el Periódico del
Azulejo

DIRECTOR: ÁNGEL BÁEZ CALVO.
OCTUBRE Y NOVIEMBRE DEL 2026

NÚMERO 299
www.elperiodicodelazulejo.es

Los Premios Alfa estrenan etapa y premian la I+D en el clúster

Entrevista a la responsable de Marketing de Prissmacer

Lujo sofisticado

Espacio Signature Bath de Hotel Hábitat en Feria Valencia, equipado por completo con soluciones de Porcelanosa Grupo.

Sumario

el Periódico del Azulejo

Tema del Mes

Páginas 4 y 5

Alfas de Oro: el valor añadido de anticiparse

Industria

Páginas 6 a 14

Grupo La Plana innova con Base2Pallet

Diseño

Páginas 15 a 20

Neolith presenta sus nuevos cinco modelos

Colocación Cerámica

Página 21 y 22

Schlüter, galardonada

Distribución

Página 23

El 50º aniversario de **Comercial Vera**

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

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

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

el Periódico del Azulejo newsletter

www.elperiodicodelazulejo.es

APOYOS PARA PAVIMENTO
FLOTANTE

MATERIAL RECICLABLE

Visite nuestro catálogo técnico PRESTO www.lizabar.com

MODELOS PATENTADOS

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.

rased

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

www.lizabar.com

Los premiados, representantes de las empresas e instituciones homenajeadas y autoridades posan tras la gala de la 50ª edición de los Alfa de Oro, celebrada en la Cámara de Comercio de Castelló.

Los Alfa de Oro abren una nueva etapa en Castellón

Equipe, Vernís y ATC Colores, máximos protagonistas en la gala de la **50ª edición** de los premios de la SECV

FOTOS: TONI LOSAS

Mª Carmen Segura, directora técnica de Vernís, con el Alfa de Oro por 'Upcycling'. A la derecha, Joaquín Font de Mora, con la distinción de ATC Colores.

Los Alfa de Oro han estrenado nueva etapa independiente de Cevisama, con una gala propia en la Cámara de Comercio de Castelló. La 50ª edición de los premios de la Sociedad Española de Cerámica y Vidrio (SECV) condecoró con todos los honores a Equipe, Vernís y ATC Colores, y reconoció la contribución de un ramillete de empresas, instituciones y profesionales a la trayectoria de los galardones más importantes del clúster español.

El nuevo formato ha supuesto un cambio en las condiciones de participación: la convocatoria se ha abierto a todas las empresas del sector, con independencia de su presencia en la feria. Junto a ello, Castelló se ha convertido en la sede permanente de las distinciones, que a partir de 2027 tendrán carácter itinerante por los municipios del clúster azulejero. La decisión ha situado la entrega de los premios en el territorio que concentra buena parte de la producción, la investigación y la formación cerámicas españolas.

El jurado de la convocatoria ha reunido a representantes del ICV-CSIC, IUTC-UJI, ATC, Anffecc, Asebec, Ascer, ITC-AICE y la SECV, combinando perfiles científicos, tecnológicos, empresariales y profesionales para valorar y seleccionar los avances de producto y de proceso más destacados del sector.

Equipe Cerámicas ha obtenido el Alfa de Oro por el desarrollo e implantación de un horno 100% eléctrico para fabricar pavimentos y revestimientos. El proyecto aborda la descarbonización de la cocción cerámica.

Por su parte, Vernís ha sido premiada por *Upcycling*, una solución que permite dar una segunda vida a pavimentos ya fabricados. El procedimiento aplica un esmalte técnico transparente y una segunda cocción a menos de 750 grados para aumentar de forma controlada sus prestaciones antideslizantes sin alterar su apariencia. El desarrollo permite alcanzar la clase 3 de resistencia al deslizamiento y revalorizar piezas almacenadas con poca demanda comercial.

La propuesta también introduce una mayor flexibilidad en la gestión de existencias. Un modelo puede fabricarse inicialmente en clase 1 y transformarse después, en cantidades más reducidas, cuando se necesita una versión con mayor resistencia al deslizamiento. Según la compañía, el método no requiere maquinaria cerámica especial y ya ha llegado a producción industrial. Mª Carmen Segura, directora técnica de Vernís, ha recogido el galardón en representación del equipo. La firma ha sumado su quinto Alfa de Oro.

Finalmente, ATC Colores, integrada en Vidres, ha recibido el premio por *Roots*, un desarrollo de composiciones ecosostenibles basadas en sistemas bicomponentes para obtener baldosas con efectos estéticos especiales. La propuesta recupera recursos de la tradición ceramista, como cristalizaciones, lustres, opalescencias y reacciones, y los adapta a la fabricación industrial y a las exigencias de la arquitectura contemporánea. La investigación en tintas y esmaltes tiene aplicaciones tanto en revestimientos como en piezas de vajillería, trasladando esos acabados del objeto cotidiano a las superficies arquitectónicas.

La gala también distinguió a seis compañías por su vinculación histórica con los premios: Vidres, Torrecid y Vernís, en el campo de fritas, esmaltes y tintas; Kerajet, en maquinaria y tecnología; y Natucer y Porcelanosa, como fabricantes de baldosas cerámicas.

Los reconocimientos institucionales correspondieron a Feria Valencia y Cevisama, a la Diputación de Castellón, la Cámara de Comercio y a los ayuntamientos de Castelló y Onda. El homenaje se extendió al CSIC, al Instituto de Cerámica y Vidrio, al ITC-AICE, a la Universitat Jaume I, a Escola Superior de Ceràmica de l'Alcora (ESCAL), a la Asociación Española de Técnicos Cerámicos (ATC), y al Museo del Azulejo Manolo Safont de Onda.

La ATC también recibió una atención especial al celebrar su cincuentenario como entidad. La Sociedad Española de Cerámica y Vidrio reconoció, además, a los integrantes del jurado y a sus presidentes y secretarios generales. En representación de las distintas etapas de la entidad intervinieron el antiguo secretario general Ángel Caballero, el expresidente Alfredo González y Miguel Campos, actual vicepresidente y anterior presidente del colectivo.

Equipe, premiada por su impulso del horno eléctrico

El **Alfa de Oro** reconoce el esfuerzo de la azulejera por desarrollar e implantar el primer horno 100% eléctrico

Equipe Cerámicas ha sido reconocida con el Alfa de Oro a la Innovación por el desarrollo e implantación del primer horno 100% eléctrico destinado a la cocción de baldosas cerámicas, un proyecto pionero que introduce una alternativa tecnológica al uso tradicional del gas natural en una de las fases de mayor consumo energético de la industria cerámica.

El proyecto nace de un reto estratégico: buscar nuevas soluciones capaces de reducir la dependencia del gas natural y avanzar en la descarbonización del proceso productivo, sin renunciar a la eficiencia y a la competitividad industrial.

Detrás de este desarrollo hay años de investigación, inversión y trabajo, pero, sobre todo, una manera de entender la innovación: no conformarse con mejorar las tecnologías existentes, sino explorar nuevos caminos capaces de transformar la forma de producir cerámica.

La cocción convencional requiere temperaturas cercanas a los 1.200ºC y genera emisiones de dióxido de carbono asociadas a la combustión. La introducción del gas natural ya supuso un avance frente a otros combustibles fósiles, pero la necesidad de reducir las emisiones de CO_2 y la volatilidad de los mercados energéticos «nos hicieron buscar alternativas capaces de ir un paso más allá», afirman desde la compañía.

Equipe Cerámicas desarrolló este proyecto de I+D+i en colaboración con la Universitat Jaume I, el Instituto de Tecnología Cerámica (ITC) y Systemfoc. El resultado fue un horno dotado de resistencias eléctricas de alta temperatura, control electrónico por zonas y un diseño de elevada eficiencia energética.

La electrificación de la cocción es una tecnología que Equipe Cerámicas está utilizando en producción industrial. El primer horno funciona desde mayo de 2024 en la Factoría 3 de Onda y, tras los resultados obtenidos, la compañía puso en marcha en 2026 un segundo horno de mayor capacidad en la Factoría 1B ubicada en Figueroles.

TONI LOSAS

Carmen Campillo, directora de Comunicación y Relaciones Institucionales de Equipe, en la gala.

Rogelio Vila, CEO de la firma, con el premio de la SECV, junto con Junior Desenzi y Carmen Campillo.

Los resultados de la evaluación realizada por el ITC confirman el elevado potencial de la tecnología de cocción eléctrica. En las condiciones analizadas, el horno desarrollado por Equipe registró un consumo específico de 511 kWh/t de producto cocido, frente a los 608 kWh/t y 822 kWh/t obtenidos en dos hornos convencionales de combustión equivalentes. Estos resultados representan una reducción del consumo específico de entre el 16% y el 38%, dependiendo del horno de referencia y de las condiciones de operación, lo que evidencia una mejora significativa de la eficiencia energética del proceso.

Desde el punto de vista ambiental, el estudio del ITC pone de manifiesto que el horno eléctrico elimina el 100 % de las emisiones directas de CO_2 asociadas a la combustión, ya que el calor se genera mediante resistencias eléctricas en lugar de gas natural. Así, las únicas emisiones directas restantes son las emisiones de proceso derivadas de la descomposición de los carbonatos presentes en algunas materias primas. En conjunto, las emisiones directas totales de CO_2 se reducen entre un 68 % y un 74 %, dependiendo del producto fabricado y del horno convencional tomado como referencia.

A estas ventajas se suman un mayor control térmico, mayor estabilidad del proceso, flexibilidad en los arranques y cambios de formato y menor dependencia de las variables asociadas a la combustión.

La electrificación permite integrar directamente la producción con fuentes de energía renovable, especialmente la fotovoltaica, y reducir la exposición de la firma a la volatilidad del precio del gas.

El desarrollo de esta tecnología es un hito en la estrategia de descarbonización de Equipe y evidencia que la transformación energética de la cerámica puede abordarse desde la innovación. El Alfa de Oro es el reconocimiento a un proyecto tecnológico y a una filosofía empresarial: creer que la industria puede evolucionar, cuestionar los modelos establecidos y apostar por nuevas soluciones para construir la cerámica del futuro.

Las tres grandes citas del año 2027 ya tienen fecha

Time of Spain, Coverings y Cersaie marcarán el calendario comercial del clúster para el próximo ejercicio

Coverings abandona su itinerancia y Orlando será sede fija hasta el 2029.

Cersaie se celebrará en 2027 entre el 27 de septiembre y el 1 de octubre.

El sector cerámico ya puede marcar en su agenda tres de sus principales citas comerciales de 2027. Time of Spain, Coverings y Cersaie repartirán sus convocatorias entre febrero, abril y el final de septiembre, con Castellón, Orlando y Bolonia como escenarios, respectivamente. El calendario combina la presentación de novedades en las instalaciones de los fabricantes españoles con dos grandes ferias internacionales para contactar con distribuidores, prescriptores y compradores.

Time of Spain celebrará su segunda edición del 1 al 12 de febrero de 2027 en Castellón. La iniciativa de Ascer, bajo el sello Tile of Spain, volverá a reunir las propuestas de las empresas para dar a conocer sus colecciones y acercar a los profesionales internacionales el diseño, la innovación y la capacidad productiva de la cerámica española.

Su planteamiento, tras la desaparición de Cevisama como evento independiente, agrupa acciones individuales y colectivas dentro de un marco promocional común. Los *showrooms* y las sedes de las compañías adquieren así protagonismo como espacios de encuentro con clientes y prescriptores. La convocatoria permite conocer el producto en su entorno de origen y organizar una agenda de visitas a distintos fabricantes durante las dos primeras semanas de febrero.

La siguiente gran parada será Coverings, que se desarrollará del 6 al 9 de abril de 2027 en el Orange County Convention Center de Orlando, en Florida. El encuentro norteamericano reúne a profesionales de la cerámica y la piedra natural, desde distribuidores y minoristas hasta arquitectos, interioristas, constructores e instaladores, con una oferta que incluye también maquinaria y soluciones de colocación.

La principal novedad trasciende las fechas de la próxima convocatoria: Orlando será la sede fija de Coverings durante tres ediciones consecutivas, en 2027, 2028 y 2029. La organización ha confirmado esta continuidad en el mismo recinto, de modo que la ciudad de Florida concentrará el certamen durante todo ese periodo y dejará atrás, temporalmente, la alternancia entre destinos estadounidenses.

Después de la edición de 2027, Coverings regresará a Orlando del 4 al 7 de abril de 2028 y del 10 al 13 de abril de 2029. Esta estabilidad ofrecerá a expositores y a los visitantes americanos una referencia continuada para preparar su participación a medio plazo y organizar desplazamientos, alojamientos y necesidades logísticas en una misma sede durante los próximos tres ejercicios.

Finalmente, Cersaie completará este recorrido por tres citas de referencia con su celebración del 27 de septiembre al 1 de octubre de 2027 en Bolonia. El Salón Internacional de la Cerámica para la Arquitectura y del Equipamiento de Baño mantendrá su formato de cinco jornadas aunque esta vez su clausura tendrá lugar ya en octubre.

La convocatoria italiana volverá a ofrecer un escaparate internacional para pavimentos, revestimientos, superficies y soluciones destinadas al baño. Su perfil profesional permite reunir en un mismo recinto a fabricantes, distribuidores, arquitectos y diseñadores interesados en conocer materiales y tendencias para sus proyectos. En 2026, la cita concentró a más de 92.000 visitantes, 44.500 de ellos internacionales.

Raminatrans gana músculo logístico con una nueva plataforma

Crece en **Loriguilla (Valencia)**

El grupo logístico incorpora una infraestructura de última generación con una ubicación privilegiada y 45 muelles de carga.

Grupo Raminatrans amplía su capacidad operativa con la incorporación de una nueva plataforma logística, de 30.000 metros cuadrados, ubicada en Loriguilla, uno de los principales enclaves logísticos de la Comunitat Valenciana.

Concretamente la compañía ha ocupado la totalidad del edificio 2 del parque logístico Los Naranjos, propiedad de Newdock, empresa especializada en gestión e inversión logística de espacios de última generación. «Esta nueva infraestructura nos ha permitido poner en marcha una nueva operativa muy concreta; y sin duda representa un paso más en la estrategia de crecimiento de Grupo Raminatrans, ya que contar con 30.000 m² adicionales, en una ubicación clave y con unas instalaciones modernas, eficientes y sostenibles, refuerza nuestra capacidad para abordar nuevas operaciones y continuar ofreciendo un servicio integral y de alto valor añadido a nuestros clientes», explica Rafael Milla, presidente de Grupo Raminatrans.

Esta nueva infraestructura cuenta con prestaciones técnicas de primer nivel: 11,5 metros de altura libre, amplias playas de maniobra de 35 metros, 45 muelles de carga y espacios destinados a oficinas. Además, el parque dispone de la certificación LEED Platinum, la máxima distinción de este estándar internacional, e incorpora una instalación fotovoltaica orientada a mejorar su eficiencia energética.

Su ubicación, junto a las autovías A-3 y A-7, proporciona conexiones directas con Valencia y su puerto, Madrid, Barcelona y el corredor mediterráneo. Grupo Raminatrans, además, ha contado para esta operación con el asesoramiento de Estrada & Partners, consultora especializada en inmologística. «Esta posición permitirá a Grupo Raminatrans seguir mejorando la agilidad y eficiencia de sus operaciones, así como acompañar al crecimiento de nuestros clientes en el ámbito nacional e internacional», relata Milla.

Las nuevas oficinas han sido diseñadas conforme a criterios Well, centrados en asegurar tanto el confort como el bienestar de las personas.

SEMANA INTERNACIONAL DE LA CONSTRUCCIÓN

CONSTRUTEC · PISCIMAD · VETECO · SMARTDOORS

10-13 Nov 2026

46.7k participantes

560 empresas

81 paises

42k m² superficie

El mayor evento de construcción en Madrid

ADQUIERE TU PASE

CONTRACTORS · DEVELOPERS · ARCHITECTURE · SPECIFIERS

II CONGRESO SEMANA INTERNACIONAL DE LA CONSTRUCCIÓN

INDUSTRIALIZED CONSTRUCTION, SUSTAINABILITY AND DIGITAL TRANSFORMATION

IFEMA MADRID

ENTREVISTA **Sandra Manzano** Responsable de Marketing de Prissmacer Cerámica

«**Prissmacer** aúna su visión industrial y un alma creativa»

Cómo ha evolucionado la identidad de Prissmacer en los últimos años y qué valores quieren que el público asocie hoy con la marca?

—En el sector cerámico conviven marcas centradas en la industria y las cifras con otras que construyen su propuesta desde la emoción. Prissmacer pertenece claramente a este segundo grupo. Reivindicamos nuestra esencia mediante un concepto sencillo y potente: *Made With Love*. *Made* porque generamos piezas cargadas de tendencias; *With* porque acompañamos y nos acompañan en este camino clientes de todo el mundo; y *Love* porque creamos desde la emoción, el conocimiento y la certeza.

No nos presentamos solo como fabricantes de azulejos, sino como una marca cuya identidad combina diseño accesible, innovación y servicio. En un contexto que exige marcas fiables, modernas y sólidas, nuestra evolución demuestra que la emoción y la escala industrial pueden avanzar juntas.

—¿Qué distingue a Prissmacer y cómo trabajan desde Marketing para que esa diferencia resulte reconocible?

—Pertenecer a Pamesa Grupo Empresarial nos aporta solidez industrial, capacidad tecnológica y visión estratégica. Sin embargo, lo que define a Prissmacer es la combinación de visión industrial y alma creativa.

Somos industria en el sentido más exigente: eficiencia productiva, inversión tecnológica, control de calidad y optimización de procesos. Al mismo tiempo, somos diseño, tendencia y sensibilidad estética. Nuestra diferencia reside en convertir esa dualidad en una propuesta reconocible y relevante.

Fabricamos con rigor industrial, pero pensamos como diseñadores. Cada colección es una herramienta para crear espacios con identidad. Desde marketing hacemos visible esa diferencia con un relato coherente, una identidad visual consistente y contenidos que muestran el producto en contextos reales.

—¿Cómo nació el concepto *Prissmacer is your home*, presentado en Cersaie 2026, y qué mensaje quieren transmitir con él?

—Hoy la cerámica es mucho más que un producto: forma parte de la manera en que las personas construyen y expresan su hogar, su estilo y su identidad. El cliente no busca únicamente cerámica, sino un espacio en el que reconocerse. De ahí nace la propuesta presentada en Cersaie 2026 (*Prissmacer is your home*)

La responsable de Marketing de Prissmacer Cerámica, Sandra Manzano.

representa personalidad, emociones, hábitos, gustos y momentos cotidianos: los detalles que convierten una vivienda en tu casa. La idea resume nuestra promesa: vendemos más que producto; vendemos pertenencia.

Del producto a la experiencia. A partir de esta idea, se planteó el estand como un recorrido por cuatro formas diferentes de entender el hogar y de vivirlo. En lugar de presentar las colecciones de manera estática y convencional, cada una de ellas se integra en un escenario arquitectónico y vital diferente. Cuatro espacios, cuatro personalidades y cuatro maneras de habitar.

—La idea de hogar tiene un componente emocional. ¿Cómo trasladan ese concepto a la comunicación para conectar con las personas más allá de las características del producto?

—Trasladamos la dimensión emocional mediante historias y escenas cotidianas en las que la cerámica forma parte de la vida, no aparece aislada como un objeto. Partimos de cómo viven las personas, qué sensaciones buscan y qué identidad desean expresar. Después mostramos cómo el diseño, las texturas, los colores y los formatos ayudan a construir esos ambientes. Las prestaciones del producto siguen presentes, pero al servicio de una idea cercana: crear espacios en los que cada persona pueda reconocerse.

—¿Qué papel desempeña el diseño en el posicionamiento de Prissmacer y cómo mantienen una identidad propia a través de colecciones con estilos diferentes?

—El diseño es uno de los pilares de nuestro posicionamiento porque convierte la capacidad industrial en propuestas con personalidad. Aunque cada colección explore materiales, colores o lenguajes diferentes, todas comparten equilibrio entre tendencia y atemporalidad, atención al detalle y aplicación en proyectos reales. Nuestra identidad busca mantener un criterio reconocible: cerámica actual, versátil y pensada para mejorar los espacios donde se instala.

—¿Cómo se plasmó *Prissmacer is your home* en el estand y en la experiencia de los visitantes de Cersaie?

—El concepto se plasmó en un recorrido por cuatro hogares, cuatro estilos y cuatro maneras de habitar. En lugar de exhibir las colecciones de forma estática, las integramos en escenarios arquitectónicos vivos, reconocibles y aspiracionales. El principio fue claro: la cerámica no solo construye espacios; también expresa formas de vivir. Cada ambiente compartía el mismo ADN de marca y mostraba la versatilidad de Prissmacer en un contexto real. Así, el visitante no solo veía el producto: podía imaginarlo en su negocio, en sus proyectos o en su propia vida. La arquitectura, los materiales y la cerámica trabajaban juntos para crear una experiencia de marca. El resultado fue un estand para inspirarse y vivir la marca, alejado del formato puramente expositivo. El objetivo era que el visitante pasara de pensar «esto es lo que hace Prissmacer» a sentir «me gustaría que este fuera mi espacio». Cersaie 2026 unió producto, arquitectura y estilo de vida para demostrar que Prissmacer vende más que producto acabado: vende pertenencia.

—¿Qué nuevos públicos quieren atraer y qué canales o formatos están funcionando mejor para acercarse a ellos?

—Queremos acercarnos especialmente a arquitectos, interioristas, estudios emergentes y consumidores que entienden el hogar como expresión de su identidad. Combinamos la relación directa de la red comercial con formatos visuales y experienciales: redes sociales, contenidos de inspiración, proyectos de ambiente, herramientas digitales y ferias.

—¿Cómo adaptan la comunicación a los distintos mercados internacionales y qué elementos de la identidad de Prissmacer mantienen en todos ellos?

—Adaptamos la comunicación escuchando a cada mercado y considerando sus códigos estéticos, canales de distribución, necesidades técnicas y formas de prescripción. Ajustamos ejemplos, argumentos y formatos sin perder la esencia de Prissmacer: diseño accesible, capacidad industrial, innovación, cercanía y servicio. Nuestra ambición es actuar como socios estratégicos de distribuidores, arquitectos e interioristas durante todo el proyecto.

—De cara a 2027, ¿cuáles serán las prioridades de marketing y cómo medirán si están consiguiendo una marca más conocida, reconocible y elegida?

—Queremos consolidar una identidad coherente en todos los mercados, fortalecer la relación con distribuidores y prescriptores, aumentar la visibilidad digital y convertir las colecciones en experiencias más inspiradoras y útiles. Mediremos el avance mediante reconocimiento de marca, alcance e interacción, tráfico cualificado, solicitudes de información, incorporación a proyectos, respuesta de la red comercial y recurrencia. El resultado que buscamos es claro: que Prissmacer se entienda mejor, se recuerde con mayor facilidad y se elija por una propuesta de valor diferenciada.

Nuestros próximos pasos serán unificar la identidad de marca en todos los mercados y canales; así como definir contenidos específicos para distribuidores, arquitectos, interioristas y consumidores. También reforzaremos la visibilidad digital con formatos visuales, casos de uso y proyectos de ambiente; y revisaremos los resultados para optimizar mensajes, canales y experiencias.

Grupo La Plana **lanza**

Base2Pallet para la cerámica

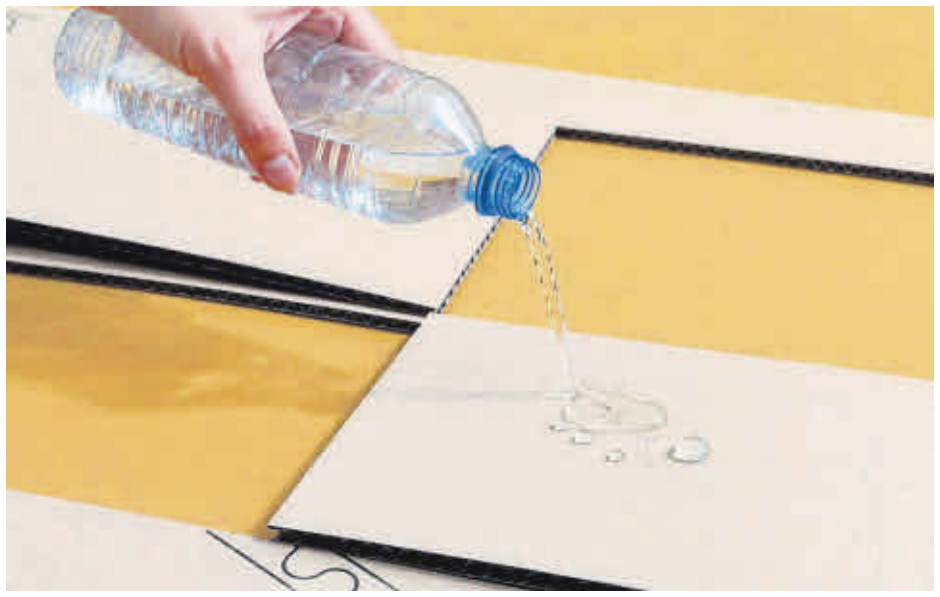
Esta solución es la alternativa de cartón al porex para la paletización de cerámica y ofrece una mayor protección, eficiencia y **sostenibilidad**

Grupo La Plana lanza al mercado *Base2Pallet*, una plancha de cartón troquelada de canal 8 diseñada para sustituir al porex que se utiliza habitualmente en la paletización de cajas de piezas cerámicas. Hasta ahora, la práctica más extendida consiste en colocar sobre el palé una plancha de porex de sus mismas dimensiones, con un grosor de entre 16 y 20 mm, para después apilar encima las cajas. *Base2Pallet* cumple esa misma función con una solución de cartón.

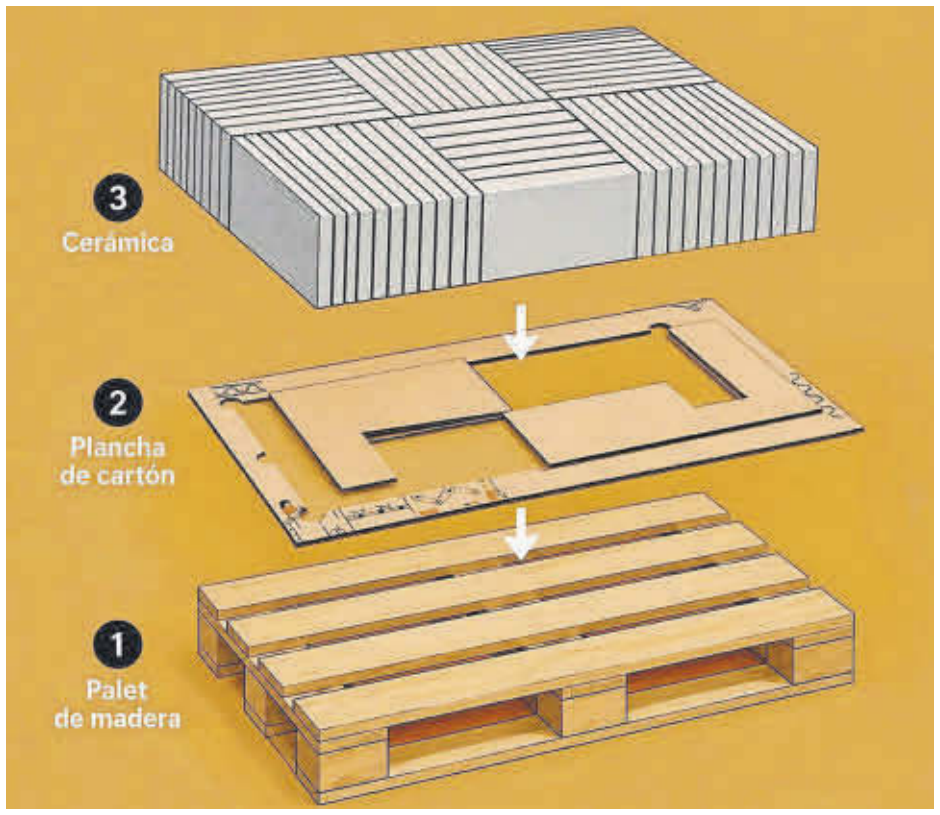
Desde la compañía castellonense resaltan que en la paletización de cerámica, la estabilidad y la integridad de cada caja son fundamentales. Las cargas son pesadas y cualquier daño en la base puede traducirse en piezas rotas, reclamaciones y pérdidas de tiempo en el almacén o en el cliente final. Por ese motivo, «la capa inferior es una parte esencial de la cadena de suministro y no un elemento secundario».

Colocada sobre el palé, *Base2Pallet* actúa como base protectora. De este modo, «amortigua el peso de las cajas y evita que clavos o imperfecciones de la madera puedan dañar las piezas». Gracias a su diseño, «una sola plancha alcanza la altura equivalente a dos planchas convencionales, lo que permite ahorrar material sin renunciar a la protección deseada».

El producto de la firma castellonense incorpora además un barniz antihumedad en su cara exterior, que refuerza su resistencia frente a la humedad procedente del palé o del entorno. Esta característica resulta «especialmente valiosa en un sector en el que la integridad del embalaje debe mantenerse durante todo el proceso logístico», detallan desde Grupo La Plana.



Base2Pallet añade mayor resistencia a la humedad del palé o el entorno gracias a su barniz.



El uso de Base2Pallet es sencillo y no requiere cambios relevantes en la operativa logística.

FACILIDAD OPERATIVA

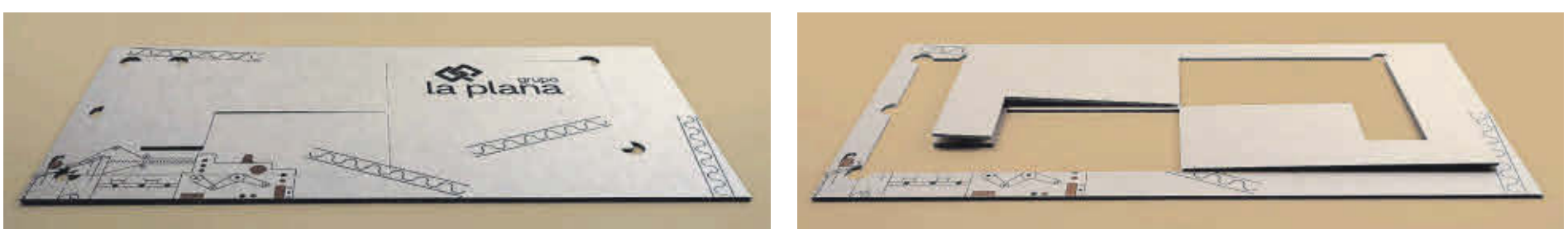
Asimismo explican que «el uso de *Base2Pallet* es sencillo y no requiere cambios relevantes en la operativa. El proceso es similar al que se sigue con el porex: primero se coloca la plancha sobre el palé, después se abaten las partes que conforman la segunda altura y, sobre esta, se disponen las cajas de cerámica». De este modo, el montaje y la paletización se mantienen fluidos y los equipos pueden adoptar la solución sin una curva de aprendizaje significativa.

Desde el punto de vista medioambiental, *Base2Pallet* responde a la evolución del sector hacia un *packaging* más sostenible. Al prescindir de una de las planchas, se reduce el volumen de material empleado en cada palé, y el cartón sustituye a un material tradicionalmente utilizado en esta aplicación, lo que facilita un uso más responsable de los recursos.

Con *Base2Pallet*, Grupo La Plana da un paso más en su compromiso por la innovación aplicada al embalaje y es capaz de ofrecer a los fabricantes de cerámica una solución que mejora la protección de sus productos y optimiza sus procesos de paletización.

El nuevo producto incorpora un barniz antihumedad en su cara exterior, que refuerza su resistencia frente a la humedad

Este lanzamiento es una de las últimas novedades de La Plana, grupo empresarial familiar especializado en la fabricación de envases y embalajes de cartón ondulado y compacto, y soluciones de exposición para el punto de venta en sectores como agricultura, alimentación, bebidas, cerámica, gran consumo y *e-commerce*. Fundado en Betxí en el año 1973, actualmente cuenta con seis plantas de producción en diferentes puntos de la geografía española: en Betxí y Onda, en la provincia de Castellón, Cenicero (en la Rioja), Igualada (Barcelona), Leganés (Madrid) y Crevillente (Alicante). Junto con sus 16 centros de montaje y oficinas comerciales en Valencia y Almería suma 120.000 metros cuadrados de instalaciones.



Gracias a su diseño, una sola plancha consigue alcanzar la altura equivalente a dos planchas convencionales, lo que permite ahorrar material sin renunciar a la protección del material cerámico.

Eva Castelló, CEO de Cristacer, junto a parte del equipo de la compañía en la última edición de Cersaie, donde la firma mostró una propuesta centrada en el diseño, el realismo de las superficies y los relieves.

Cristacer, **cuatro décadas de diseño, servicio y cercanía**

Eva Castelló, CEO de la azulejera, resalta que «el **valor añadido** es la seña de identidad de nuestra cerámica»

Cristacer convirtió su participación en Cersaie en una muestra de su evolución hacia un producto con mayor valor añadido. La empresa de Onda concentra sus esfuerzos en la calidad, el diseño, el realismo de las superficies y el servicio al cliente, una estrategia con la que busca diferenciarse en un mercado donde competir únicamente mediante el volumen resulta cada vez más complicado.

«Nuestras inversiones más interesantes ya no van tanto dirigidas a fabricar más metros, sino a conseguir más calidad, más diseño y más realismo», afirma la CEO de Cristacer, Eva Castelló. La compañía ha presentado en Bolonia nuevas colecciones con diferentes formatos, acabados y relieves, concebidas para responder a las necesidades de un proyecto sin obligar al cliente a recurrir a varios proveedores.

La azulejera ha trabajado especialmente en la reproducción de materiales naturales. Entre las novedades figuran acabados como el abujardado, que acentúan la semejanza entre la cerámica y la piedra. «La tecnología ahora mismo permite que sean indistinguibles una piedra natural y el acabado cerámico que proponemos en feria. Buscamos diferenciación y aportar más cualidades al producto», señala Castelló.

La responsable de Cristacer considera que la situación actual del mercado obliga a sustituir la carrera por el volumen por una oferta más cuidada. «Ahora no hay tanta demanda y el mercado ya no exige tantos metros. Exige más calidad y un servicio más esmerado y profesional de principio a fin», sostiene.

El objetivo es evitar la homogeneización de los catálogos y ofrecer argumentos propios en el punto de venta. «Un cliente no puede entrar en una tienda y pensar que ha visto exactamente lo mismo en las seis anteriores. Eso es dramático y perjudica a todo el sector», advierte.

INVERSIONES EN PRODUCTO Y SERVICIO

La nueva estrategia de Cristacer, tal y como ha quedado de manifiesto en Cersaie, ha estado acompañada de inversiones internas. La compañía ha reorganizado su estructura logística y ha pasado de disponer de tres centros dispersos a trabajar con dos instalaciones en Onda. La nueva nave logística cuenta con unos 20.000 metros cuadrados y capacidad para almacenar más de un millón de metros cuadrados de producto cerámico.

Aunque Cristacer mantiene la pasta roja que marcó sus orígenes, la empresa ha orientado progresivamente su catálogo hacia referencias con más valor. «Continuamos teniendo en nuestro catálogo pasta roja, pero nos hemos enfocado hacia productos que aporten ese plus de fabricante europeo, serio, de calidad y que cumple todos los estándares de producto y servicio», subraya.

La compañía también ha reforzado su *showroom* de producto en Onda y trabaja en la renovación de su página web, dos herramientas que considera fundamentales para mostrar un catálogo cada vez más amplio y técnico. «Tenemos presencia en muchos mercados y eso nos obliga a disponer de una gran tipología de producto», añade.

Cristacer fabrica alrededor de cuatro millones de metros cuadrados anuales y cuenta con una plantilla de cerca de 150 trabajadores. Eva Castelló reconoce que la empresa es pequeña frente a los grandes grupos del sector, pero reivindica una dimensión que le permite apostar por la especialización y la cercanía. «No podemos competir por volumen con los grandes fabricantes, pero tampoco es ese nuestro camino», explica. La prioridad pasa por desarrollar superficies con más diseño, reforzar el servicio y cuidar la relación con clientes, proveedores, transportistas y empleados.

Castelló mantiene en este punto una filosofía heredada de su padre, Emilio Castelló Pallarés, quien dirigió la compañía durante años y ejerció como presidente de su consejo de administración. La CEO lo define como «un luchador brutal, un visionario y una persona hecha a sí misma». Su manera de entender la empresa continúa presente a día de hoy en el funcionamiento cotidiano de Cristacer.

Entre las decisiones que marcaron la trayectoria de Cristacer destaca la instalación de un nuevo horno en el año 2010, en plena crisis económica. «Cuando todo el mundo estaba asustado, mi padre decidió ampliar confiando en que aquello pasaría. Gracias a las decisiones que se tomaron en esos momentos críticos hoy podemos fabricar estos productos y defenderlos en el mercado con máximo orgullo», recuerda.

EL 'SALTO' PERSONAL DE EVA CASTELLÓ

Eva Castelló asumió la dirección de Cristacer en 2022, después de haber desarrollado toda su trayectoria profesional fuera de la empresa familiar. Licenciada en Derecho y procedente del ámbito de la asesoría, se incorporó tras la enfermedad de su padre y en plena crisis energética provocada por la guerra entre Ucrania y Rusia.

«Mi llegada coincidió con la escalada del precio del gas y con la necesidad de adoptar decisiones sobre un sector que todavía estaba conociendo y fue fundamental saber delegar y rodearme de profesionales de confianza». Así, esta experiencia inicial reforzó su confianza en el equipo humano. Desde entonces, Castelló ha estado al frente de la azulejera que continúa su tránsito por el mercado y pronto alcanzará una fecha muy destacada para todo el equipo. Cristacer cumplirá en 2027 su 40º aniversario. La empresa fue fundada en Onda en 1987, con un horno situado entonces dentro del casco urbano del municipio castellonense. La compañía prepara una efeméride que permitirá mostrar la transformación experimentada durante cuatro décadas y reconocer el impulso de Emilio Castelló Pallarés.

> **«Nos hemos** enfocado hacia productos que aporten ese plus de fabricante europeo, serio y de calidad»

En suma, una evolución que ahora encuentra continuidad bajo la dirección de Eva Castelló y en la apuesta de Cristacer por el diseño, la calidad, el servicio y el valor añadido como principales herramientas para competir en los mercados internacionales.

Innova presenta la nueva ‘Stretch Hood TechMax’

Esta generación avanzada permite un mantenimiento seguro y accesible a nivel del suelo y una mayor productividad de hasta **180 palés por hora**

Entre las principales innovaciones de ‘Stretch Hood TechMax’ se encuentra su sistema de descenso del carro de enfundado hasta el nivel del suelo.

En las líneas de embalaje industrial, la productividad no depende únicamente de la velocidad de la máquina. También importa cuánto tiempo requiere mantenerla, cómo se realizan los cambios de consumibles y qué recursos necesita para funcionar. Con esta visión, Innova Group presenta *Stretch Hood TechMax*, una nueva generación de sistemas de enfundado de cargas diseñada para mejorar y acelerar la producción, facilitar el mantenimiento y optimizar la eficiencia energética.

La nueva *Stretch Hood TechMax* es parte de la nueva gama de maquinaria de Innova Group, que ofrece al mercado una nueva generación de sistemas de embalaje diseñados para ofrecer mayor productividad y eficiencia. Con esta nueva gama *TechMax* y nueva *Stretch Hood*, la compañía con sede en Almassora (Castellón) completa un gran hito en su trayectoria de más de 25 años como fabricante especialista en el sistema *Stretch Hood* y centenares de instalaciones por todo el mundo.

Una de las principales innovaciones de *Stretch Hood TechMax* es su sistema de descenso del carro de enfundado hasta el nivel del suelo. Esta tecnología «facilita el acceso a los componentes de la máquina para realizar las operaciones de mantenimiento y los cambios de film sin necesidad de trabajar en altura para estas intervenciones», destacan desde la firma castellonense.

La mejora no se limita a la accesibilidad. «Al simplificar las tareas habituales de mantenimiento y sustitución del film, el sistema contribuye a reducir los tiempos de intervención y las paradas de producción asociadas a estas operaciones», indican. «Esta ventaja es especialmente relevante en instalaciones industriales donde la continuidad operativa es un factor clave», agregan.

La *Stretch Hood TechMax* alcanza una productividad de hasta 180 palés por hora gracias a la optimización y mayor control de las operaciones de preparación del film y del propio proceso de enfundado, más adaptado a las dimensiones de la carga.

Su sistema de altura variable permite ajustar el recorrido de enfundado a diferentes alturas de palé dentro de una misma línea y distintos formatos de carga. Esta flexibilidad resulta especialmente interesante para instalaciones que gestionan cargas de diferentes tamaños y alturas y necesitan combinar productividad y adaptabilidad en un mismo sistema de embalaje.

RECUPERACIÓN DE LA ENERGÍA

Innova es pionera en la incorporación de motores regenerativos *Lenze* de última generación en sus sistemas *Stretch Hood*, una tecnología que permite mejorar la eficiencia energética del proceso de embalaje. Estos motores recuperan la energía generada durante las fases de frenado y la devuelven directamente a la red eléctrica, evitando su disipación mediante resistencias de frenado y contribuyendo a reducir el consumo energético y los costes operativos. Dichos motores y componentes son compatibles con los más altos estándares de eficiencia energética (normativas IE3, IE5 e IE6), convirtiéndola en una de las *Stretch Hood* más eficientes del mercado.

Con esta tecnología, *TechMax* no solo mejora la productividad y facilita el mantenimiento, sino que también reduce el consumo energético, el uso de consumibles y plástico y los costes operativos de la línea de embalaje.

25 AÑOS DE INNOVACIÓN EN EL EMBALAJE

Innova Group acumula 25 años en el mercado como acreditado especialista en el desarrollo y en el perfeccionamiento de soluciones de embalaje que responden a las necesidades reales de las industrias. En estos momentos, con el lanzamiento de la nueva gama *TechMax*, Innova Group da un paso adelante más en su «compromiso por la innovación, incorporando tecnologías que ayudan a las empresas de múltiples sectores a modernizar sus líneas de embalaje, mejorar la productividad y reducir de forma paulatina los costes operativos».

OPINIÓN **Javier López** Director general de Reymansa

«La **próxima batalla** de la cerámica no se librará en el horno»

España produce 427 millones de m² de cerámica al año y factura 4.834 millones de euros, con un 72 % de la producción exportada (Ascer, 2025). Es un liderazgo difícil de discutir. Pero el liderazgo de mañana puede decidirse en otro lugar: no en el horno, sino en la obra, allí donde una solución ligera se monta con pocas operaciones y una solución tradicional exige más pasos, más oficios y más tiempo.

Hace años que defiendo, en foros del sector cerámico y de la construcción, que la cerámica debe dejar de entenderse sólo como un producto y empezar a concebirse como parte de un sistema constructivo. Lo que ha cambiado es el plazo. Ya no hablamos de la construcción de dentro de diez o veinte años: el cambio está ocurriendo, y el margen para decidir qué posición ocupará la cerámica en él puede ser mucho más corto de lo que pensamos.

TONI LOSAS

El director general de Reymansa, Javier López, durante su participación en el congreso Ignite 2026.

IGNITE: EL CAMBIO YA ESTÁ OCURRIENDO

A finales de septiembre, en Ignite 2026 (Congreso Internacional de Innovación Cerámica, Castellón), pude volver a situar este proyecto en un contexto más amplio: el de una construcción que modifica a gran velocidad sus procesos, sus materiales y sus exigencias. Industrialización, prefabricación, construcción en seco y fabricación fuera de obra ya no son conceptos de futuro: están cambiando cómo se diseñan, se fabrican y se montan los edificios.

Esto plantea una cuestión estratégica. La competencia de la cerámica no procede solo de otros productos cerámicos. En determinadas aplicaciones, materiales como el SPC, las láminas de aluminio decorado o los composites planos decorados ganan terreno por una razón concreta: se instalan más rápido, con menos operaciones y de forma más fácil y limpia. Además, encajan mejor en procesos industrializados. Y ya los encontramos tanto en reformas como en obra nueva, incluso sin que esta sea industrializada.

No son, en términos generales, técnicamente superiores a la cerámica, que conserva ventajas difíciles de igualar en durabilidad, higiene y comportamiento superficial. Pero resuelven de forma fácil problemas que el nuevo modelo constructivo coloca en primer plano. Y cuando cambia la forma de construir, cambia la forma en que se comparan materiales.

Durante décadas, la cerámica ha construido su posición sobre prestaciones difíciles de discutir: durabilidad, resistencia, estabilidad, higiene, comportamiento superficial y una enorme capacidad estética e industrial. Pero en una construcción cada vez más industrializada esas propiedades, por sí solas, pueden dejar de bastar. El mercado ya no compara únicamente materiales: compara sistemas, tiempos, operaciones, peso, logística, mano de obra y facilidad de montaje.

Ahí aparece una paradoja. Podemos conseguir una pieza cerámica extraordinariamente eficiente en energía y en producción; pero si después necesita más operaciones, más tiempo y más complejidad para incorporarse al edificio que una alternativa, parte de esa ventaja se pierde en obra. Por eso la pregunta ya no puede ser solo cómo fabricar una cerámica más eficiente, sino también cómo conseguir que sea más fácil de integrar en la construcción que ya está llegando.

La descarbonización seguirá siendo uno de los grandes desafíos de la industria: electrificación de procesos, energías renovables, eficiencia térmica y, a más largo plazo, hidrógeno u otras alternativas. Es una condición necesaria. Pero no es suficiente. Podemos reducir la energía con la que se fabrica una pieza y, aun así, no resolver cómo esa pieza se integra en una construcción que exige menos peso, menos residuos, menos operaciones y más velocidad de montaje.

La sostenibilidad de un producto no acaba cuando sale del horno. Cuenta también de qué materiales está hecho, qué ocurre al terminar su vida útil, cuánto material necesita, cuánto pesa, cómo se transporta y se manipula, cuántas operaciones requiere su instalación y qué posibilidades ofrece para formar parte de sistemas industrializados. Se abre así una segunda vía de innovación, complementaria a la primera: no solo fabricar mejor la cerámica, sino transformar la manera en que participa en el edificio.

DEL PRODUCTO AL SISTEMA

En este campo se desarrolla el trabajo de Reymansa y del Novodecor Core System. Si la construcción evoluciona hacia sistemas más ligeros, industrializados y secos, la cerámica debe poder integrarse en ellos sin renunciar a las prestaciones que la han convertido en material de referencia. Eso conduce a sistemas multicapa en los que la pieza cerámica deja de ser un elemento aislado y pasa a formar parte de una solución constructiva: un porcelánico de pocos milímetros unido a un núcleo polimérico estructural, con menos material cerámico, menos peso y una integración más directa en procesos de fabricación y montaje industrializados. Esto permite, además, simplificar la obra: el sistema puede instalarse sobre un soporte o instalarse directamente sobre los montantes, sin placa de yeso laminado. Menos capas y menos operaciones se traducen en menos tiempo, menos coste y menos emisiones.

No es una hipótesis. El mercado ya se mueve en esta dirección: en Italia, un fabricante de lámina porcelánica produce industrialmente sándwich cerámico para revestimientos de obra seca y lo exporta a Estados Unidos; en Turquía, un fabricante cerámico dispone de un panel sándwich homologado para obra seca; y en Suecia, la construcción industrializada de baños completos ya se apoya en núcleos estructurales sándwich, con línea automatizada y sin montantes, losa de hormigón ni placa de yeso laminado.

El objetivo no es sustituir la cerámica por otro material, sino que pueda competir en las nuevas reglas de la construcción. La innovación no es solo fabricar una baldosa distinta, sino en cambiar la unidad de innovación: de la pieza al conjunto, del producto al sistema. E industrializar no es trasladar procesos tradicionales a una nave: cortar y rejuntar es cortar y rejuntar, aunque sea bajo techo.

Pensar en sistemas abre además una circularidad de ida y vuelta. A la entrada, el núcleo se fabrica con un 80 % de material reciclado, entre ellos residuos de un solo uso: del vertedero al edificio. A la salida, el sistema puede recuperarse al final de su vida útil: el polvo cerámico vuelve a la fábrica como materia prima secundaria y el resto de componentes puede reincorporarse a nuevos núcleos y resinas recicladas. Este proceso de reciclado lo presentamos en nuestra ponencia de Qualicer 2024 y lo hemos retomado en Ignite 2026. La circularidad deja de ser una limitación del producto para convertirse en una ventaja del diseño.

TRES HORIZONTES DE TRANSFORMACIÓN

No todas las tecnologías evolucionarán al mismo ritmo.

1.- Desde ahora: reducción de espesores cuando sea técnicamente viable, valorización de residuos de un solo uso en el núcleo, soluciones multicapa, componentes prefabricados y sistemas compatibles con construcción en seco.

2.- A continuación: mayor automatización, nuevos procesos de transformación, fabricación digital, reciclado del sistema al final de su vida útil e integración de materiales en sistemas constructivos cada vez más industrializados.

3.- Más adelante: electrificación integral de determinados procesos, hidrógeno y otras soluciones que hoy dependen todavía de su evolución tecnológica y económica.

No necesitamos esperar al horno del futuro para empezar a transformar el producto del presente.

TRES PREGUNTAS PARA EL SECTOR

La cuestión estratégica ya no es solo cómo conseguir que la construcción siga utilizando cerámica, sino cómo lograr que la cerámica sea una de las soluciones que la nueva construcción quiera utilizar. Tres preguntas que cualquier fabricante puede plantearse hoy:

1.- ¿Cuántas operaciones, oficios y horas requiere instalar mi producto, frente a la alternativa ligera que ya llega al prescriptor?

2.- ¿Puede mi producto formar parte de un sistema prefabricado o de montaje en seco, y qué ocurrirá con él al final de su vida útil?

3.- ¿Qué parte de mi innovación está en el horno y qué parte está en la obra?

La transición energética transformará cómo fabricaremos la cerámica. La industrialización puede determinar cómo la utilizaremos. Y quizá la próxima revolución del sector no consista solo en fabricar una pieza mejor, sino en conseguir que la cerámica forme parte de un sistema constructivo mejor.

Demostración en directo de robótica móvil durante las jornadas de Orbel Ingeniería. A la derecha, profesionales de distintos sectores en el encuentro técnico organizado por la firma en Almassora.

Orbel Ingeniería **exhibe su potencial en robótica móvil**

Da a conocer **Orbel System Manager,** un 'software' que integra y coordina robots de distintos fabricantes

Orbel Ingeniería, división de Orbelgrupo especializada en automatización industrial y robótica móvil, celebró del 21 al 23 de octubre unas jornadas que reunieron en Almassora a profesionales de empresas de diferentes sectores y puntos de la Comunitat Valenciana. Durante el encuentro, la compañía mostró en directo cómo integrar distintas tecnologías de automatización dentro de un mismo entorno industrial.

A lo largo de los tres días, robots móviles de distintas tipologías —plataforma, apilador y contrapesado— y fabricantes trabajaron de una forma coordinada, reproduciendo un flujo logístico aplicable a una planta industrial. Los asistentes observaron cómo interactúan los diferentes equipos, cómo se gestionan sus movimientos y de qué manera pueden incorporarse estas soluciones a los procesos productivos.

El elemento central de las jornadas fue OSM, el *software* de gestión desarrollado por Orbel Ingeniería, que permite conectar, supervisar y coordinar tecnologías de distintos proveedores desde un único sistema. El equipo técnico mostró en directo sus principales funcionalidades, desde la configuración y gestión de misiones hasta la monitorización de las operaciones, y explicó sus posibilidades de comunicación con otros sistemas industriales, como PLC, ERP y SGA.

Esta capacidad de integración responde a uno de los principales retos de la automatización industrial: conseguir que equipos de diferentes fabricantes puedan trabajar de forma conjunta y comunicarse con las tecnologías ya existentes en una instalación. El desarrollo propio de Orbel Ingeniería actúa como una capa de gestión común, facilitando la coordinación de procesos y la incorporación de nuevas soluciones sin limitarse a robots de un mismo fabricante.

Un robot móvil de plataforma en una de las demostraciones de transporte de cargas paletizadas.

Más allá de las demostraciones, las jornadas favorecieron el intercambio directo entre los profesionales asistentes y el equipo de Orbel Ingeniería. Las empresas pudieron trasladar sus necesidades, identificar procesos susceptibles de automatización y analizar posibles aplicaciones de estas tecnologías en sus propias instalaciones. Los participantes también conocieron un caso de éxito de la división, correspondiente a un proyecto desarrollado para un cliente industrial. Este ejemplo permitió mostrar cómo las capacidades de integración presentadas durante las jornadas se trasladan a una aplicación real, con una solución adaptada a los procesos del cliente.

La acogida del encuentro y el interés mostrado por profesionales de diversos sectores reflejan la importancia de acercar estas tecnologías a las necesidades reales de la industria. La iniciativa puso en valor el funcionamiento de los equipos y el conocimiento técnico necesario para desarrollar proyectos de automatización adaptados a cada entorno.

Con el balance positivo de estas jornadas, Orbelgrupo refuerza la visibilidad de su división de Ingeniería y su apuesta por el desarrollo de tecnología propia, orientada a conectar soluciones de distintos fabricantes y facilitar su aplicación práctica en procesos industriales.

Los asistentes identificaron opciones de automatización en sus instalaciones y conocieron nuevos casos de éxito

Con más de 40 años de trayectoria, Orbelgrupo articula su actividad en cuatro líneas de negocio: Orbel Flotas, concesionario oficial de Toyota Material Handling en Castellón, especializado en venta, alquiler y servicio técnico de equipos de manutención; Orbel Ingeniería, dedicada a la automatización industrial y robótica móvil; Academia Industrial, centrada en la formación técnica de empresas y profesionales; y Obg consultores, especializada en estrategia empresarial, optimización de procesos y transformación digital para pymes.

Ifema será el epicentro de la construcción en noviembre

La confluencia de cuatro ferias y un congreso conformarán, del 10 al 13 de noviembre, una plataforma común de negocio centrada en la industrialización, la sostenibilidad y la transformación digital.

Construtec, Veteco, Smart Doors y Piscimad ocuparán 43.000 metros cuadrados de exposición

Ifema Madrid celebrará, del 10 al 13 de noviembre de 2026, una nueva edición de la Semana Internacional de la Construcción, el proyecto que integra las ferias Construtec, Veteco, Smart Doors y Piscimad, y que reunirá bajo una misma convocatoria a toda la cadena de valor de la edificación.

Con más de 500 empresas expositoras y más de 43.000 m² netos de exposición, la Semana Internacional de la Construcción desplegará su oferta en los pabellones 7, 8, 9 y 10 del Recinto Ferial de Ifema Madrid. Esta dimensión convierte el encuentro en una de las principales plataformas profesionales del sector de la construcción del sur de Europa y un espacio de referencia para la presentación de soluciones, la generación de negocio e intercambio de conocimiento.

Este proyecto conectará la oferta de fabricantes, distribuidores y proveedores de materiales, sistemas y tecnologías con la demanda profesional representada por constructoras, promotoras inmobiliarias, estudios de arquitectura, ingenierías, empresas instaladoras, aparejadores, prescriptores, fachadistas, reformistas, importadores, gestores de proyectos y administraciones públicas.

La Semana Internacional de la Construcción parte de la especialización de sus cuatro ferias para ofrecer una visión transversal del entorno construido. Bajo una identidad común, el proyecto reúne sectores y actividades que intervienen en las distintas fases de un edificio, desde el diseño y la elección de materiales hasta la ejecución, la instalación, la eficiencia energética, el mantenimiento y la rehabilitación.

1. Construtec concentrará la oferta relacionada con materiales, sistemas constructivos, industrialización, maquinaria, herramientas, arquitectura y soluciones digitales. La feria incorporará asimismo Construtec BIM.

2. Veteco reunirá a las empresas especializadas en ventanas, fachadas ligeras, cerramientos, vidrio, protección solar, herrajes, accesorios, maquinaria y soluciones para mejorar el comportamiento de la envolvente arquitectónica. Además, se incluirán las áreas Veteco Solar y Veteco Glass.

3. Smart Doors presentará soluciones vinculadas a puertas, automatismos, controles de acceso, seguridad, accesibilidad y protección contra incendios.

4, Piscimad reunirá a la industria de las piscinas, las instalaciones acuáticas, el bienestar y el equipamiento relacionado, conectando fabricantes, distribuidores e instaladores.

La Semana Internacional de la Construcción congregará durante 4 días a toda la cadena de valor del sector

«La Semana Internacional de la Construcción representa la vocación de Ifema Madrid de impulsar sectores estratégicos de nuestra economía a través de espacios que favorezcan el negocio, la innovación y la colaboración. Con más de 500 empresas expositoras y más de 43.000 m² netos de exposición, este proyecto refleja tanto la fortaleza actual de la industria como su capacidad para seguir generando crecimiento, empleo y competitividad en España y en los mercados internacionales y, por ello, nuestra labor es crear estos espacios para seguir dinamizando la economía», ha señalado Arancha Priede, directora de Negocio Ferial y Congresos de Ifema Madrid.

La Semana Internacional de la Construcción se celebra en un contexto de crecimiento y transformación para la industria de fabricantes de productos y materiales de construcción. El sector está integrado 28.500 empresas y alcanzó los 410.000 ocupados en el segundo trimestre de 2026, un 2,3% más que en el mismo periodo del año anterior. Esta cifra representa el 1,8% del empleo total en España y el 13,2% del empleo de la industria española. La tasa de paro sectorial se situó en el 6,1%, por debajo del 9,9% registrado en el conjunto nacional.

INTERNACIONALIZACIÓN

En este contexto, Colombia participará como país invitado, reforzando la dimensión internacional del encuentro y su conexión con Iberoamérica. La participación colombiana permitirá crear espacios de diálogo, intercambio de conocimiento y colaboración entre empresas, asociaciones e instituciones de ambos países. Junto a ello, la convocatoria contará con Barcelona como ciudad invitada y con la Comunidad Foral de Navarra como comunidad autónoma invitada, reforzando la presencia institucional y el intercambio de experiencias ligadas a la arquitectura, la innovación, la sostenibilidad y la transformación del entorno construido.

UN CONGRESO DE REFERENCIA

Uno de los principales ejes del proyecto será el II Congreso de la Semana Internacional de la Construcción, que se celebrará del 10 al 12 de noviembre en el pabellón 7 de Ifema Madrid. El Congreso reunirá durante tres jornadas a cerca de 50 ponentes y representantes de empresas, asociaciones e instituciones de referencia. Su programa se desarrollará en dos espacios, el Auditorio Empresarial y el Auditorio Sectorial, con el objetivo de ofrecer una visión complementaria de los principales retos económicos, productivos y tecnológicos de la industria.

El Auditorio Empresarial abordará cuestiones relacionadas con la distribución de materiales, la promoción inmobiliaria, la demanda de vivienda y la construcción industrializada. Por su parte, el Auditorio Sectorial analizará la situación de la construcción en España, los cambios en los modelos de promoción y ejecución, la sostenibilidad, la innovación, la inversión y la incorporación de nuevas herramientas digitales.

Los contenidos estarán especialmente dirigidos a constructoras, promotoras, arquitectos, ingenierías, prescriptores, fabricantes, distribuidores, inversores y empresas instaladoras, favoreciendo el intercambio entre quienes producen las soluciones y quienes toman las decisiones sobre su incorporación a edificios, desarrollos inmobiliarios y proyectos urbanos. El programa congresual también incluirá una jornada especial dedicada a Colombia.

Dos momentos de la presentación en París del informe 'The New Habitat 27/28' de APE Grupo, celebrada en el 'showroom' de Actiu, en colaboración con Women in Office Design (WOD).

APE Grupo amplía su tour por las capitales del diseño

Continúa su agenda internacional para dar a conocer su último informe de tendencias: 'The New Habitat 27/28'

APE Grupo ha desplegado en las últimas semanas una intensa agenda internacional de presentaciones de *The New Habitat 27/28*, con Valencia, París y Dubái como sede de sus últimos encuentros. La firma castellonense acercó las conclusiones de la sexta edición de su informe de tendencias, desarrollado junto a Futurea, a profesionales de la arquitectura y el interiorismo de distintos mercados, con el fin de analizar las nuevas formas de vivir y relacionarse con los espacios.

La cita de Valencia se celebró en el Campus Turia de la Universidad Europea, en el marco de València Design Fest y en colaboración con la Fundació del Disseny de la Comunitat Valenciana. El encuentro reunió las conclusiones de la investigación internacional con la experiencia de profesionales del sector para reflexionar sobre cómo el diseño podía responder a las nuevas necesidades de la sociedad.

Pepa Casado D'Amato, de Futurea, expuso las principales claves del informe. A continuación, el arquitecto Ramón Esteve compartió algunos de sus proyectos y su manera de entender la arquitectura y el diseño desde una visión global, en la que el entorno, los objetos y los edificios forman parte de un mismo ecosistema. Su intervención estuvo especialmente vinculada al escenario del encuentro, ya que la rehabilitación del Campus Turia fue realizada por Ramón Esteve Estudio. Esta circunstancia permitió relacionar las tendencias identificadas en el informe con su aplicación en proyectos arquitectónicos.

El arquitecto Ramón Esteve, durante su ponencia sobre las tendencias del diseño en Valencia.

La cita de Valencia llegó después de la presentación de *The New Habitat 27/28* en París, celebrada junto a WOD (Women in Office Design) en el *showroom* de Actiu. APE Grupo compartió las conclusiones del estudio en una jornada dedicada al futuro de los espacios del hábitat.

La conversación continuó con una mesa redonda moderada por Harsha Kotak, en la que participaron Pepa Casado D'Amato, de Futurea; Amber Carson, de M Moser Associates; Naomi Sakamoto y Laura Gelso, de Gensler, y May Fawzy, del European Council of Interior Architects (ECIA).

La convocatoria en la capital francesa contó también con la presencia de Thomas Seifert, presidente del ECIA. Las participantes abordaron cómo estaba cambiando la relación de las personas con los espacios y de qué manera el diseño podía contribuir a crear entornos que favorecieran la conexión, la participación y el sentido de pertenencia.

La agenda internacional de APE Grupo también incluyó Dubái, donde la compañía convocó para el 22 de octubre una nueva presentación del informe en colaboración con WOD. El encuentro se desarrolló en el *showroom* que la firma castellonense inauguró en enero en Emiratos Árabes Unidos, su primera tienda propia en el mundo. El programa técnico una mesa redonda moderada por Harsha Kotak, con profesionales de M Moser Associates, Gensler y DLR Group, además de Siddharth Peters, cofundador de Love That Design.

París, Valencia y Dubái han acogido tres encuentros con profesionales de la arquitectura y del interiorismo

Neolith **da a conocer sus cinco nuevas superficies**

Tras el lanzamiento de su nuevo lenguaje material en Verona, la firma desvela la identidad de los modelos de **'The Edit. A new material language'**

El nuevo 'Pale Fossil' evoca serenidad y pertenencia.

'Glazed Opaline' aporta amplitud y una estética depurada.

La textura mineral de 'Dorset Mist'.

Neolith, especialista en la fabricación de piedra sinterizada, presenta sus cinco nuevas superficies: *Pale Fossil*, *Glazed Opaline*, *Dorset Mist*, *Serene Emerald* y *Calacatta Viola*. Los nuevos modelos forman parte del concepto *The Edit. A new material language*, e introducen una nueva forma de concebir, comunicar y experimentar el material. Tras su presentación oficial en Verona, donde Neolith convirtió el histórico Spazio San Pietro in Monastero en una instalación inmersiva durante Marmomac, la compañía da a conocer la identidad de sus nuevas superficies. Todas ellas han sido concebidas como códigos de expresión, materiales capaces de aportar carácter, emoción y significado a los espacios a través de su origen, textura, color y percepción sensorial.

«Más allá de una selección de nuevos modelos, *The Edit. A new material language* representa una forma de entender el material como herramienta de expresión. El material ya no es un elemento secundario dentro del proyecto, sino aquello que define la atmósfera, influye en la percepción y permanece en la memoria mucho después de abandonar un espacio», afirma Nieves Contreras, *Chief Brand Officer* de Neolith.

Cada modelo responde a un código diferente: *Pale Fossil* evoca la serenidad; *Glazed Opaline*, la amplitud; *Dorset Mist*, el equilibrio; *Serene Emerald*, la renovación; y *Calacatta Viola*, la fuerza de una identidad propia. Cinco nuevas superficies que refuerzan el posicionamiento de Neolith en el segmento más premium del diseño y la arquitectura.

El nuevo *Pale Fossil* expresa una serenidad natural vinculada al refugio y la calma interior. Este modelo reinterpreta la elegancia de una piedra de aspecto compacto, con tonos marfil e inclusiones fósiles, que evocan la memoria del tiempo geológico y dotan de profundidad y naturalidad a la superficie. Aporta una sensación de arraigo, continuidad y bienestar esencial que refuerza el sentimiento de pertenencia, creando una propuesta de lujo moderado, calma y bienestar para espacios serenos y atemporales.

El carácter biofílico del modelo 'Serene Emerald'.

Disponible en el nuevo acabado *Honed*, acompañado de una sutil textura digital, presenta un aspecto suave y apomazado que consigue reforzar su autenticidad mineral.

Glazed Opaline nace de la relación entre luz, transparencia y descubrimiento continuo. Su superficie está inspirada en la luminosidad de una cuarcita blanca cristalizada, marcada por delicadas vetas e incrustaciones cristalinas que aportan profundidad y movimiento. Capta los reflejos cambiantes de la luz y crea una sensación de amplitud, fluidez y profundidad visual, convirtiéndose en una opción ideal para espacios que buscan una presencia sofisticada y elegante. Este modelo está disponible en el acabado *Natural Touch*, que realza la belleza natural de la pieza combinando diseño y textura digital.

'Calacatta Viola', con tonos burdeos y púrpura.

Dorset Mist se construye desde el equilibrio, la solidez y la perspectiva. Inspirada en una prestigiosa piedra caliza de tono grisáceo, formada en el periodo Jurásico Superior y tradicionalmente vinculada a monumentos icónicos, aporta una sensación de seguridad, contención y confianza a la arquitectura contemporánea. Destaca por su textura mineral y su carácter arquitectónico y proporciona profundidad, solidez y elegancia a espacios que buscan una presencia atemporal y equilibrada.

Neolith Dorset Mist está disponible en el nuevo acabado *Petra*, de aspecto pétreo y mate, que refuerza el carácter natural de la superficie.

Serene Emerald conecta con la vitalidad de la naturaleza y su capacidad constante de regeneración. Su tonalidad contenida remite a los llamados verdes curativos, asociados al bienestar, la calma y la desconexión digital, aportando una sensación de frescura, renovación y equilibrio al espacio. Su carácter biofílico crea una superficie envolvente y armoniosa para espacios que buscan conectar bienestar, naturaleza y sensibilidad contemporánea. Con el nuevo acabado *Petra* y una delicada textura digital, esta superficie revela una textura mate que intensifica su profundidad natural y material.

Calacatta Viola parte de una belleza que no busca pasar desapercibida. Sus vetas con tonalidades burdeos y púrpura recorren una base clara con intensidad gráfica, creando una composición de contraste, profundidad y personalidad, pensada para espacios con carácter, capaces de expresar una identidad propia desde el primer impacto visual.

Esta nueva superficie incorpora un guiño a la sofisticación dramática del mármol italiano y a la elegancia clásica del Calacatta, aportando una gran fuerza expresiva y una presencia distintiva. Su acabado *Natural Touch* aporta textura suave y equilibrada, reforzando el carácter expresivo y la belleza de cada pieza.

Con estas cinco novedades, *The Edit. A new material language* se consolida como uno de los lanzamientos más exclusivos de Neolith, profundizando en aquello que realmente perdura: el material como origen, como lenguaje y como experiencia.

Buit Valencia presentará un mural de grandes dimensiones.

Miguel Bartolomé y Cristina Serrano, de Cerámica a Mano Alzada.

Detalle de una propuesta de la firma malagueña Todobarro.

Ocho reinterpretaciones de la cerámica en Interihotel MAD

Craft Lab reunirá en Ifema proyectos que exploran nuevas aplicaciones de la artesanía cerámica para el diseño, la arquitectura y el interiorismo

La cerámica contemporánea vive un momento de renovación en el que tradición y modernidad convergen para dar lugar a nuevos lenguajes creativos. Técnicas ancestrales, materiales vinculados al territorio y conocimientos transmitidos durante generaciones se reinterpretan desde el diseño, la tecnología y la experimentación, dando lugar a propuestas que conectan pasado y presente. Esta evolución será la protagonista de Craft Lab, el espacio dedicado a la artesanía contemporánea de Interihotel MAD26, que se celebrará del 17 al 19 de noviembre en el recinto de Ifema Madrid.

Bajo el concepto *Desde la memoria: tradición y modernidad en la cerámica actual*, y comisariado por la periodista y curadora Tachy Mora, Craft Lab explorará cómo la cerámica contemporánea desarrolla nuevas formas de expresión a partir de su herencia cultural y su contexto local. La propuesta reúne a firmas y creadores que trabajan en la intersección entre artesanía, arte, arquitectura, diseño y tecnología, con obras que mantienen una fuerte vinculación con su origen y, al mismo tiempo, son capaces de conectar con una sensibilidad actual.

Esta aproximación adquiere especial relevancia en el diseño de hoteles y restaurantes, donde la artesanía puede trascender su función decorativa para convertirse en un vehículo de transmisión de cultura y patrimonio. Los materiales, las formas y las técnicas artesanales aportan singularidad a los espacios y generan vínculos emocionales a través de referencias compartidas que apelan a la memoria y a la experiencia sensorial.

Los ocho proyectos que muestran modos de reinterpretar la herencia cerámica y trasladarla al diseño actual son:

Interihotel MAD es una feria profesional especializada en diseño para hoteles y restaurantes.

1. Cerámica a Mano Alzada, firma dirigida por Miguel Bartolomé y Cristina Serrano, mostrará una reinterpretación de la celosía cerámica tradicional. Su propuesta transforma un patrón históricamente construido ladrillo a ladrillo en un módulo premontado de gres que facilita la instalación y ofrece una elevada resistencia para aplicaciones arquitectónicas en exteriores.

2. Desde la tradición cerámica valenciana, Buit Valencia, firma impulsada por el diseñador Xavier Lledó, presentará un mural de grandes dimensiones realizado con la colección Yperfectas, diseñada por Cual Estudio. La instalación combina arte, arquitectura y artesanía mediante una composición tridimensional que parece desvanecerse progresivamente sobre la superficie.

3. Artesanía no Prato, iniciativa impulsada por la Fundación Pública Artesanía de Galicia, explora desde 2013 la colaboración entre artesanos gallegos y profesionales de la gastronomía. El proyecto, reconocido con el Premio Nacional de Artesanía 2025 en la categoría Promociona para Entidades Públicas, ha dado lugar a piezas únicas y colecciones para hostelería que enriquecen la experiencia gastronómica. Craft Lab mostrará una selección de trabajos realizados por Susana Anta, Barreiros Artesanía, Laura Delgado, Alberto Lista, Paula Ojea y Witchneeds.

4. La artista Nuria Blanco presentará Banquete, una composición mural formada por 36 platos cerámicos pintados a mano. La obra explora la relación entre arte y funcionalidad: las piezas conforman una imagen conjunta, pero pueden descolgarse y utilizarse como vajilla, desdibujando los límites entre objeto cotidiano y creación artística.

5. La ceramista Aniana Heras explora la relación entre escultura, diseño y técnicas artesanales tradicionales. Sus creaciones, de marcado carácter gráfico y arquitectónico, utilizan procedimientos como el torno, los colombines y las planchas cerámicas para generar estructuras de apariencia futurista. En Craft Lab presentará un mural elaborado con colombines en diálogo con algunas de sus piezas decorativas.

6. La iluminación tendrá también un papel destacado de la mano de Pott Project, firma fundada por Miguel Ángel García Belmonte y vinculada a la tradición alfarera de Totana, en Murcia. Sus luminarias combinan técnicas artesanales y diseño contemporáneo, explorando la relación entre materia, oficio y luz. Diferentes espacios de Craft Lab estarán iluminados con sus modelos Caló, Conic, Nais, Okina y Totana.

7. Risco Estudio, proyecto del ceramista y diseñador industrial Pablo Rodríguez, recupera la memoria de la alfarería tradicional de Buño, en Galicia, para desarrollar creaciones que fusionan arte, diseño y artesanía. Sus piezas, concebidas para su integración en proyectos de interiorismo, reinterpretan las técnicas y formas tradicionales desde un lenguaje contemporáneo. El espacio incluirá una de sus esculturas murales, luminarias y piezas de gran formato.

8. Completa la selección Todobarro, firma malagueña que combina la producción artesanal en hornos nazaríes con colecciones de diseño contemporáneo inspiradas en el patrimonio cultural de su entorno. El estudio Leblume ha creado un mural tridimensional con la colección *Vélez*, inspirada en la geometría de la arquitectura tradicional de la Axarquía, que demuestra sus posibilidades compositivas más allá de su aplicación en pavimentos y revestimientos.

Maticad: **el diseño digital se encuentra con la cerámica**

La **plataforma** convierte el proyecto en una herramienta de asesoramiento, presentación y venta en el 'showroom'

TilePlanner PRO permite diseñar espacios en 3D, combinar materiales cerámicos y visualizar el resultado final antes de ejecutar cada proyecto.

En el sector cerámico y del baño, vender una colección ya no consiste solo en enseñar muestras: significa mostrar todo su potencial dentro de un espacio real. Formatos, superficies, colores, sanitarios y combinaciones cobran otra dimensión cuando el cliente puede imaginarlos en su propia vivienda. En este punto es donde el diseño digital gana peso como herramienta técnica y como parte esencial de la relación entre el cliente y el punto de venta.

Maticad365 nace para responder a esta evolución. Ofrece a *showrooms*, distribuidores, arquitectos e interioristas una plataforma en la nube que acompaña todo el proceso, desde la primera idea hasta la presentación de la propuesta final. Desarrollada por Maticad, firma con más de 30 años de experiencia en *software* para los sectores cerámico y de interiorismo, Maticad365 reúne herramientas digitales pensadas para que diseñar sea más ágil, intuitivo y accesible.

Entre las aplicaciones de Maticad365 destaca TilePlanner PRO, una solución de diseño 3D *on line* creada específicamente para las necesidades del punto de venta. Fácil, inteligente y rápida, su interfaz guiada permite trazar el plano de la estancia, definir los espacios y aplicar pavimentos y revestimientos, para después completar el proyecto con mobiliario, sanitarios y otros elementos. Y no se limita al baño: con los artículos de la biblioteca puede diseñarse cualquier estancia, incluida la cocina, gracias a módulos genéricos configurables.

No requiere formación ni instalación, por lo que cualquier miembro del equipo puede desarrollar el proyecto en directo, durante la conversación con el cliente. El asesoramiento se convierte así en una experiencia dinámica y participativa. En el *showroom* esto resulta especialmente valioso: cambiar una superficie, probar formatos o comparar propuestas en tiempo real ayuda al cliente a decidir con mayor seguridad. Desde la firma reseñan que «el resultado se nota en las ventas y los usuarios de TilePlanner PRO reportan un aumento de la tasa de conversión de hasta un 70%».

Su carácter *on line* es otra ventaja diferencial. No requiere equipos de altas prestaciones: basta un navegador para acceder a la plataforma, sin procesos de configuración complejos y con total flexibilidad de uso. Incluso los *renders* y las panorámicas de 360° se generan en la nube de forma ultrarrápida.

La plataforma también está pensada para organizaciones con varios puntos de venta o equipos de trabajo. Cuenta con distintos niveles de usuario, y el usuario *master* gestiona las licencias y accede a estadísticas de uso, lo que facilita el control y el seguimiento de la actividad de todo el equipo.

EL PRODUCTO ES EL PROTAGONISTA

El producto sigue siendo el protagonista. Maticad365 integra catálogos reales tanto de cerámica como de equipamiento de baño, con referencias de más de 600 marcas internacionales, en una de las bibliotecas más completas del sector. Así, pavimentos y revestimientos se combinan en el mismo proyecto con sanitarios, griferías, platos de ducha, mobiliario y demás elementos del baño, todos ellos productos reales. Y para completar el resto de la vivienda, los módulos genéricos configurables permiten resolver estancias como la cocina sin salir de la plataforma. El cliente obtiene una visión más tangible y global del proyecto, y el punto de venta puede poner en valor las colecciones de su catálogo e impulsar la venta cruzada.

La presentación del proyecto también da un salto. Las imágenes realistas de alta calidad, las panorámicas de 360° y las herramientas de visualización permiten recorrer el espacio en su conjunto, comparar alternativas y entender cómo funcionan juntos materiales, colores, acabados y equipamiento. A ello se añade un módulo de Inteligencia Artificial generativa de imágenes, capaz de mejorar los *renders* y las imágenes de navegación para lograr ese efecto sorprendente que deslumbra al cliente. Una propuesta ya sólida se transforma así en una presentación de impacto, con un acabado visual que refuerza la emoción en el momento clave de la decisión de compra.

Pero la plataforma no se queda en lo visual. Cada proyecto puede acompañarse de un documento técnico con el listado de los materiales utilizados, de modo que la propuesta que el cliente ha visto en pantalla se traduce en una información precisa y ordenada. Una herramienta práctica tanto para el punto de venta como para el profesional que debe llevar el proyecto a obra.

En un sector donde ver una superficie, un baño o una cocina completa aplicada al espacio puede decidir la compra, estas herramientas crean un vínculo cada vez más directo entre producto, proyecto y venta. Con Maticad365, el diseño digital pasa a ocupar el corazón del *showroom*: no como mero soporte técnico, sino como una herramienta para mostrar todo el potencial de la cerámica y del baño, implicar al cliente y guiarlo, con más información y confianza, desde la elección de la colección hasta la definición final del espacio.

Conversación con los autores de las piezas de Three Visions of Design en el 'showroom' de Valencia. Presentación del mural colectivo pintado en la acción Living Outdoors en el Mercado de Colón.

Porcelanosa **impulsa**

Beyond Design en Valencia

Tres estudios presentan sus creaciones en una edición con exposiciones, arte participativo y nuevas propuestas

Porcelanosa ha celebrado recientemente una nueva edición de Beyond Design en su *showroom* de Valencia. Para ello, la firma organizó tres acciones abiertas al público (Three Visions of Design, Living Outdoors y Fabric&Feel) para acercar el diseño al público, mediante la creatividad, la experimentación y la participación.

Para esta edición, Three Visions of Design ha congregado en el *showroom* de Porcelanosa Valencia el trabajo de BETA Ø, Kresta Design y Astet Studio. Los tres estudios han creado diferentes piezas a partir de los materiales Xtone (porcelánico) y Krion (compacto mineral sólido). La exposición, abierta al público, ha propuesto tres maneras diferentes de aproximarse al diseño y de descubrir el potencial creativo de la materia.

El 29 de septiembre, Porcelanosa presentó las piezas junto a sus autores: Xabier Ortega y Borja Peña, de Beta Ø; Cristina Domínguez Lucas y Fernando Hernández-Gil, de Kresta Design; y Ala Zreigat y Cristian Vázquez, de Astet Studio. Clara Calvo, directora comercial nacional de Xtone, moderó una mesa redonda en la que los diseñadores compartieron el proceso creativo, los retos y las posibilidades que les ha supuesto trabajar con estos materiales. Tras la conversación, los asistentes pudieron intercambiar impresiones con los creadores de las piezas.

En el caso de la acción planteada para Living Outdoors, la propuesta ha partido de una idea sencilla: convertir la cerámica en un soporte para la creatividad compartida. El dibujo, formado por una selección de piezas icónicas del diseño de los siglos XX y XXI, se distribuyó sobre distintas piezas de Porcelanosa. Los asistentes pintaron con materiales de Isaval.

Detalle del exterior del 'showroom' de Porcelanosa Valencia durante Beyond Design 2026.

A lo largo de la jornada del 30 de septiembre, Porcelanosa instaló varios caballetes y convirtió el Mercado de Colón en un espacio abierto al arte compartido, donde personas de todas las edades, se animaron a participar con una pincelada. Al final del día, Blanca Peris –gerente de Porcelanosa Valencia– y Francisco Vallejo –vicepresidente de Isaval Global– pusieron el broche final con la última pincelada de la obra y presentaron el mural al público asistente.

Fabric & Feel ha propuesto una instalación que combina mobiliario, textiles y superficies de Porcelanosa Grupo. Los sillones Stripes (Gamadecor), tapizados con tejidos de IQ Home, se convierten en protagonistas del espacio. Como recuerdo de la experiencia, Porcelanosa ha ofrecido a las personas participantes, la posibilidad de llevarse una fotografía instantánea como recuerdo de su paso por Beyond Design.

FERIA HÁBITAT Y ESPACIO COCINA SICI

Paralelamente, del 28 de septiembre al 1 de octubre, Porcelanosa Grupo participó en Feria Hábitat y Espacio Cocina SICI a través de distintos ambientes y propuestas vinculadas al interiorismo y la cocina. Sus firmas mostraron nuevas aplicaciones de materiales y superficies, desde entornos hoteleros y baños experienciales hasta soluciones de gran formato. Porcelanosa Grupo estuvo presente desde diferentes perspectivas a través de varias de sus marcas. Su participación abarcó los espacios experienciales de Hotel Hábitat y la propuesta de XTONE en SICI. Además, la multinacional formó parte de la retrospectiva dedicada a los Premios Nacionales de Innovación y de Diseño; una iniciativa impulsada por Feria Valencia y el Ministerio de Ciencia, Innovación y Universidades.

NUEVA CITA CON LOS PREMIOS XTONE

Por otro lado, la segunda edición de los Premios Xtone de Porcelanosa Grupo se fallará el próximo 12 de noviembre durante una ceremonia que tendrá lugar en el Library Xtone de Madrid. La firma reconocerá los mejores proyectos de arquitectura, interiorismo y diseño realizados con porcelánico de gran formato Xtone y piedra natural Altissima by Xtone. El certamen contempla seis categorías: cocinas con porcelánico, cocinas con piedra natural, proyectos singulares, exposiciones en tiendas, mobiliario y una categoría específica para proyectos desarrollados en Francia.

El jurado está formado por Alicia García Cabrera, directora general de Casa Decor; el arquitecto e interiorista Borja Vildósola; los profesionales de la gastronomía Roberto Bosquet y Cristina Oria; Maite Sebastiá, responsable de contenidos editoriales de Architectural Digest España; y Francesca Heathcote Sapey, arquitecta y socia de Teresa Sapey + Partners. Los integrantes del jurado valorarán la creatividad, la innovación, la funcionalidad, la calidad de ejecución y la integración de los materiales en los proyectos presentados.

Los ganadores, cuyos nombres se darán a conocer durante la ceremonia, recibirán una invitación para asistir a la XXXIII Muestra Internacional de Porcelanosa Grupo 2027, además de difusión de sus trabajos en los canales de comunicación de Xtone. La cita dará continuidad a unos galardones cuya primera edición se celebró en Barcelona y reunió a más de 350 profesionales vinculados a la arquitectura, el interiorismo, la construcción y el diseño.

Atlas Plan **y sus formatos**

XXL, en Espacio Cocina-SICI

Ha presentado una isla con un sistema de **inducción invisible Cloen** integrado bajo una placa de 12 mm.

Atlas Plan, la marca de Atlas Concorde especializada en placas de gran formato para encimeras de cocina, mesas y elementos de mobiliario, participó en Espacio Cocina SICI 2026, celebrada en Feria Valencia. Tras su presencia en la edición de 2024, la firma regresó a Valencia con un estand de 40 metros cuadrados dirigido a arquitectos, interioristas, distribuidores, marmolistas, tiendas de cocina y profesionales del sector inmobiliario.

El espacio trasladó a la feria la filosofía *One Space*, que concibe la cocina, el comedor y el baño como partes de un mismo proyecto, en el que las superficies mantienen una continuidad estética desde el pavimento hasta la encimera, las paredes y el mobiliario.

La protagonista del estand fue una isla revestida en *Sahara Dark*, una de las novedades de *Marvel Next*, colección que reinterpreta el lenguaje del mármol clásico con una estética más relajada, matérica y contemporánea. Su intenso fondo marrón cálido, atravesado por vetas naranjas y blancas, contrastaba con las puertas y la pared equipada en *Marvel Next Vanilla White*.

Inspirado en el mármol *French Vanilla, Vanilla White* es una de las dos bases neutras de la colección y aporta luminosidad y ligereza al espacio. La combinación de ambas superficies generaba un marcado contraste cromático, con el material como protagonista. El mismo *Vanilla White* se utilizó en el pavimento, en formato 120x120 centímetros y acabado mate, para reforzar la continuidad entre encimera y suelo.

TECNOLOGÍA PUNTERA Y CONTINUIDAD ESTÉTICA

Uno de los principales atractivos de la propuesta fue la integración del sistema *Dual Invisible Induction*, de Cloen, compatible con placas de gres porcelánico de 12 milímetros. Esta tecnología se instala bajo la encimera, de manera que, cuando no se cocina, la superficie permanece completamente despejada, sin zonas de cocción ni mandos a la vista.

El sistema incorpora además transmisión inalámbrica de energía, que permite alimentar electrodomésticos compatibles directamente a través de la encimera. De esta forma, la tecnología queda integrada en el mobiliario sin alterar la continuidad estética del material.

Junto a la isla, una mesa de Atlas Concorde Habitat completaba la zona de comedor y mostraba las posibilidades de las placas de gran formato en la fabricación de mobiliario.

Para el baño, Atlas Plan apostó por *Nyra Utopia*, una nueva colección de efecto piedra desarrollada junto al estudio NOA siguiendo los principios de la *wellness architecture*, una concepción de la arquitectura orientada al bienestar. El color *Comet*, un gris cálido con nubes e inclusiones características, se presentó con acabado *ribbed* en la pared y *hammered* en el pavimento, este último en formato 120x120 centímetros.

El espacio en Feria Valencia, diseñado para prescriptores, distribuidores y profesionales del sector.

NUEVAS POSIBILIDADES DECORATIVAS

La propuesta se completó con dos paredes realizadas con placas de gran formato de 160x320 centímetros. Por un lado, *Marvel Next Breccia Cream Silk*, de estética pétrea y natural, con un fondo compacto atravesado por finas vetas blancas y detalles cromáticos cálidos. Por otro, *Boost Hux Dune*, una tonalidad cálida inspirada en el cemento vertido, desarrollada en colaboración con AMDL Circle, el estudio de Michele De Lucchi.

A partir de esta propuesta, Atlas Plan mostró las posibilidades del gran formato para integrar cocina, baño y mobiliario en un mismo lenguaje arquitectónico, combinando diseño, continuidad visual y tecnología.

La marca de Atlas Concorde está especializada en placas para encimeras de cocina, mesas y mobiliario

PLAN DE INVERSIONES

Cabe recordar que Atlas Concorde es uno de los principales actores del panorama cerámico mundial, con un sistema completo de superficies y revestimientos al que se suman Atlas Plan, marca especializada en placas de gran formato para encimeras de cocina, mesas y elementos de mobiliario, y Atlas Concorde Habitat, proyecto dedicado a elementos de mobiliario, baño y mesas en combinación con las superficies Atlas Concorde.

Empresa matriz del Grupo Concorde, desde 1969 se encuentra entre los principales *holdings* mundiales del sector cerámico, con más de 2.500 empleados y presencia capilar en los cinco continentes.

Atlas Concorde ha duplicado su capacidad de producción de grandes losas de gres porcelánico en Finale Emilia (Italia), donde también ha estrenado un centro logístico de 20.000 m². Además, la compañía invertirá otros 45 millones de euros en los próximos dos años en un nuevo complejo logístico en Fiorano Modenese, de 100.000 m², que incorporará automatización, digitalización y energías renovables para mejorar su eficiencia y el servicio al cliente.

Schlüter-Systems, **premio a sus 60 años de trayectoria**

La feria **Efintec** distingue la apuesta continuada de la marca por la I+D+i en sus soluciones constructivas

Schlüter-Systems ha sido una de las empresas distinguidas durante la primera edición de los premios de la feria Efintec, en una ceremonia celebrada en las instalaciones de Fira Barcelona Gran Via. La compañía recibió un reconocimiento especial por sus 60 años de trayectoria y su contribución al desarrollo del sector de la instalación, en una ceremonia que contó con la presencia del president de la Generalitat de Catalunya, Salvador Illa.

En representación de la compañía, Timoteo Martín, Product Manager para España y Portugal de Schlüter-Systems, fue el encargado de recoger el galardón de manos del propio presidente de la Generalitat catalana, durante un acto solemne que congregó a destacados representantes empresariales e institucionales vinculados al amplio sector de las instalaciones.

El reconocimiento pone en valor la trayectoria de una empresa especializada en soluciones técnicas para la colocación de cerámica y piedra natural, con productos destinados a mejorar la funcionalidad, durabilidad y seguridad de los sistemas constructivos. A lo largo de estas seis décadas, Schlüter-Systems ha desarrollado soluciones para la impermeabilización, el desacoplamiento, el drenaje, la calefacción de superficies y los perfiles de acabado, consolidando su presencia en el ámbito de la construcción y la arquitectura. Junto con Salvador Illa también entregó el galardón Èric Martí, presidente de la Federación de Gremios de Instaladores de Cataluña.

Salvador Illa, president de la Generalitat de Catalunya; Timoteo Martín, Product Manager para España y Portugal de Schlüter; y Èric Martí, presidente de la federación Fegicat.

Schlüter-Systems compartió protagonismo en esta primera edición de los reconocimientos a la trayectoria con Simon, distinguida por sus 110 años de historia, y Aemifesa, por sus 70 años de actividad. Las tres entidades recibieron un homenaje por su aportación a la evolución y profesionalización del sector.

La entrega tuvo lugar durante la jornada de clausura de Efintec 2026, celebrada durante el mes de octubre en el pabellón 1 de Fira Barcelona Gran Via. La séptima edición del certamen reunió a 7.300 profesionales, entre instaladores, fabricantes, distribuidores, ingenierías, asociaciones empresariales y representantes de las administraciones públicas.

La feria, impulsada por la Federación de Gremios de Instaladores de Cataluña (Fegicat) y organizada por Eventalista, se desarrolló bajo el lema *Impulsando una nueva era energética*, con especial atención a la transición energética, la edificación sostenible, la digitalización y la incorporación de talento al sector.

Es un referente en el sector con sistemas de impermeabilización, drenaje, calefacción de superficies y perfiles de acabado

Además de los reconocimientos a la trayectoria, los primeros Premios Efintec distinguieron a Daikin, por su tecnología para la transición energética; Roca, por su solución para la edificación sostenible; y Fracttal, por su propuesta de digitalización aplicada al mantenimiento.

El certamen también contó con jornadas técnicas, presentaciones de productos y recorridos guiados dirigidos a conectar a los profesionales de la instalación con los fabricantes. La organización ya ha anunciado que la próxima edición de la convocatoria se celebrará los días 29 y 30 de septiembre de 2027.

El Periódico del Azulejo llega a 13.500 seguidores en LinkedIn

Proyección nacional e internacional

El Periódico del Azulejo continúa ampliando su comunidad y alcanza los 13.500 seguidores en LinkedIn, una cifra especialmente significativa para una publicación especializada y que refleja de nuevo su capacidad para conectar con los profesionales del sector y dar visibilidad a sus empresas y protagonistas.

Con sede en Castelló, la cabecera de Prensa Ibérica cuenta con un amplio seguimiento en todas las regiones de España, al que se suma una comunidad internacional extendida por Europa, América, Asia y África. Este alcance permite trasladar los argumentos de la actualidad cerámica desde su principal núcleo industrial a profesionales y a los mercados de todo el mundo.

Además de España, entre los países con mayor representación de *followers* en el LinkedIn de **El Periódico del Azulejo** destacan Portugal, Italia, Brasil, México e India, seguidos de Colombia, Estados Unidos, Francia, Argentina, Perú, Chile, China, Egipto, Turquía, Reino Unido, Marruecos, Argelia, Alemania, Túnez, Bélgica y Arabia Saudí.

La cobertura de los eventos industriales y de diseño, seña de identidad de El Periódico del Azulejo.

Entre los contenidos que impulsan esta conexión sobresalen las noticias de empresa, las entrevistas, las opiniones de expertos y la cobertura de las principales ferias, junto con las novedades de producto, las tendencias en diseño y arquitectura, la innovación tecnológica y la actualidad de la distribución de materiales de construcción, la colocación y el equipamiento de baños y cocinas.

Los 13.500 seguidores consolidan LinkedIn como uno de los grandes canales de difusión de El Periódico del Azulejo. Sumando esta plataforma, X, Facebook e Instagram, la comunidad de la publicación supera los 28.800 seguidores, un volumen de *followers* que confirma su alcance y su capacidad para compartir información y conocimiento sobre el sector de forma continuada.

Emac convierte el diseño en experiencia en Cersaie

La compañía adelantó sus novedades para 2027 y sorprendió con el espacio inmersivo **Emac Xperience**

Emac ha aprovechado su participación en Cersaie 2026, celebrada en Bolonia, para presentar sus principales novedades de cara a 2027 y mostrar su apuesta por la innovación, el diseño y la funcionalidad. La compañía, especializada en perfiles técnicos y decorativos, juntas de dilatación y soluciones para la arquitectura y la construcción, ha reforzado su presencia internacional en una de las principales citas mundiales del sector cerámico, donde ha combinado la presentación de productos con una original propuesta expositiva.

Desde su espacio en el Pabellón 19, la firma valenciana dio a conocer sus nuevas soluciones dirigidas a arquitectos, interioristas y profesionales de la construcción, con especial atención a la integración de elementos técnicos en proyectos que buscan combinar estética, seguridad y máxima durabilidad. Entre las novedades destacó *Novopeldaño Natura*, un perfil de madera natural de roble americano sobre una base estructural de aluminio, ofreciendo una solución que combina protección y diseño para los peldaños de escalera.

La firma también mostró nuevos acabados y formatos de algunas de sus gamas más reconocidas, como *Novotri Eclipse*, en acabado Oro Mate; *Novosuelo y Novopared*, en Bronce Mate y Bronce Perla; *Novoescuadra Mini*, en Bronce Mate; y *Novosepara 4*, con una altura de 25 milímetros y acabados Negro Mate y Bronce Mate. A estas propuestas se sumaron los nuevos acabados Hormigón de *Novopeldaño Maxi* y *Novopeldaño MaxiTokyo*, que amplían las posibilidades de combinación decorativa con diferentes revestimientos.

MARCOS SORIA

Emi Boix, CEO de Emac, en la visita institucional a Cevisama encabezada por Juanfran Pérez Llorca.

Uno de los atractivos de la participación de la empresa en Cersaie fue Emac Xperience, un espacio inmersivo instalado junto a su estand que permitió descubrir las aplicaciones de sus soluciones desde una perspectiva diferente a la exposición convencional. La iniciativa acercó los productos a los profesionales mediante una experiencia en la que materiales, acabados y detalles constructivos adquirieron especial protagonismo.

El proyecto contó con la colaboración de Saloni, que aportó los recubrimientos usados para construir el muro de la instalación. Esta experiencia inmersiva permitió mostrar el *Novovierteaguas Eclipse XS*, un pequeño perfil de aluminio que canaliza eficazmente el agua, junto con un doble sistema de impermeabilización que garantiza la estanqueidad en paredes y fachadas. Además permite integrar iluminación LED indirecta.

La innovación, la accesibilidad y la seguridad también tuvieron un rol destacado en la propuesta, con soluciones como *Novojunta Pro Metal SIS*, en versión perimetral; *Novopletina Safety XL*; *Novotop Access*, en Negro Mate; y *Novotapajuntas GTA Aluminio Perimetral*, de 180 milímetros. Estas referencias formaron parte de la exposición orientada a mostrar aplicaciones para diferentes necesidades constructivas.

COLABORACIÓN CON GRUPPO ROMANI

La presencia de Emac en Cersaie también se extendió más allá de su propio espacio expositivo, gracias a una colaboración con la firma italiana Gruppo Romani. En uno de sus ambientes se incorporaron perfiles *Novolistel 3* en acabados Negro, Blanco y Cobre Mate, utilizados para acompañar diferentes materiales y crear contrastes estéticos.

Esta colaboración permitió mostrar las posibilidades de integración de los perfiles decorativos en proyectos de arquitectura e interiorismo, especialmente en los encuentros entre distintos revestimientos y superficies, donde estos elementos cumplen una función tanto técnica como estética.

Asimismo, Cersaie facilitó el contacto directo con clientes, distribuidores, arquitectos e interioristas internacionales, además de ofrecer a la compañía una oportunidad para conocer nuevas tendencias y necesidades del mercado. La feria italiana volvió a reunir a numerosos profesionales del diseño y la distribución de materiales.

PROMOCIÓN EN FERIA VALENCIA

La actividad ferial reciente de Emac también tuvo como escenario Habitat | Cevisama 360, nuevo evento celebrado en las instalaciones de Feria Valencia del 28 de septiembre al 1 de octubre. La compañía participó en este espacio dedicado a los revestimientos, el equipamiento de baño y las soluciones diseñadas para la arquitectura y el interiorismo.

Durante Habitat | Cevisama 360, el espacio recibió la visita institucional por parte del president de la Generalitat Valenciana, Juanfran Pérez Llorca, acompañado de otras autoridades, entre ellas la consellera de Industria, Turismo, Innovación y Comercio, Marián Cano. La delegación fue recibida por Emi Boix, gerente de Emac y presidenta del Instituto Valenciano para el Estudio de la Empresa Familiar (Ivefa), quien tuvo la oportunidad de mostrar las últimas soluciones y novedades del catálogo de la compañía de Quart de Poblet.

El estand de Emac en Cersaie 2026, donde presentó sus novedades técnicas y decorativas para 2027. A la derecha, el equipo de Emac Grupo durante su participación en la feria internacional de Bolonia.

Comercial Vera celebró su 50º aniversario con una multitudinaria gala en el Auditorio Ciudad de Vera con asistencia de empleados, clientes, proveedores, familiares y representantes de la construcción.

Comercial Vera **celebra medio siglo de andadura**

La conmemoración del 50º aniversario continuó en Terraza Carmona, donde los responsables soplaron las velas en una espectacular tarta.

El distribuidor almeriense conmemora sus **50 años** con una emotiva gala que reúne a más de 600 invitados

Comercial Vera celebró el pasado 9 de octubre su 50º aniversario con una gala que reunió a más de 600 personas y completó el aforo del Auditorio Ciudad de Vera. Empleados y antiguos trabajadores, clientes, proveedores, empresarios y profesionales de la construcción, la arquitectura y el interiorismo acompañaron a la compañía almeriense en una velada dedicada a recordar su trayectoria y reconocer a quienes han contribuido a su crecimiento.

El encuentro contó con la asistencia del alcalde de Vera, Alfonso García Ramos; el concejal de Urbanismo, Miguel Jorge Belmonte; y el presidente de la Cámara de Comercio de Almería, Jerónimo Parra Castaño. La gala, conducida por Pedro de Gea, tuvo como invitada especial a Carolina Marín, exjugadora de bádminton, campeona olímpica en Río 2016, tres veces campeona del mundo y siete de Europa.

Uno de los momentos más emotivos llegó con la intervención de José María Gallardo, gerente de Comercial Vera, quien repasó la evolución del negocio y reivindicó el legado de su padre, Francisco Manuel Gallardo Molina, fundador de la empresa en 1976.

Aunque no pudo asistir por motivos de salud, Francisco Gallardo estuvo muy presente durante la celebración. Su hijo subrayó que alcanzar el medio siglo de actividad ha sido posible gracias al esfuerzo de los trabajadores, la confianza de los clientes y proveedores y el apoyo de la familia.

«Estamos muy orgullosos de haber alcanzado los 50 años. Es un momento para agradecer la confianza de nuestros empleados, clientes y proveedores, y para reconocer especialmente a Paco Gallardo, mi padre, fundador de Comercial Vera y origen de todo este camino», manifestó.

Otro de los actos destacados fue el estreno del documental Dos generaciones, un mismo camino, producido por La Pita y El Pitaco. Durante 36 minutos, familiares, empleados y amigos reconstruyen la historia de la compañía mediante testimonios y recuerdos personales. La proyección concluyó con una prolongada ovación del público.

La participación de Carolina Marín constituyó otro de los grandes atractivos de la noche. La deportista compartió su experiencia sobre la superación de las lesiones, la disciplina, la constancia y la preparación mental, estableciendo paralelismos entre su trayectoria deportiva y los valores de la empresa.

La campeona olímpica recibió además un obsequio de manos de Isabel, esposa del fundador y madre del actual gerente: un paisaje de Vera elaborado artesanalmente en barro por integrantes de la asociación Asprodalba.

Tras la gala, la celebración continuó en Terraza Carmona, donde alrededor de 600 invitados disfrutaron de una cena que permitió compartir recuerdos, reencontrarse con antiguos compañeros y estrechar los vínculos que Comercial Vera ha construido durante sus cinco décadas de historia. La música tuvo también un papel destacado, con las actuaciones de Music Almería, que recibió a los asistentes con piezas clásicas, y del grupo Los Vinilos, que animó la velada. Uno de los momentos más simbólicos llegó cuando Isabel, esposa del fundador, José María Gallardo y sus hermanas subieron al escenario para cortar una gran tarta conmemorativa del 50º aniversario, en una imagen que reflejó el carácter familiar de la compañía y la continuidad de su legado empresarial.

Fundada en 1976, Comercial Vera ha evolucionado desde la comercialización de materiales de construcción hasta ofrecer soluciones de cerámica, baño, ferretería, mobiliario, reforma e interiorismo para profesionales y particulares. La firma mantiene su carácter familiar y arraigo local, al tiempo que afronta nuevos retos de crecimiento. Entre sus movimientos más recientes figura la apertura de una tienda en Almería, que amplía su presencia comercial.

Más información:
Escanea el QR para ver las 275 fotografías de la conmemoración de Comercial Vera en www.elperiodicodelazulejo.es

EL PEQUEÑO DE LA CASA

U202530280 221.I.2506.710.ES.01

Para hacer bien lo pequeño, antes debemos haber hecho bien lo grande. Lo sublime se debe pensar en grande y lo bello en pequeño. De eso trata la excelencia. Te presentamos al pequeño de la casa **EMAC®**.

Novovierteaguas Eclipse® XS es un perfil de aluminio lacado de reducido tamaño, el más compacto de la gama de vierteaguas de **EMAC®**, que aporta una estética minimalista sin renunciar a la funcionalidad. El exclusivo diseño del goterón **EMAC®**, ranurado a lo largo del perfil, canaliza el agua de la lluvia de forma efectiva evitando el chorreo sobre la fachada. Cuenta con un sistema de doble alojamiento, probado mediante ensayo, para evitar la filtración del agua. Con la opción de iluminación LED, transforma tu fachada en un juego de luz y diseño que resalta su belleza. Además incorpora un tope posicionador que facilita una instalación precisa.

Novovierteaguas Eclipse® XS, un pequeño muy grande.

ISO 9001 BUREAU VERITAS Certification

AIDIMME NSTITUTO TECNOLÓGICO

Leading Brands of Spain FMRE

SOCIO CORPORATIVO Club Cámara VALENCIA

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

EMAC® EL TOQUE FINAL

EMAC® GRUPO | ESPAÑA | USA | ITALIA |