar cada una de las prestigiosas distinciones.

En la categoría Diseño de Futuro – Estudiantes, el reconocimiento recayó en la persona de Daniella Fanovich, alumna de la Universidad de Diseño Innovación y Tecnología (UDIT), quien recibió el galardón de manos tanto de Margherita

Frezza como de Ju-Wei Chen.

Con el objetivo de poner en valor la innovación y la creatividad en las diferentes disciplinas, el certamen reformuló la sección Diseño del Año, desglosándola en tres nuevas categorías. Así, el premio Diseño de Producto del Año, presentado por Antonio De Martino, recayó en César Frías, CEO del estudio Morph por el diseño de los interruptores *Frames*, realizados con la superficie mineral Krion. Por su parte, Rosa Agraz entregó el reconocimiento Proyecto Arquitectónico del Año a Maria João Andrade, cofundadora y socia de MJARC Arquitectos Associados por el residencial *Douro Wood House*, en Portugal.

El último galardón en presentarse en la primera parte de los premios fue Proyecto de Interiorismo del Año, ofrecido por Lázaro Rosa-Violán a Aleksandar Davidovic, CEO de Studio Horkruks por el proyecto *Kota111*, un club de campo y resort exclusivo en Serbia.

LA EVOLUCIÓN HACIA LA GESTIÓN PREDICTIVA

El momento álgido de la ceremonia en el Bernabéu llegó con la entrega del Premio Honorífico de Arquitectura Internacional, que puso el broche de oro a una velada repleta de reconocimientos al talento creativo en materia de interiorismo y arquitectura. Riken Yamamoto, Premio Pritzker 2024, recibió con todos los honores la condecoración de manos de Héctor Colonques Moreno, presidente de Porcelanosa Grupo.

La figura del arquitecto japonés fue laureada en el certamen por el grupo empresarial por «su dilatada trayectoria internacional, marcada por una visión de la arquitectura concebida como herramienta de cohesión social y generadora de comunidad». A través de su estudio, Riken Yamamoto & Field Shop, ha desarrollado proyectos que «integran espacios, personas y entorno bajo una misma filosofía de convivencia».



Los premiados y los miembros del jurado de la decimoséptima edición de los Premios Porcelanosa Grupo, cuya ceremonia de entrega se llevó a cabo en el Bernabéu de Madrid.



Dos de las propuestas de Onix para piscinas: 'Crystal' y 'Penta Crystal Turquoise' (en 50x50 milímetros).



Realonda cuenta en su catálogo comercial con colecciones como 'Nazca', en formato 28,5x33 cm.

La cerámica conquista terrazas, jardines y piscinas

Los fabricantes de **Tile of Spain** incorporan las nuevas tendencias estéticas y apuestan por tonos naturales, pequeños formatos y acabados seguros

Con la llegada del verano, los espacios exteriores como terrazas, jardines y piscinas se convierten en los protagonistas de nuestro hogar. Para que estos ambientes sean no solo estéticos, sino también funcionales y duraderos, la elección de los materiales se convierte en un elemento fundamental. La cerámica *made in Spain* se presenta como la opción idónea gracias a su inigualable combinación de resistencia, versatilidad, estética y sostenibilidad.

Los pavimentos y revestimientos cerámicos están diseñados para perdurar. Su durabilidad y baja porosidad les permiten soportar los cambios de temperatura y las inclemencias meteorológicas, manteniéndose inalterables frente a la luz solar, el agua y el uso continuado. Además, su fácil limpieza y sus propiedades higiénicas los convierten en una solución segura y práctica para disfrutar sin preocupaciones.

EL 'CLEAN LOOK' QUE UNIFICA ESPACIOS

Una de las tendencias más destacadas es la creación de ambientes serenos y minimalistas que invitan a la calma. Utilizar piezas cerámicas en tonos claros y neutros en zonas exteriores ayuda a crear una atmósfera de bienestar. Para lograr una mayor amplitud y armonía visual, se puede apostar por mantener el mismo pavimento tanto en interiores como en exteriores, creando una transición fluida y unificando el estilo del hogar.

CONEXIÓN CON LA NATURALEZA

Para aquellos que buscan una conexión más profunda con el entorno, la cerámica ofrece colecciones inspiradas en materiales naturales como la piedra, la madera o el mármol. Estas piezas reproducen con un realismo asombroso las texturas,



Una piscina proyectada con el gres porcelánico esmaltado 'Spuma' de Arcana.

vetas y tonalidades de la naturaleza, pero con las ventajas técnicas del material cerámico. Los formatos que imitan piedras irregulares o maderas rústicas son perfectos para crear ambientes orgánicos y atemporales que se integran a la perfección en jardines y terrazas.

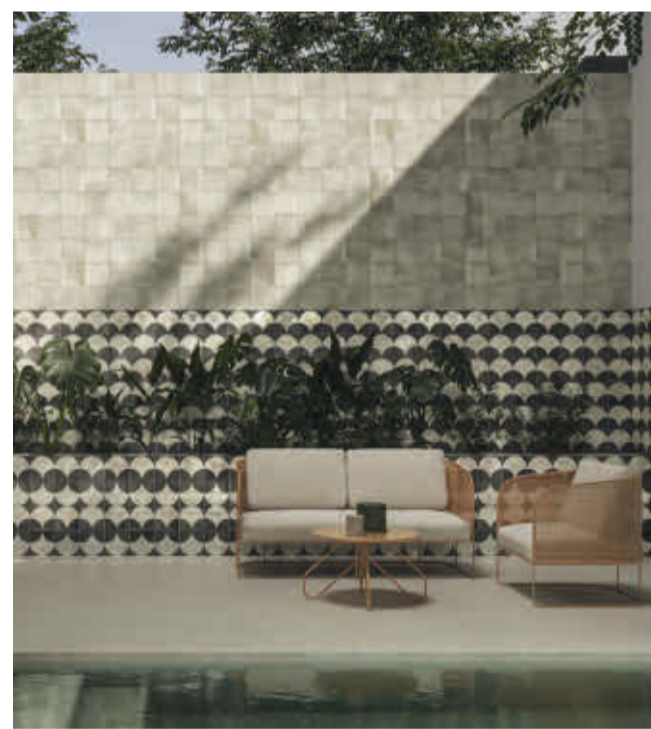
EL ENCANTO DE LOS PEQUEÑOS FORMATOS

Para añadir carácter y un punto de originalidad a patios, senderos o detalles decorativos, los pequeños formatos son una elección excelente. Diseños de inspiración hidráulica, piezas con patrones geométricos o acabados que evocan la

cerámica artesanal permiten jugar con la composición para crear espacios únicos y llenos de encanto.

OASIS DE INSPIRACIÓN

En verano, la piscina se convierte en el corazón de la vida al aire libre y la cerámica es su mejor aliada. Al tradicional mosaico azul, que continúa siendo un referente atemporal, se suman las tendencias actuales que apuestan por nuevas paletas cromáticas: los tonos verdes esmeralda y turquesa evocan la belleza de los paraísos balineses, creando una atmósfera refrescante y exótica que invi-



Decocer, especialista en pequeños formatos como 'Senda' (15x15 cm).

ta a la relajación, mientras que los tonos arena aportan calidez y calma, integrando la piscina en el entorno y favoreciendo ambientes cálidos y acogedores.

Una piscina bien diseñada también debe ser segura. La cerámica, al ser un material antideslizante, permite hacer uso del borde y la zona de playa con mayor tranquilidad, sin comprometer la estética del conjunto. Además, las colecciones de cerámica española incorporan piezas especiales para remates, bordes y rejillas que garantizan una integración perfecta en el conjunto y un acabado funcional y de alta calidad.

Una intervención histórica con la cerámica como estandarte

La rehabilitación del **Mercado de Santa Caterina** logró transformar el edificio en un icono cerámico de Barcelona

La histórica restauración con cerámica del Mercado de Santa Caterina de Barcelona, obra del estudio Miralles Tagliabue - EMBT, ha sido distinguida con el galardón a la Permanencia en los Premios Arquitectura 2026, organizados por el Consejo Superior de los Colegios de Arquitectos de España (CSCAE).

El reconocimiento pone en valor una intervención que, casi dos décadas después de su finalización, sigue siendo una referencia de rehabilitación arquitectónica, regeneración urbana y arquitectura pública. El proyecto, promovido por Foment de Ciutat Vella S.A. y finalizado el 16 de mayo de 2005, actuó sobre 10.400 metros cuadrados para transformar el histórico mercado en una infraestructura cívica capaz de integrar actividad comercial, vivienda, espacio público y aparcamiento.

La actuación en el Mercado de Santa Caterina asumió desde el inicio la complejidad de Ciutat Vella, un entorno marcado por la superposición de tiempos, de usos y de trazas urbanas. Frente a la idea del derribo como única solución, el proyecto apostó por conservar, transformar y reutilizar partes del edificio existente, incorporando además los restos del antiguo convento en un recorrido arqueológico bajo la plaza.

Uno de los elementos más emblemáticos de la restauración es su gran cubierta



Imagen de archivo de la arquitecta Benedetta Tagliabue y de la cubierta del mercado barcelonés.

cerámica plegada, convertida ya en una de las imágenes más reconocibles de la arquitectura contemporánea de Barcelona y en un hito para el clúster cerámico, que mostró al mundo su potencial como acabado funcional y estético en entornos singulares.

El conjunto, materializado por Ceràmica Cumella y formado por 325.000 piezas hexagonales y 67 colores, dota al edificio de una identidad singu-

lar y establece un diálogo entre la memoria del mercado, la tradición material cerámica y una expresión arquitectónica plenamente contemporánea. El proyecto también destacó por su capacidad para difuminar los límites entre rehabilitación y nueva construcción. La reorganización interior permitió racionalizar accesos y servicios, mejorar los flujos urbanos, ampliar el espacio público y abrir el antiguo mercado hacia el barrio

de Santa Caterina, conectándolo con la avenida Francesc Cambó y con el tejido de calles estrechas del entorno.

El Premio a la Permanencia subraya precisamente la vigencia de una obra que ha sabido mantenerse útil, actual y plenamente habitada. La restauración del Mercado de Santa Caterina no solo recuperó un equipamiento histórico,

La obra del estudio Miralles Tagliabue - EMBT ha sido distinguida dos décadas después en los Premios Arquitectura 2026

sino que lo convirtió en un motor de vida cotidiana y en un ejemplo de cómo la arquitectura puede reactivar el centro histórico sin renunciar a su memoria.

El estudio EMBT - Miralles Tagliabue, fundado en 1994 por el desaparecido Enric Miralles y Benedetta Tagliabue, ha desarrollado una trayectoria internacional marcada por la atención al contexto, la investigación material y la dimensión pública de la arquitectura. Entre sus obras destacadas figuran el Parlamento de Escocia en Edimburgo, la sede de Gas Natural Fenosa en Barcelona o el Ayuntamiento de Utrecht (Países Bajos).

Cersaie 2026 ya toma forma con cerca de 500 expositores

España superará las 120 empresas

Cersaie 2026 empieza a tomar forma y el sector cerámico internacional ya mira de nuevo hacia Bolonia. La feria internacional de la cerámica para la arquitectura y del equipamiento de baño adelanta su celebración y su próxima edición se desarrollará entre el 21 y el 25 de septiembre en el recinto de BolognaFiere. La cita volverá a reunir durante cinco jornadas a fabricantes, distribuidores, estudios de arquitectura, interioristas, diseñadores y

empresas auxiliares en uno de los grandes escaparates mundiales del hábitat.

La organización del certamen ha facilitado ya un primer listado provisional de firmas expositoras, un avance que confirma la dimensión de un evento clave para tomar el pulso al mercado. En esta relación inicial figuran 483 empresas confirmadas, procedentes de 23 países, entre fabricantes cerámicos, compañías de equipamiento de baño, proveedores tecnológicos, firmas de materiales,



La feria internacional se celebrará entre el 21 y el 25 de septiembre.

marcas de diseño y operadores especializados en soluciones para la construcción y el interiorismo.

La presencia española vuelve a tener un peso destacado en esta primera fotografía de Cersaie 2026. Del total de empresas incluidas en el listado provisional, 121 compañías son españolas, una cifra que refleja la importancia que conceden las firmas del sector al evento. No en vano, España mantiene así una posición protagonista (y solo superada en

número por los expositores italianos) en una feria en la que se presentan tendencias, colecciones, innovaciones técnicas y estrategias comerciales para los próximos ejercicios.

A falta de poco más de dos meses para la apertura de puertas, Cersaie servirá para medir el momento del sector, analizar la evolución de la demanda internacional y conocer las nuevas propuestas estéticas, tecnológicas y

sostenibles que marcarán el futuro inmediato de la cerámica y del baño. Para las empresas, será también una oportunidad para reforzar contactos, abrir mercados y ganar visibilidad en un contexto competitivo cada vez más exigente.



Más información:

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



La intervención de El Equipo Creativo convierte los espacios del recinto en un oasis de inspiración andaluza con protagonismo para las baldosas cerámicas, los murales y los guiños al glamur de los años 70.

El 'refugio cerámico' del Hotel Kimpton Los Monteros

El hotel marbellí reformado por **El Equipo Creativo** convierte las piezas del Tile of Spain en su hilo conductor



El hotel, ubicado en Marbella (Málaga), refuerza su carácter mediterráneo con una reforma donde la cerámica articula color, textura y memoria.

La cerámica española vuelve a ganar protagonismo en la escena internacional del diseño con el reconocimiento concedido al Hotel Kimpton Los Monteros en Marbella (Málaga), proyecto firmado por El Equipo Creativo que ha recibido una mención especial en la categoría International Design de los Coverings Installation & Design Awards (CID), los premios vinculados a la gran feria norteamericana del sector cerámico y de la piedra natural.

El reconocimiento internacional refuerza la visibilidad de varias firmas integradas en Tile of Spain. En el proyecto figuran empresas como Cerámicas Aparici, Cevica, Dune, Equipe Cerámicas, Harmony, Porcelanosa y Realonda, cuya presencia subraya el peso de la industria española en proyectos hoteleros de alta gama y en espacios de interiorismo con proyección global.

El galardón distingue la intervención realizada en este histórico establecimiento de Marbella, donde la reforma ha apostado por una nueva identidad visual sin romper con la memoria del edificio. El proyecto combina el glamur de los años 70, la esencia mediterránea y la fuerza estética de Andalucía a través de una propuesta en la que las baldosas cerámicas ocupan un rol preeminente.

Según recoge Tile of Spain USA, la renovación del Kimpton Los Monteros se ha inspirado en los paisajes naturales, la herencia artística y el espíritu mediterráneo de la zona. El resultado es un hotel que integra vegetación, murales pintados a mano y un uso extensivo de la cerámica para construir una atmósfera contemporánea, colorista y profundamente vinculada a la cultura local.

La actuación ha afectado a los espacios públicos del hotel, con el objetivo de

generar una nueva experiencia para el visitante y, al mismo tiempo, respetar las raíces arquitectónicas del inmueble. Uno de los retos de la reforma era incorporar la arquitectura original de las décadas de los 60 y 70 a un diseño actualizado, funcional y alineado con el universo de la marca Kimpton.

La cerámica aparece como uno de los grandes hilos conductores del proyecto. En el vestíbulo y en las zonas de circulación se ha empleado como pavimento principal una colección porcelánica inspirada en los mosaicos hidráulicos clásicos, capaz de aportar un fuerte carácter decorativo y, al mismo tiempo, responder a las exigencias de resistencia de un espacio hotelero de alto tránsito.

El diseño se apoya en una paleta de verdes, azules, blancos mediterráneos y tonos tierra, junto a materiales como la madera, la cerámica y piezas de fuerte

carga artesanal. El proyecto preserva y reinterpreta patrones geométricos, nichos integrados y filtros de luz propios de la arquitectura original, pero los combina con mobiliario retro, obras de arte y soluciones contemporáneas.

Uno de los espacios más destacados es el Azul Bar, concebido como un destino propio dentro del hotel gracias a una estética inmersiva dominada por el color azul y por elementos artísticos de gran presencia. También sobresalen Escondido, el rooftop bar, y las zonas exteriores, donde el Costa Club Pool Bar y el restaurante Jara prolongan la propuesta hacia el exterior mediante tonos terracota y patrones cerámicos de inspiración andaluza.

Los CID Awards valoran la excelencia en el diseño y la instalación de cerámica y piedra en proyectos residenciales, institucionales y comerciales, con especial

Participan con sus acabados siete azulejeras españolas: Aparici, Cevica, Dune, Equipe, Porcelanosa, Harmony y Realonda

atención a la creatividad, la ejecución técnica y uso innovador del material. En este contexto, el Kimpton Los Monteros ha sido reconocido «por una intervención que convierte la cerámica en un recurso estético, funcional y narrativo». Cabe recordar que este proyecto de El Equipo Creativo ya había sido destacado también en los Premios Cerámica de Arquitectura e Interiorismo que organiza de forma anual Ascer.

Rubi, corte de gran formato sin cables

La nueva **'TC-125 G2 Energy CAS'** está especialmente recomendada para el trabajo con grandes formatos

Rubi, referente internacional en herramientas de corte e instalación de baldosas con 75 años de trayectoria en el mercado, presenta la evolución de su cortadora eléctrica TC-125 G2, perteneciente a la gama *Slim*.

La nueva TC-125 G2 Energy CAS ha sido diseñada «para ofrecer al colocador una herramienta de corte sin cables, capaz de trabajar en dimensiones imposibles de abordar con una cortadora manual estándar. Se convierte de este modo en la primera cortadora circular a batería diseñada especialmente para profesionales del alicatado y, en particular, para la colocación de cerámica de gran formato».

Con un peso total de 4,5 kilos, destaca «por su ligereza, lo que facilita tanto el transporte como el almacenamiento. Además, agiliza el proceso de puesta en



Con un peso total de 4,5 kg, destaca por su ligereza, lo que facilita el transporte y el almacenamiento.

marcha, permite realizar cortes de forma rápida, reduce tiempos de instalación y garantiza una ejecución más limpia con su sistema de absorción de agua y de polvo». Además, la TC-125 G2 Energy CAS incorpora «regulación electrónica de velocidad en seis posiciones y está impulsada por un motor *brushless*, sin escobillas, junto con la batería CAS de 18V».

El conjunto de la herramienta ofrece «un acabado de corte óptimo tanto en corte recto como en inglete, con una mínima desviación que garantiza una precisión impecable». Desde la marca también informan de que «además, es

Llega al mercado un modelo 'cordless' con una ergonomía optimizada y con regulación de velocidad

compatible con el conjunto de guías G2, lo que supone un ahorro de costes para los profesionales que ya disponen de otros sistemas Rubi, como la cortadora *Slim Cutter*.

Al mismo tiempo, la compañía ha puesto en marcha una campaña de lanzamiento centrada en destacar esta máquina como «una solución innovadora dentro del mercado de cortadoras para cerámica de gran formato».



NUEVA CORTADORA CIRCULAR A BATERÍA

TC-125 G2 ENERGY CAS

CORTE SIN CABLE PARA GRAN FORMATO

- 1 Libertad inalámbrica.
- 2 Precisión perfecta.
- 3 Configuración rápida.
- 4 Ligera y compacta (Solo 4,5 kg.).
- 5 Control total.
- 6 Corte limpio.



rubi.com

Fila exhibe su oferta técnica en Mallorca

Profesionales de la construcción, la arquitectura y la prescripción de materiales participan en **Essenza Fila**

Fila Iberia ha celebrado en junio en Blanca Terra, una bodega situada en el corazón de Mallorca, Essenza Fila, un encuentro exclusivo dirigido a profesionales de la construcción, las reformas, la arquitectura y la prescripción de materiales.

El evento reunió a constructoras, arquitectos y especialistas del sector en una jornada diseñada para inspirar, conectar y mostrar nuevas formas de entender el cuidado de las superficies. En un entorno singular, los asistentes pudieron conocer de primera mano las soluciones de Fila a través de una experiencia profesional, técnica y sensorial.

La cita se planteó como un espacio de *networking*, orientado a dar respuesta a necesidades reales que surgen en obra y a acercar la innovación a quienes intervienen en la elección, ejecución y mante-



Fila proyecta su visión sobre el cuidado profesional de superficies en un evento singular en Mallorca.

nimiento de los materiales. Durante la jornada, Fila presentó soluciones como los detergentes para la limpieza final de obra, los hidrorrepelentes para la protección de piedra natural y los protectores antimanchas desarrollados para evitar la penetración de suciedad orgánica en superficies porosas. Estos tratamientos resultan especialmente relevantes en proyectos en los que los materiales nobles, los acabados delicados o las superficies de alta exigencia que requieren una intervención específica.

La presentación estuvo liderada por Paolo Gasparin, director general de Fila Solutions Iberia; Jordi Adsuara, director técnico de Fila Solutions Iberia; y Gerard Mwanjele, responsable de Fila en Islas Baleares. También participó en el encuentro David Vinent, de Net Palma, colaborador de Fila.

INNOVACIÓN, ENOLOGÍA Y GASTRONOMÍA

Blanca Terra ofreció el marco idóneo para esta experiencia. Sus orígenes ligados al vino y su reciente evolución hacia la gastronomía de alto nivel convirtieron este espacio en un enclave donde el producto, el territorio, la arquitectura y los materiales dialogaron de forma natural. Tras la ponencia técnica, los asistentes realizaron un recorrido por el museo y la bodega de Blanca Terra, La propuesta gastronómica estuvo a cargo del chef Jacinto del Valle, referente en cocina de producto y territorio.



Más información:
Escanea el Código QR para ver la galería de fotos del evento de Fila Iberia en la web www.elperiodicodelazulejo.es

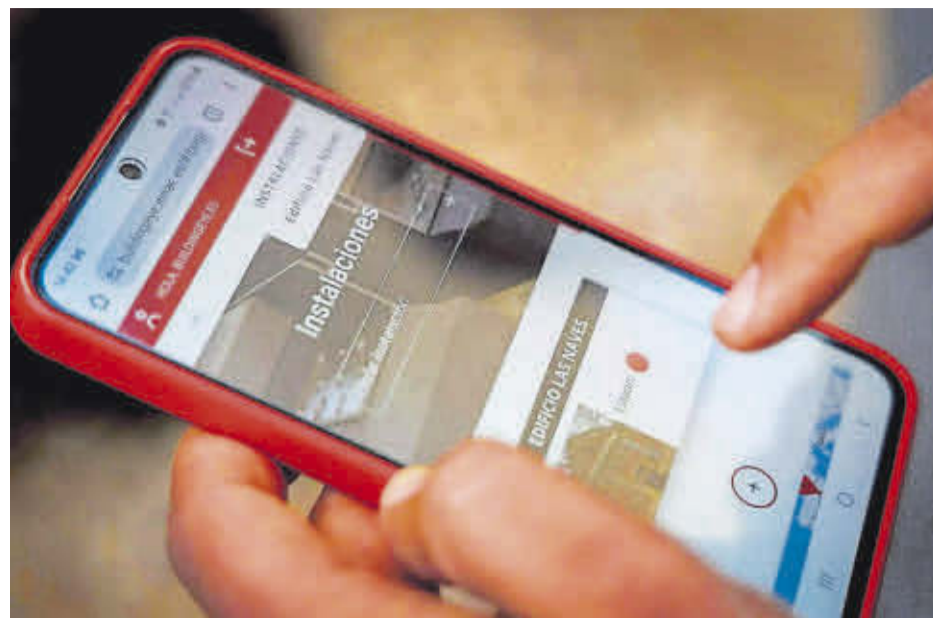
PREPÁRATE PARA EL VERANO

limpia y recupera las superficies de gres y cerámica en piscinas y exteriores

PHZERO

FILA SOLUTIONS IBERIA S.L
12592 Chilches (Castellón) | +34 964.590101 | filaiberia@filasolutions.com / www.filasolutions.com

@filasolutionsiberia



El proyecto ganador es un sistema inteligente de monitorización estructural creado por Emac Grupo que utiliza tecnología IoT (Internet de las Cosas) para conocer el comportamiento real de un edificio.

Emac, premiada por la I+D de 'BuildingEye System'

Este desarrollo permite monitorizar en tiempo real la **salud estructural** de los edificios y anticipar patologías

Los edificios se mueven, respiran, envejecen y responden a todo lo que ocurre a su alrededor. La diferencia está en poder escucharlos a tiempo. Esa es la idea que hay detrás de *BuildingEye System*, la solución desarrollada por Emac Grupo que ha sido reconocida con el Premio al Mejor Proyecto de Facility Management en la décima edición de los Premios Nacionales Facility Management & Services.

El galardón reconoce la instalación de *BuildingEye System* en el edificio municipal Las Naves de València, un proyecto pionero que incorpora la monitorización estructural continua a la gestión operativa del inmueble. La entrega del premio tuvo lugar durante el XIII Encuentro Facility Management & Services, donde Javier Juan, Project Manager de Emac Grupo, recogió el reconocimiento en representación de la multinacional dirigida por Emi y Nuria Boix.

BuildingEye System es un sistema inteligente de monitorización estructural que utiliza tecnología IoT (Internet de las Cosas) para conocer el comportamiento real de un edificio. A través de sensores instalados en puntos estratégicos, especialmente en sus juntas estructurales, registra parámetros como movimientos, temperatura, humedad relativa, inclinaciones y vibraciones.

Toda esa información se envía a una plataforma digital desde la que se pueden consultar gráficas, visualizar el comportamiento del edificio en un modelo 3D y recibir alertas cuando alguno de los valores supera los umbrales establecidos.

Dicho de forma sencilla: *BuildingEye System* detecta cambios de comporta-



Javier Juan, Project Manager de Emac Grupo, con el premio que reconoce a la compañía valenciana.

miento y permite anticipar futuras patologías. Esa capacidad de prevención resulta clave para mejorar la seguridad, optimizar el mantenimiento, reducir intervenciones imprevistas y alargar la vida útil de las infraestructuras.

CUATRO AÑOS DE INVESTIGACIÓN

En el caso de Las Naves, la instalación se llevó a cabo en febrero de 2025 mediante la colocación de nodos de medición en las cuatro pasarelas del edificio. El proyecto se enmarca en la estrategia València Innovation Capital, impulsada por el Ayuntamiento de València, y es fruto de cuatro años de investigación desarrollados por Emac Grupo junto a la

Universitat Politècnica de València.

La innovación de *BuildingEye System* no está solo en medir, sino en convertir un elemento constructivo pasivo en un activo con capacidad de comunicación autónoma para la gestión del edificio. Ese salto es el que ha valorado el jurado de los Premios Nacionales Facility Management & Services: una solución capaz de conectar construcción, digitalización y mantenimiento predictivo en un entorno real, con aplicación directa para propietarios, técnicos, gestores de activos, arquitectos, ingenieros y responsables de mantenimiento.

Para Emac Grupo, este reconocimiento «confirma una línea de trabajo que la

compañía viene impulsando desde hace años: aplicar la tecnología a problemas reales del sector constructivo. Innovar también es cuidar mejor los edificios».

LA EVOLUCIÓN HACIA LA GESTIÓN PREDICTIVA

Cabe recordar que el *facility management* vive en los últimos años un momento de transformación. La gestión de edificios e instalaciones evoluciona del mantenimiento reactivo al predictivo con la incorporación de herramientas de IA, IoT y análisis de datos, orientadas a

Ganador del Mejor Proyecto de Facility Management en los Premios Nacionales Facility Management & Services

mejorar la eficiencia, la sostenibilidad, la toma de decisiones y la seguridad.

En ese contexto, *BuildingEye System* aporta una respuesta concreta: medir, interpretar y anticipar. Su aplicación en Las Naves de València demuestra cómo la tecnología puede integrarse en la gestión diaria de un edificio para mejorar su conservación y reducir riesgos.

Para Emac Grupo, el proyecto supone un paso natural dentro de su trayectoria como empresa especializada en soluciones técnicas para el encuentro de materiales en proyectos constructivos. Una evolución que amplía el valor del detalle constructivo: de resolver el encuentro entre materiales a generar información sobre el comportamiento del edificio.

APOYOS PARA PAVIMENTO FLOTANTE



MATERIAL RECICLABLE

Visite nuestro catálogo técnico
PRESTO www.lizabar.com

MODELOS
PATENTADOS



PARA USO EN:

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



SECTOR CONSTRUCCIÓN



SECTOR ENTARIMADOS

Columnas gran altura regulables
Resistencia 1.000 kg
Alturas ilimitadas

GRAPAS
OCULTAS PARA
ENSAMBLAJE
DE TARIMAS
NATURALES Y
SINTETICAS



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



NUEVO

LIZABAR
PLASTICS s.l.



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

www.lizabar.com

'PAM® ECOGEL', la gama de adhesivos gel de Molins

La gama combina fiabilidad en la colocación con excelente trabajabilidad, altas prestaciones y **bajas emisiones de polvo** verificadas externamente

La colocación cerámica siempre ha exigido adhesivos fiables, seguros y fáciles de aplicar. La adherencia, la trabajabilidad, el rendimiento y la confianza en obra han sido factores clave para el profesional. Hoy, a esas exigencias se suman nuevos retos: piezas de mayor formato, soportes más diversos, ritmos ajustados a pie de obra y una mayor atención a la salud y el bienestar del aplicador.

En este contexto, PAM® ECOGEL se consolida como una de las gamas de referencia de Molins para la colocación cerámica profesional. Esta familia mantiene aquello que el aplicador siempre ha valorado —seguridad, comodidad de aplicación y prestaciones técnicas— e incorpora soluciones adaptadas a las nuevas necesidades de la obra actual.

La gama está formada por PAM® ECOGEL PORCEL, PAM® ECOGEL FLEX y PAM® ECOGEL SUPERFLEX, tres adhesivos gel desarrollados para responder a distintas necesidades de colocación. Entre ellos, PAM® ECOGEL FLEX destaca como una solución especialmente polivalente por su deformabilidad, doble consistencia y amplio campo de aplicación.

PAM® ECOGEL FLEX es un adhesivo cementoso flexible y deformable, con consistencia gel, fibras, tiempo abierto prolongado y resistencia al deslizamiento. Está recomendado para la colocación de baldosas cerámicas, gres y mármol, con o sin absorción, en interiores y exteriores, incluso en piezas de gran formato. Su clasificación C2 TE S1 lo sitúa



La gama de Molins incorpora soluciones adaptadas a las nuevas necesidades de la obra actual.

como solución profesional para aplicaciones exigentes. Uno de los principales valores diferenciales de este adhesivo de Molins es que se trata del primer producto de su categoría con bajas emisiones de polvo verificadas externamente por Applus. Esta prestación supone un avance relevante para el bienestar del aplicador, ya que reduce la emisión de polvo durante la manipulación y el amasado, lo que contribuye de forma destacada a un entorno de trabajo más limpio.

Esta mejora responde a una demanda cada vez más presente en la obra: trabajar con materiales que faciliten la aplicación y mejoren las condiciones del profesional, sin renunciar a la calidad ni a las prestaciones técnicas. En PAM® ECOGEL FLEX, la reducción de polvo convive con elevada adherencia, deformabilidad, tiempo abierto prolongado y excelente trabajabilidad.

La tecnología gel es otro rasgo característico de la gama. En PAM® ECOGEL

FLEX, aporta una textura cremosa, ligera y fácil de trabajar, que mejora la preparación y aplicación del adhesivo. Además, el producto puede prepararse en consistencia tixotrópica, útil en aplicaciones verticales, o en consistencia fluida, adecuada para pavimentos y piezas de gran formato.

Su versatilidad permite emplearlo en revestimientos de fachada, pavimentos con tráfico intenso, superposición sobre antiguos revestimientos cerámicos, sistemas de calefacción radiante o refrigeración, zonas húmedas y piscinas. Esta amplitud de uso convierte a PAM® ECOGEL FLEX en una herramienta extremadamente útil para profesionales que necesitan un adhesivo capaz de responder en contextos diversos.

El auge de las piezas de gran formato ha elevado el nivel de exigencia en la colocación cerámica. Estos formatos requieren productos con elevada adherencia, deformabilidad y capacidad de adaptación al soporte. En este ámbito, PAM® ECOGEL FLEX aporta una solución fiable cuando la transferencia del adhesivo y la estabilidad del sistema son fundamentales.

Con PAM® ECOGEL, Molins ofrece una gama de adhesivos gel que une trayectoria, tecnología y compromiso con el aplicador. Una propuesta pensada para responder tanto a las exigencias de siempre como a los nuevos retos de la colocación cerámica: más formatos, más versatilidad, mejores condiciones de aplicación y prestaciones técnicas de alto nivel.



'Bekotec', suelo radiante de alto rendimiento

Schlüter-Systems ofrece una solución idónea para obras nuevas y rehabilitaciones

El suelo radiante hidráulico *Schlüter-Bekotec-Therm* es un sistema completo que destaca por su rápido tiempo de instalación y su baja altura. Las placas de nódulos, en las que se alojan los tubos de calefacción, solo se deben cubrir con un mínimo de 8 mm. de mortero en combinación con cerámica, lo que supone un ahorro de hasta 80 kilogramos de mortero por metro cuadrado en comparación con los sistemas de calefacción por suelo radiante convencionales.

Por ello, la solución de Schlüter-Systems es muy interesante para proyectos en los que se dispone de poca altura para la instalación o en los que se deben tener en cuenta restricciones estáticas máximas de peso por metro cuadrado.

En combinación con la lámina de desolidarización *Schlüter-Ditra*, incluida en el sistema, se elimina el largo proceso de secado previo a la colocación de la cerámica. Así, tan pronto como el recredido de mortero sea transitable, ya se puede colocar las baldosas cerámicas previa colocación de la lámina *Ditra*. Gracias a su reducido espesor de mortero, el sistema también permite la instalación de otros recubrimientos en tiempo récord. Su excelente capacidad de conducción y almacenamiento de calor permite el funcionamiento con bajas temperaturas de impulsión. Según un estudio del Instituto de Equipamiento Técnico de Edificios (ITG), *Bekotec-Therm* consume hasta un 9,5% menos de energía que los sistemas de calefacción por suelo radiante convencionales.

Toda la información de esta solución está disponible en la web www.schluter.es.



El ahorro energético potencial de la solución es del 9,5%.

El sistema permite una instalación rápida, con bajo espesor y que optimiza el ahorro energético



'Bekotec-Therm', el suelo radiante de bajo espesor que solo exige un recredido de 8 mm por encima de los nódulos.

Orden con estilo



Schlüter®-DESIGN-NICHE

Las nuevas hornacinas Schlüter-DESIGN-NICHE son la solución perfecta para combinar funcionalidad y estética en duchas, baños y zonas wellness. Las hornacinas prefabricadas de aluminio lacado con marco de altura regulable crean prácticos espacios en paredes de cualquier tipo y con el manguito de impermeabilización KERDI incluido en el set ofrecen una impermeabilización garantizada de los ambientes. Las hornacinas están disponibles en tres tamaños distintos y nueve colores TRENDLINE, y se pueden montar tanto en vertical como en horizontal.





Sobre estas líneas, dos de las tiendas Gamma en España donde ya se ha implantado el modelo de exposición 5.0, que la compañía potencia para impulsar la competitividad y el flujo de ventas.

Gamma implanta su nuevo modelo de tienda 5.0

El nuevo modelo se está instaurando con el objetivo de «atraer más clientes, **vender mejor** y diferenciarse»



Gamma está transformando los puntos de venta de cerámica, baño y materiales de construcción con su nuevo modelo de tienda de exposición 5.0.

En la actualidad, el cliente busca tiendas atractivas y actualizadas, quiere productos de tendencia y espera vivir una experiencia de compra que vaya más allá del simple acto de adquirir un producto. Quiere inspiración, soluciones y, sobre todo, encontrar algo diferente a lo que ya ha visto.

En este contexto, la exposición se convierte en una herramienta clave de captación, prescripción y cierre de venta. Este nuevo modelo 5.0 va en la misma línea que el modelo de autoservicio 2.0 que Gamma también está impulsando. Ambos conceptos son «la evolución de modelos que se han ido desarrollando y perfeccionando a lo largo de los años, y responden a un mismo objetivo: transformar el punto de venta para hacerlo

más eficaz, más atractivo y alineado con las nuevas necesidades del cliente».

Con implantaciones ya realizadas en puntos de venta como Gamma Reyes Suero, Gamma Tolegres, Gamma Aldamu, Gamma Chasan, Gamma Coexmat, Gamma El Mundo o Gamma Moyde, este nuevo concepto responde a una realidad cada vez más evidente en el sector: la necesidad de evolucionar los espacios de exposición para conectar con un cliente más exigente, más informado y con expectativas más altas.

El modelo Tienda de Exposición 5.0 «nace precisamente para dar respuesta a este nuevo escenario». Se trata de «una propuesta integral que transforma el punto de venta en un espacio más atractivo, atemporal, funcional y moderno,

donde el diseño y la presentación del producto juegan un papel fundamental. La apuesta por un enfoque minimalista, con colores neutros y un cuidado diseño volumétrico, permite reducir el ruido visual y poner el foco en lo verdaderamente importante: el producto».

A diferencia de los modelos tradicionales, en la Exposición 5.0 «se eliminan los excesos de mobiliario para evitar contaminar la percepción del cliente. En su lugar, se incorporan sistemas expositivos más limpios, ordenados y diferenciadores, capaces de hablar por sí solos y de reforzar el posicionamiento del punto de venta frente a la competencia. El resultado son tiendas más coherentes, más actuales y, sobre todo, más eficaces a nivel comercial: espacios que invitan a

recorrer, a descubrir y a comprar».

Uno de los pilares clave de este modelo es su implantación integral. Gamma acompaña al asociado en todo el proceso, desde el diseño inicial —con desarrollo de proyectos en 3D que permiten visualizar el resultado final— hasta la fabricación, logística, montaje, gestión de pedidos, decoración e imagen. Todo ello bajo un formato llave en mano que «garantiza rapidez, control y eficiencia».

La agilidad «es otro de los grandes diferenciales del modelo», indican desde Gamma. La «transformación completa del espacio se puede realizar en un plazo de entre 5 y 6 días, minimizando el impacto en la operativa diaria del negocio y reduciendo significativamente el coste de oportunidad. Además, el uso de mobiliario autoportante permite «prescindir de obras, lo que facilita la implementación y supone un plus de versatilidad a futuro».

Desde Gamma apuntan que «la Exposición 5.0 no solo está pensada para mejorar la experiencia del cliente, sino también para potenciar el rendimiento del equipo comercial. Trabajar en un entorno más ordenado, moderno y funcional permite al vendedor desenvolverse con mayor comodidad, conocer mejor el producto y mejorar su capacidad de argumentación y prescripción».

Con la implantación de este nuevo modelo en sus puntos de venta, Gamma reafirma su apuesta por «la innovación en el canal y por dotar a sus asociados de herramientas reales para competir en un entorno cada vez más exigente». «La Tienda de Exposición 5.0 no es solo una renovación estética, sino una evolución estratégica del punto de venta, concebida para adaptarse al presente del mercado y anticiparse a sus futuras demandas», apostillan.



La feria comercial y el congreso profesional organizados por Grupo BdB congregaron a más de 1.000 asistentes en Feria Valencia y generaron un importante impacto económico para el sector.

BdB genera 5 millones de euros en su Meeting 2026

El certamen celebrado en **Feria Valencia** se consolida como punto de encuentro nacional para el sector

La undécima edición de BdB Meeting, organizada por Grupo BdB en Feria Valencia, ha generado un balance muy positivo con un volumen de compras superior a los 5 millones de euros. El evento, que reunió durante dos jornadas a más de 1.000 profesionales entre empresas asociadas, proveedores homologados y equipo de la central, se consolida como uno de los principales encuentros profesionales del sector de la construcción en España.

La cita, desarrollada en dos días, combinó en primer lugar un congreso profesional y una feria comercial en la que participaron más de 90 proveedores líderes del sector, distribuidos en una superficie expositiva superior a los 4.000 metros cuadrados. Desde la firma enfatizan que «el resultado más destacado del encuentro ha sido la generación de más de 5 millones de euros en compras realizadas durante la feria comercial, una cifra que refleja la notable capacidad de BdB Meeting para impulsar la actividad empresarial y dinamizar el negocio de los asociados de la central».

«BdB Meeting se ha consolidado como una cita imprescindible para nuestros Asociados y Proveedores. Más allá de las cifras, que este año han superado los 5 millones de euros en compras, el verdadero valor del encuentro reside en la capacidad de generar oportunidades, compartir conocimiento y seguir cons-



La central ya ha anunciado las fechas del próximo BdB Meeting: se celebrará el 8 y 9 de abril de 2027.

truyendo juntos el futuro del sector. La elevada participación y el dinamismo comercial vivido en Valencia reflejan el excelente momento que atraviesa nuestra organización», afirma José Durá, director general de Grupo BdB, quien elogió el esfuerzo materializado por el equipo de la central para mantener el elevado listón cualitativo del evento.

Tras el éxito alcanzado en esta edición, Grupo BdB ya trabaja en la organización de su próximo gran encuentro sectorial. La duodécima edición de BdB Meeting se celebrará los días 8 y 9 de abril de 2027, una cita que volverá a reunir a distribuidores de todo el país, proveedores y profesionales de la construcción para generar nuevas oportunidades

de negocio, compartir conocimiento y seguir fortaleciendo la red de colaboración que caracteriza al grupo.

LA SÚPER SEMANA BDB

Otro de los eventos estratégicos anuales de la cadena es la Súper Semana BdB, la campaña comercial que se ha celebrado durante el mes de junio y que ha contado con la participación de 100 almacenes asociados repartidos por todo el territorio nacional. Durante esos días, del 1 al 7 de junio, los puntos de venta adheridos

El encuentro reunió durante dos días a más de 1.000 profesionales de la distribución y la construcción de todo el país

ofrecieron productos seleccionados a precios asequibles. Los consumidores pudieron encontrar ofertas destacadas en redes sociales y en la página web de la campaña, supersemanabdb.com, que incluía un buscador de tiendas participantes por ubicación.

Las tiendas BdB sortearon durante esos días diferentes premios entre los clientes que realizaron compras en sus puntos de venta, una iniciativa encaminada a incentivar las ventas.



BELLEZA POR TRIPLICADO

Primero fue el Novorodapié, luego llegó el Novopeldaño y a la tercera llegó el **Novotri Eclipse®**

El **Novotri Eclipse®** sigue evolucionando en clave de elegancia, belleza y versatilidad.

Novotri Eclipse® hace de la polivalencia su mejor arma pudiéndose utilizar como listel decorativo, rodapié minimalista o remate de techo superior. Tres usos en uno.

Perfiles que permiten crear ambientes acogedores y confortables de forma sencilla mediante el uso de la Iluminación Indirecta. Fabricado en aluminio anodizado plata mate puede utilizarse tanto con cerámica como con placa de yeso laminado.

De forma opcional puede instalarse una tira de LED en su discreto hueco interior, dotando al perfil de una doble funcionalidad con elevada carga decorativa.

Novotri Eclipse®, belleza por triplicado.

Perfil para iluminación indirecta.

 Modelo de Utilidad Reg. U201831432



AIDIMME
INSTITUTO TECNOLÓGICO



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

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

*Ambiente promocional elaborado con un producto de la colección Eclipse® reflejando una sugerencia de opción de uso de este producto. EMAC® no fabrica, no comercializa ni suministra con la Colección Eclipse® 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.