

el Periódico del

Azulejo

DIRECTOR: ÁNGEL BÁEZ CALVO.
NOVIEMBRE Y DICIEMBRE DEL 2024

NÚMERO 279
www.elperiodicodelazulejo.es

Buenas perspectivas del Tile of Spain en EEUU para el año 2025

Emac apuesta por la propiedad industrial y la inversión en I+D+i

Proyectos únicos

Los Premios Cerámica resuelven su cuadro de honor

FOTOGRAFÍA: NATIONAL CHILDREN'S MUSEUM DE BOSTON.



Imagen de uno de las obras seleccionadas en el certamen de diseño que organiza Ascer.

Sumario

Tema del Mes

Páginas 4 y 5



Una nueva selección de **iconos cerámicos**

Diseño

Página 8

Exagres, soluciones para la arquitectura

Colocación Cerámica

Página 19

Más inversión en innovación de **Emac**

Distribución

Página 22

Nuevo servicio **Gamma**

Industria

Página 13



Entrevista al gerente comercial de **Navarti**

Director: Ángel Báez Calvo. Redactor Jefe: Pepe Beltrán. Jefa Ediciones Especiales: Eva Colom. Coordinadora: Javier Cabrerizo. Diseño: José Martos. Fotografía: Manolo Nebot, Gabriel Utiel, KMY Ros y Erik Pradas. Edita: Comunicación y Medios de Levante, SL. Directora Comercial: Cristina Pastor. Ejecutivo de ventas: J. Cabrerizo. E-mail: azulejo@elperiodico.com. Ctra. Almassora, s/n. 12005 Castellón. Teléfono: 964 349 500. DL: CS-016-2000

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

Recibe cómodamente en tu correo electrónico las principales noticias del sector: ferias (Cersaie, Cevisama, Coverings, Casa Decor), tendencias, nuevos productos, diseño, maquinaria, distribución, 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



Ejecutamos el montaje
a nivel nacional

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



LIZABAR
PLASTICS s.l.

NUEVO

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



La mirada circular, de Javier López Bautista, mirador en Puebla de Arenoso (Castellón), ha recibido la máxima distinción de los galardones que organiza Ascer para visibilizar la versatilidad de la cerámica.

Los Premios Cerámica ponen en valor 14 proyectos

Los premios de **Arquitectura e Interiorismo** otorgan visibilidad a una nueva hornada de trabajos singulares

El proyecto La mirada circular, de Javier López Bautista, y Hill house, de Studio Nolet, son las dos obras ganadoras de las dos principales categorías de los XXIII Premios Cerámica de Arquitectura, Interiorismo y TFM que organiza Ascer. La finalidad de los galardones Cerámica es difundir el uso de la cerámica española en obras de arquitectura e interiorismo (tanto dentro del territorio español como fuera de nuestras fronteras).

El jurado ha estado presidido por el arquitecto Rafael de La-Hoz y han sido sus vocales el arquitecto José González Gallegos (de Aranguren+Gallegos); Jonathan Arnabat y Jordi Ayala-Bril (de Arquitectura G); el periodista David Quesada; y la arquitecta y presidenta del Colegio de Arquitectos de Castellón, Susana Babiloni. Los galardones cuentan con una dotación económica de 15.000 euros para cada uno de los primeros premios en Arquitectura e Interiorismo; y 5.000 euros en la de estudiantes.

CATEGORÍA DE ARQUITECTURA

El jurado ha reconocido con el primer premio a La mirada circular, de Javier López Bautista, un mirador ubicado en la localidad castellanense de Puebla de Arenoso por el uso del material cerámico genera una relación más directa con



Camino de baldosas amarillas, de La Errería, en la localidad castellanense de Canet lo Roig.

el entorno, una comunión entre el ser humano y la tierra que lo sostiene. A través de la disposición del material se evoca la idea de mirador panorámico y se proyecta la mirada sobre el paisaje». La obra permite unas magníficas vistas al embalse del río Mijares

En esta categoría también se han otorgado dos menciones de honor. La primera a Casa Dasmurs, de Mesura Arquitectura. Del proyecto se valora la «simplicidad y sensibilidad en la implantación de la cerámica ya que, con muy pocos elementos, cierra un volumen volcado al paisaje». Y la segunda para Camino de baldosas amarillas, de La Errería en Canet lo Roig (Castellón). El jurado destaca que «una única pieza resuelve la función primordial que es llevar al visitante hasta la ermita y todos los elementos que jalonan ese recorrido: pavimentos, bancos, escaleras y tabicas».

Asimismo, han resultado finalistas el Centro de Arte Hortensia Herrero, de ERRE Arquitectura; el Museo Nacional de la Infancia de Corea, de Office Ou; Casa Gesso, de VirutaLab; y Viviendas rehabilitadas con propósito, de Estudio Correo Viejo/ Ana Beltrán + Eva Sanjuán.

CATEGORÍA DE INTERIORISMO

El primer premio en Interiorismo ha sido para Hill house, ubicada en Sant Feliu de Guixols (Girona) y obra de Studio Nolet por, a juicio del jurado del certamen, «el expresivo juego geométrico y cromático que elude la homogeneización. El uso de la cerámica no solo resuelve superficies, sino que también es

OLEH KARDASH



RAÚL SÁNCHEZ



El primer premio es en Interiorismo ha sido para Hill house, de Studio Nolet, una rehabilitación de una vivienda unifamiliar en Sant Feliu de Guixols.



Casa Dosmurs, en Alella (Barcelona), del estudio Mesura, reconocida con una mención de honor en Arquitectura.

Espai Mimitú, de Mònica Pérez-Arjona, de la firma Habitada Studio.

El jurado selecciona trabajos que abarcan diversas tipologías y usos del material en fachadas, viviendas, museos o restaurantes

capaz de propiciar la generación de elementos de mobiliario fijos».

Las menciones de honor han sido para dos trabajos. En primer lugar, Casa en Guardamar del Segura, de Bernardo Cerrato Hernández, un proyecto en el que se ha aplaudido «cómo la cerámica se integra desde su sencillez matérica en una propuesta de espacios con una arquitectura potente».

Y la segunda, Casa 9/3, presentada al concurso organizado anualmente por Ascer por parte de Cavaa Arquitectes y construida en Vilanova i la Geltrú (Barcelona). El jurado valora el modo en el que los materiales cerámicos son capaces de «actualizar la tradición decorativa, así como su inteligente uso para la zonificación de espacios».

Otros cinco trabajos han sido seleccionados en los Premios Cerámica como finalistas en la categoría de Interiorismo. Se trata de RG House, de Summumstudio; Espai Mimitú, de Mònica Pérez Arjona; Jim & June Restaurant & Dinner, de Robin Hapelt; y Palau Fugit Hotel, de El Equipo Creativo.

CATEGORÍA DE TRABAJO DE FINAL DE MÁSTER (TFM)

Finalmente, el galardón para estudiantes ha recaído en el Trabajo Final de Máster llamado *Retiro Postextractivista. Centro de termoludismo en la Sierra de la Culebra*, de Álvaro Pozo, de la Universidad CEU San Pablo de Madrid, por «el uso expresivo de la pieza cerámica, utilizada a modo de escama para resolver una geometría muy compleja, en un proyecto que conjuga la sostenibilidad con una idea contemporánea de ocio y salud». La mención es para el proyecto *Rincón de las sensaciones*, de Tais Gianella Guevara, de la Universidad CEU San Pablo de Madrid por «la integración de la cerámica en cubierta y solado con otros elementos constructivos».



Más información:

Escanea el QR para ver la GALERÍA DE FOTOS completa de los proyectos premiados en www.elperiodicodelazulejo.es



Casa en Guardamar del Segura, de Bernardo Cerrato Hernández, merecedora de una mención.

Casa Decor desvela su singular edificio de 2025

La muestra de tendencias se celebrará en Sagasta 33, un edificio de finales del siglo XIX en el centro de **Madrid**

Un edificio de porte señorial con estilo decimonónico y detalles de época, situado en el número 33 de la calle Sagasta en el madrileño barrio de Chamberí, será la sede de la 60ª edición de Casa Decor, que se celebrará del 3 de abril al 18 de mayo de 2025.

El inmueble, de 7.141 metros cuadrados, distribuidos en bajo y cuatro plantas, ocupa el frente completo de la manzana de la calle Sagasta, desde la plaza de Alonso Martínez hasta la calle Covarrubias. Sus generosas dimensiones permitirán el despliegue de más de 50 espacios, listos para ser el lienzo en blanco que, sin duda, motivará la creatividad de los participantes de la muestra de decoración e interiorismo más importante del territorio nacional.

La imponente fachada del inmueble está coronada por dos torreones octogonales en las esquinas y uno central en forma trapezoidal, cubiertos de teja de cinc al estilo francés. Sobresale, de cada uno de ellos, una hilera de balcones o miradores acristalados que dotan de dinamismo a la fachada, alineada por medio de balcones con balaustrada de piedra, alternados con rejería.

Estas 90 ventanas abalconadas garantizan que la luz natural llegue a todos los rincones del edificio madrileño. Además, dos amplios patios de luces surten de iluminación a todas las estancias que alberga el interior del inmueble.



El evento llegará su 60ª edición en este emblemático inmueble situado en el barrio de Chamberí.

Casa Decor mantiene «su vocación inaugural al descubrir, recuperar y abrir un rico patrimonio arquitectónico a la ciudadanía, para poner en relieve la gran herencia cultural que tiene España», explican desde la organización. Desde el equipo de la muestra reseñan que «para nuestra 60ª edición hemos elegido un genuino edificio Casa Decor, tipología canónica que nos ha caracterizado durante estos 33 años de andadura por

ciudades como Madrid, Valencia y Barcelona».

El edificio Sagasta 33, construido entre los años 1899 y 1901 por el arquitecto bilbaíno Luis de Landeche Jordán y Urríes, «ejemplifica de manera clara el eclecticismo madrileño de finales del siglo XIX, que sigue las tendencias del racionalismo neogótico con la potente presencia del ladrillo visto en fusión con la piedra y el metal».

Fue un encargo de la familia Zabálburu, para la cual Landeche ya había realizado diversos proyectos. La viuda de Zabálburu le encomendó erigir dos edificios de viviendas de alquiler en la plaza de Alonso Martínez entre las calles Sagasta y Covarrubias, que constituyen un magnífico conjunto urbano en el que Landeche sintetizó todos los estilos arquitectónicos decimonónicos con elegancia y brillantez.

Casa Decor 2024 cerró su 59ª edición el pasado 26 de mayo, celebrada en el

El prestigioso certamen de decoración e interiorismo abrirá sus puertas entre el 3 de abril y el 18 de mayo

palacio de la Trinidad de Madrid, con buenas cifras de asistencia y participación, y la vista ya puesta en 2025, con su 60º aniversario.

En esta ocasión, la exposición contó con 46 proyectos, con la colaboración de 133 empresas, 46 estudios de interiorismo, arquitectura, diseño y paisajismo, y 25 artistas y artesanos. En total, 204 participantes que «transformaron los espacios del palacio, llenándolos de creatividad, tendencias e innovación».



Los BIP, más cerca de ser una realidad en el mercado

Acuerdo para desarrollar la patente de los **balcones industrializados plegables**, diseñados por V. Sarrablo

GABRIEL UTIEL



La firma Gradhermetic ha obtenido la licencia de patente de los balcones industrializados plegables (BIP), invención del investigador Vicente Sarrablo.

La compañía catalana Gradhermetic, firma especializada en soluciones técnicas y decorativas en protección solar, techos metálicos y revestimientos, ha obtenido la licencia de patente de los balcones industrializados plegables (BIP) invención del investigador Vicente Sarrablo, coordinador del Laboratorio de Innovación Tecnológica para la Edificación Industrializada y Sostenible (LITEIS) y catedrático de Construcciones Arquitectónicas en UIC Barcelona.

Sarrablo ha explicado que, durante la pandemia de coronavirus, detectó «una creciente demanda social de terrazas y balcones en un panorama edificatorio que en los últimos tiempos había descuidado la oferta de este tipo de instalaciones vitales para poder disfrutar de un exterior y de que, por tanto, podría resultar muy interesante contar con balcones ligeros prefabricados fáciles de instalar en cualquier fachada».

OPTIMIZACIÓN DEL TRANSPORTE

Así nació el diseño de los BIP, Balcones Industrializados Plegables «que se apilan en un camión y pueden desplegarse y anclarse a las fachadas como grandes estanterías que se producen en serie en una fábrica», según ha expuesto Sarrablo en su patente. El responsable del proyecto ha comentado que los balcones prefa-



El arquitecto Vicente Sarrablo y Javier López, CEO de la empresa castellanense Reymansa, en el balcón industrializado durante su presentación oficial en la edición del año 2023 de Cevisama.

bricados que existían hasta ahora en el mercado «ocupan un excesivo volumen con la incorporación de las barandillas y las escuadras de sujeción a fachadas, lo que repercute negativamente en el precio del balcón a la hora de transportarlos y almacenarlos». A diferencia de estos, los BIP «son ligeros y se pueden plegar

para poder apilar varias unidades dentro de un solo camión, una circunstancia fundamental a la hora de reducir así el número de viajes necesarios para su transporte hasta su emplazamiento físico definitivo», ha añadido.

Además de su aplicación en reformas y rehabilitaciones de edificios existentes,

se ha visto interesante proponer estos balcones en obra nueva aprovechando la actual tendencia a construir de manera más industrializada: de la misma manera que se están produciendo baños prefabricados para introducirlos en hoteles o bloques residenciales nuevos, estos balcones podrían incorporarse igualmente en las fachadas de estos edificios industrializados de nueva planta.

El equipo liderado por Vicente Sarrablo que acometió el diseño de este dispositivo está compuesto por el profesor de Construcción y miembro de LITEIS y doctor en Arquitectura, Oriol Carrasco; y las research assistants de UIC Barcelona School of Architecture, Sofia Argelich y Martina Mussacchio.

INTERÉS POR PARTE DEL SECTOR CERÁMICO

Tal y como recogió en su momento **El Periódico del Azulejo**, el prototipo del balcón se presentó por primera vez en la feria internacional Cevisama, en febrero de 2023, junto con la empresa Reymansa, donde ya despertó el interés

UIC Barcelona

presentó en Cevisama 2023 el prototipo de este sistema, cuya idea surgió durante el confinamiento

de profesionales de la arquitectura y empresas del sector.

La obtención de la licencia de patente por parte de Gradhermetic es una muestra de cómo desde la investigación académica «se puede contribuir a desarrollar soluciones arquitectónicas que ayuden a la industria y a la sociedad en general», según ha explicado Vicente Sarrablo. «En LITEIS tenemos una gran experiencia en acompañar con proyectos de investigación a las empresas en diferentes innovaciones protegidas desde patentes de invención», ha añadido.

El director del Centro de Transferencia de Conocimiento y Valorización de la Investigación (CTC) del Vicerrectorado de Investigación, Innovación y Transferencia, Óscar Carbó, ha destacado que la nueva patente comercializada es un ejemplo de cómo las universidades pueden contribuir a intercambiar y transferir conocimiento al mundo empresarial. Carbó ha señalado que, una vez más, «se pone de relieve la madurez de UIC Barcelona en cuanto a transferencia de conocimiento» y ha recordado que en la universidad «hay ya en curso 15 familias de patentes».



exa-TECH es un referente en placas cerámicas porcelánicas extruidas para fachada ventilada.



La plataforma Archiproducts ha concedido a 'Exadeck' una mención por su carácter innovador.

Exagres, aliado para la arquitectura contemporánea

El fabricante castellonense recibe el reconocimiento de **Archiproducts** para su exitoso sistema 'Exadeck'



Exagres continúa con su marca exa-TECH en la vanguardia del diseño cerámico con soluciones avanzadas para la arquitectura sostenible.

La feria de Cersaie, en Bolonia, un evento internacional clave para el sector del diseño y de la arquitectura, sirvió un año más para que destacara Exagres. De nuevo en esta edición, la prestigiosa plataforma Archiproducts concedió a Exadeck, del fabricante de Betxí, una mención especial, reafirmando «su posición como líder en soluciones innovadoras para exteriores». Desde la firma destacaron

que «el diseño distintivo de Exadeck le ha permitido sobresalir entre los productos más innovadores del certamen italiano, lo que también le ha permitido acaparar la atención de los profesionales y de los agentes del sector».

Otra de las grandes apuestas dentro del catálogo comercial de Exagres es su marca exa-TECH, referente en la producción de placas cerámicas porcelánicas extruidas para fachada ventilada. «Este

sistema embellece las edificaciones y también optimiza su rendimiento en materia energética», indican. Este tipo de fachada actúa como un aislante eficaz y permite la circulación de aire entre la estructura del edificio y la capa exterior. Ello regula la temperatura interior y también minimiza la acumulación de humedad, lo que sirve para prevenir problemas estructurales a largo plazo.

Las ventajas de la fachada ventilada

de Exagres son numerosas. En primer lugar, mejora la eficiencia energética, reduciendo los costos de calefacción y refrigeración. Además, su diseño modular permite una rápida instalación, adaptándose a diferentes estilos arquitectónicos. La amplia variedad de acabados que ofrece Exagres «asegura que todos los proyectos puedan reflejar la identidad deseada. Entre las opciones disponibles, destacan tres acabados: monocolor, masa coloreada y *digital printing*».

Desde Exagres recalcan que «los acabados en *digital printing* ofrecen una paleta visual inigualable, con diseños inspirados en materiales naturales como la madera, la piedra, el cemento y los mármoles». Esta versatilidad «no solo embellece las fachadas, sino que también permite una personalización capaz de satisfacer los gustos más exigentes». Cada diseño «ha sido meticulosamente creado para poder aportar distinción y modernidad a cualquier edificación».

La fachada ventilada de Exagres representa una solución estética y funcional. Este sistema está diseñado para cumplir con las normativas más exigentes, asegurando durabilidad y resistencia frente a las inclemencias del tiempo. La apuesta de Exagres por la I+D y la sostenibilidad se traduce en productos que cumplen los más altos estándares.

Para aquellos interesados en profundizar más sobre las fachadas ventiladas y sus beneficios, en la página web de Exagres se puede encontrar información detallada.

Con todo, Exagres continúa dentro de la vanguardia del diseño cerámico con soluciones avanzadas para la arquitectura y colaborando en que los edificios tengan un plus de «elegancia y eficiencia». Con reconocimientos como el obtenido en Cersaie 2024, la empresa reafirma su compromiso «con la calidad y la I+D+i dentro del sector».

Los Premios Alfa culminarán un año más en Cervisama

Los expositores de la feria ya pueden postularse para optar a las distinciones a la innovación de la **SECV**

Ya está formalmente abierto el plazo de inscripción para los Premios Alfa de Oro, las distinciones instituidas por la Sociedad Española de Cerámica y Vidrio (SECV) en el año 1977 y que se entregan con todos los honores en el marco de Cervisama. Son los reconocimientos más importantes de la industria cerámica española.

Las compañías expositoras de la feria internacional de Feria Valencia que quieran optar a recibir una de las distinciones a la innovación deben presentar su candidatura antes del 7 de febrero de 2025. La solicitud de participación y la memoria técnica descriptiva de la innovación del producto presentado deberán ser remitidas por correo electrónico a la Secretaría de la Sociedad Española de Cerámica y Vidrio en el siguiente correo electrónico: secv@secv.es.

Los productos que se hayan presentado a una convocatoria previa del certamen no podrán ser presentados una segunda vez para optar a los reconocimientos. El fallo de la convocatoria se hará público, tal y como es costumbre, en la primera jornada de Cervisama. En esta ocasión será el 24 de febrero, con motivo de la jornada inaugural del evento que se celebrará en los pabellones de Feria Valencia.



Las tres empresas que se alzaron con los Alfa de Oro en 2024: Ingeneo, Fustecma y Realonda.

El jurado de los galardones estará compuesto por un representante de los siguientes organismos: Instituto de Cerámica y Vidrio, CSIC; Universidad Jaume I de Castelló; el Instituto Universitario de Tecnología Cerámica-Agustín Escardino; la Asociación de la Investigación de Industrias Cerámicas; las tres patronales sectoriales Ascer, Anffecc y Asebec; la Asociación Española de Técnicos Cerámicos; y de la Sociedad Española de Cerámica y Vidrio. El presidente de la SECV, Miguel Galindo, estará al frente de este comité de especialistas quienes, tras su deliberación, concederán un máximo de tres premios.

Hay que recordar que las tres empresas ganadoras en febrero del 2024 en la última edición de las distinciones fueron Fustecma, Ingeneo y Realonda.

#CEVISAMACONNECTIONS cevisama.com

CEVISAMA

International Ceramics & Bathroom Experience

24 - 28 FEB
VALÈNCIA - SPAIN



#savethedate





La vivienda valenciana está diseñada como una U, en la que los dormitorios se encuentran en los extremos, los baños a continuación y en la parte ancha se ubica un amplio salón con cocina oculta.

2E+1L crea un loft que evoca el estilo neoyorquino

Gaby Borro y **Manuel Chirivella** imprimen su original sello en la vistosa reforma de una vivienda en València



Uno de los materiales protagonistas es el metal, representado en el binomio azul-naranja para destacar tanto el mobiliario como la estructura de la casa.

Gaby Borro y Manuel Chirivella son los responsables de 2E+1L Arquitectura, estudio valenciano con una amplia trayectoria en proyectos de viviendas y *retail*. Uno de sus últimos trabajos es la reforma integral de una vivienda tipo loft ubicada en Gran Vía Germanías, una de las principales arterias de València y en la que la cerámica de Inalco es protagonista.

El proyecto se ha acometido en un edificio construido en 1978 siguiendo las líneas de un inmueble de iguales características de Nueva York con «características de la cultura neoyorquina como el acceso directo a los ascensores hasta las viviendas, evitando así perder los espacios de rellano y distribuidor en cada planta, o también la existencia de un cuarto de basuras comunitario con un conducto central para la evacuación de basuras, aunque ese elemento, con el tiempo y frente al mínimo uso por parte de la comunidad, se fue eliminando».

La vivienda tiene una superficie construida de 140 metros cuadrados en la que vive una pareja y su hija pequeña. «La vivienda no tenía ningún tipo de actualización desde su construcción, por lo que, desde las instalaciones hasta los revestimientos y acabados, estaban bastante desactualizados, teniendo en cuenta que fue un edificio muy moderno para su época», explican Borro y Chirivella. «El objetivo del proyecto era la creación de un loft lleno de arte y diseño, una vivienda de sencillez, minimalismo y limpieza visual, que aprovechara al máximo todos los espacios, convirtiéndolos en luminosos, versátiles y divertidos», indican.

Asimismo detallan que «la ubicación nos inspiró a proponer una fachada, lo más transparente posible con carpinterías *minimal windows*, pero a la vez proteger del sol y de una calle con mucho tráfico, creando en los distintos momentos del día, una atmósfera distinta y unos atardeceres únicos». «Buscamos la sorpre-

sa, el aprovechamiento del espacio y de la luz, que es la parte más importante del proyecto, remarcando además, los distintos niveles de privacidad, de manera que se maximizan los espacios de salón y cocina, frente a los dormitorios y baños, que podrían ser zonas de paso o estancia puntual», manifiestan.

La vivienda «está diseñada como una U, en la que los dormitorios se encuentran en los extremos, los baños a continuación y, en la parte ancha, un amplio salón con cocina oculta para engañar al visitante y dar la sensación siempre de espacio abierto».

Sobre los desafíos en la materialización del proyecto, los responsables de 2E+1L señalan que «el primero de ellos fue diseñar un lugar muy funcional, pero que tuviera un diseño atrevido y con nuestro sello personal». «El segundo reto fueron las instalaciones y la ocultación de todas ellas, ya que tanto el suelo como el techo se iban a dejar vistos, para

obtener la máxima altura posible de toda la casa», indican.

Suelo radiante, climatización por conductos dentro del mobiliario, iluminación indirecta, pasos ocultos y grifos «solo se encuentran si se sabe donde buscar». «El suelo radiante calienta sin ver radiadores, la vivienda se aclimata con pequeñas hendiduras en el techo, la luz aparece e ilumina, pero no sabe de dónde viene, por una parte por la domotización, que enciende y apaga las luces reguladas y automatizadas, y por otra, porque la iluminación queda siempre integrada en otro elemento, desapareciendo al ojo», recalcan.

Igualmente, los elementos no siempre son lo que parecen, «como la bañera, que queda oculta bajo un asiento, y cuando se abre, sale un grifo de una parte del armario; o el acceso al dormitorio se realiza atravesando una estantería, o el baño, que por momentos es un pasillo, o un baño sencillo con ducha, o un baño completo con bañera-sauna».

GRES PORCELÁNICO EN DIFERENTES GROSORES

El porcelánico es, junto a la madera y el metal, uno de los materiales protagonistas de la actuación en esta vivienda en València. En concreto, las piezas que reproducen la piedra natural de la marca Inalco, modelo *Totem*, de grosores diferentes, según el uso y ubicación, desde los 7 a los 12 milímetros, pero siempre en formato 3000x1000 mm, que se reparten en los espacios de baño, cocina y salón.

La madera de Fresno se ha usado para todos los muebles de la casa. El último material protagonista es el metal que se encuentra representado en el binomio azul-naranja para destacar tanto el mobiliario como la estructura tal y eras épocas de la industrialización neoyorquina, mediante la pincelada de color.



Más información:

Escanea el QR para acceder a la GALERÍA DE FOTOS del proyecto de 2E+1L en www.elperiodicodelazulejo.es



Con una gran afluencia de visitantes interesados en las soluciones del grupo empresarial, el espacio ha destacado por su diseño funcional y sofisticado, dividido en dos ambientes: dormitorio y baño.

Porcelanosa redefine el diseño hotelero en Madrid



Interhotel 2024, la feria del sector hotelero que se celebra en Ifema Madrid, ha servido de plataforma de promoción a algunas de las propuestas y acabados de las marcas de Porcelanosa Grupo.

Los diseños y materiales de la multinacional brillan en la feria **Interhotel**, especializada en interiorismo hotelero

Porcelanosa Grupo ha desembarcado en Interhotel 2024 con un stand que ha mostrado las últimas tendencias en interiorismo destinadas *ex profeso* para atender las necesidades específicas del sector hotelero. Con una gran afluencia de visitantes interesados en las soluciones innovadoras del grupo empresarial, el espacio de la firma en el certamen celebrado en Madrid ha destacado por su diseño funcional y sofisticado, dividido en dos ambientes: dormitorio y baño.

En el dormitorio, se ha instalado el pavimento vinílico *Linkfloor Realm Iberia*, de L'Antic Colonial, colocado en espiga, aportando elegancia y calidez a la estancia. Este se ha combinado con el papel de pared *Skins Empyrean Spike Clear*, también de L'Antic Colonial.

Para la pared del cabecero, se ha empleado el panel decorativo *Fitwall Rolling White Sand*, de Krion. Como revestimiento del vestidor, se ha elegido el porcelánico de gran formato *Xlight Invisible White Polished*, que con su pro-

nunciado veteado, concede carácter y exclusividad a la atmósfera.

Como punto de contraste del dormitorio, se ha utilizado el acabado *Nogal Moon* para las mesas, el armario y el maletero, de Gamadecor, que se ha combinado con las lámparas *Peonza*, también de Gamadecor, ofreciendo un estilo contemporáneo y acogedor.

En el baño, la colección cerámica *Terra Bone* (Porcelanosa) y sus decorados *Line* y *Deco*, ha sido la protagonista, creando una atmósfera cálida y elegante.

Estas piezas se han combinado con los mosaicos de metal, *Sphere Copper* (L'Antic Colonial) y la espectacular pizarra *Airslate Mysore*, cuyos tonos verdosos transmiten serenidad y personalidad.

En cuanto al equipamiento de baño, compuesto por la mampara *Attica*, el plato de ducha *Slope Blanco* y la encimera *One* (todo de Krion), complementa el diseño con soluciones prácticas y modernas. El premiado grifo monomando *Swan*, el inodoro *I-Comfort* y la columna de ducha *Smart* en acabado negro mate, elevan la experiencia de bienestar y diseño durante la estancia en el hotel.

Con esta propuesta, Porcelanosa Grupo «reafirma su liderazgo en el diseño de interiores para el sector hotelero como referente en tecnología e I+D».



El hotel Daia Slow Beach Hotel Conil ha sido galardonado como uno de los 10 mejores proyectos de sostenibilidad y rehabilitación hotelera 2024 dentro de los premios Re Think.

La reforma integral con cerámica de un lujoso hotel

Verum Hotel Development firma el nuevo Daia Slow Beach Hotel Conil, situado en el municipio gaditano



MANOLOYLLERA

Revestimientos de arcilla, pavimentos de madera natural, lámparas de fibras naturales y pavimentos de madera priman en el proyecto.

Verum Hotel Development, estudio de arquitectura e interiorismo hotelero liderado por el interiorista Jordi Cuenca, ha llevado a cabo la reforma integral del antiguo Hotel Fuerte Conil, perteneciente a la cadena hotelera andaluza Fuerte Group Hotels, para transformarlo en el nuevo Daia Slow Beach Hotel Conil.

El nuevo Daia Slow Beach Hotel Conil, ubicado en primera línea del mar en la Costa de la Luz, renace como establecimiento hotelero de lujo, enfocado al segmento Solo Adultos, con una oferta orientada al movimiento *slow travel*.

Verum Hotel Development ha generado «un nuevo concepto de interiorismo

sostenible, con una atmósfera relajante, que envuelve al huésped en un ambiente vacacional muy natural, ideal para la desconexión. Cada espacio del hotel se ha concebido como un auténtico refugio de tranquilidad y autenticidad», asevera Jordi Cuenca, interiorista y CEO de Verum Hotel Development.

TEXTURAS NATURALES

Con una clara inspiración en el estilo *boho-chic*, este nuevo hotel «destaca por un ambiente donde la tranquilidad de la vida de la costa se fusiona con la riqueza cultural tan característica de Andalucía. A través de una composición de elementos y texturas naturales, cuidadosamente

equilibrada, y de una paleta de colores cálidos y neutros, cada rincón del hotel evoca sensación de bienestar y conexión con la naturaleza».

Para formalizar el concepto del hotel se ha utilizado una selección de distintos materiales de proximidad: pavimentos de madera natural, lámparas de fibras naturales, celosías de cerámica, revestimientos de arcilla, así como algunas piezas decorativas de artesanía local visten tanto zonas comunes como habitaciones de calidez y armonía. El ratán es uno de los materiales más utilizados, cuya textura trenzada natural encontramos en alfombras, asientos, lámparas e incluso en espejos y jarrones decorativos.

Arropada por edificios de habitaciones, con piscina justo frente a la playa, se integra discreta en el paisaje. Para ello, el mobiliario de origen natural de estas áreas se ha escogido cuidadosamente: destaca una pérgola realizada con troncos macizos de árboles autóctonos, parasoles de crochet de tejidos naturales y tumbonas, y mesitas realizadas con estructuras de acacia.

Con opciones para cada momento del día, la amplia oferta gastronómica del hotel (que incluye tres restaurantes, tres bares y una sala VIP) está enfocada en la filosofía *slow*, que propone un estilo de vida que abraza la calidad, la frescura y la conexión con la tierra y la comunidad.

LA ARTESANÍA COMO ELEMENTO DECORATIVO

Entrando en detalle, en el restaurante italiano Roots se han acentuado los colores de forma que el ambiente adoptara un aire más fresco. Mientras que en el restaurante español Origin también predomina la cerámica, atribuyendo mayor importancia a la artesanía como elemento decorativo. Finalmente, en el restaurante grill Salamar predomina el color blanco, junto con detalles en caña y ratán, y el atrezzo en tonos azules, otorgándole una imagen más pura y, evidenciando su vínculo con la piscina, situada justo enfrente.

Las 248 habitaciones «reflejan la serenidad de la arena y la espuma del mar. Todas suman una atmósfera de frescura, ideal refugio en los días más calurosos del verano en la costa andaluza».

Gracias a «las líneas orgánicas y a las texturas naturales de distintos elementos de madera, mimbre, ratán y textiles de lino, la naturaleza cercana se cuela en cada una de las habitaciones».

«Estamos muy satisfechos con el resultado del proyecto porque hemos cumplido con las expectativas de nuestro cliente, Fuerte Hotel Group, para quien ya hemos trabajado en la reforma de otros establecimientos», afirma Jordi Cuenca.

ENTREVISTA

Jorge Piquer Gerente comercial de Navarti Cerámica

«Ya vemos mayor demanda y señales de recuperación»

A pocos días de finalizar el 2024, ¿cuál es el balance en cuanto a ventas de Navarti y la valoración sobre el objetivo que se habían fijado antes de comenzar el año?

–En 2024, el balance ha sido positivo, aunque es cierto que hemos experimentado algunas dificultades debido a factores externos, como la caída casi generalizada de los mercados del Centro-Norte de Europa, donde Navarti tiene una gran presencia. Sin embargo, hemos cumplido con nuestros objetivos en términos de ventas y control de estocs.

–¿Vaticinan que la tendencia del mercado, tanto nacional como internacional, es más positiva que en los últimos años?

–Sí, anticipamos que la tendencia será más positiva, estamos viendo señales de recuperación y mayor demanda, especialmente en mercados clave como el español y el estadounidense. Así como una leve recuperación de los países del centro Norte de Europa comentados anteriormente. La tendencia hacia productos de alta calidad y diseños exclusivos sigue creciendo, lo cual es muy positivo para nuestro posicionamiento.

–¿Cuál es el enfoque principal de Navarti dentro del *portfolio* de marcas del Grupo Pamesa?

–Nuestro enfoque dentro del Grupo Pamesa es posicionarnos como una marca donde el diseño del producto sea nuestra seña de identidad. Queremos destacar por tener un producto diferente que se adapte a las tendencias del momento y permita a nuestros clientes maximizar su rentabilidad.

–¿Cómo define Navarti su propuesta de valor frente a la competencia en el mercado cerámico?

–Nuestra propuesta de valor se basa en productos alineados con las tendencias más actuales y exclusivas del mercado. En el grupo nos concentramos en calidad, diseño y sostenibilidad, lo que nos diferencia de otras marcas. Además, nos aseguramos de que nuestros productos sean rentables para nuestros clientes, con lo que ellos se posicionan ante sus competidores con un producto acorde a las exigencias del mercado, de buena calidad y con precios competitivos.

–¿En qué tendencias está poniendo especial énfasis Navarti para el futuro?

–La sostenibilidad, el diseño minimalista y los acabados naturales. Además, la tendencia de los grandes formatos, como el



El gerente comercial de Navarti, Jorge Piquer, analiza la evolución del año para la marca cerámica.

160x160 o el 120x280 y los productos personalizados que se ajusten a las necesidades específicas de los clientes. También estamos atentos a la digitalización y la integración de tecnologías de vanguardia en el diseño de nuestro catálogo de artículos.

«Anticipamos que la tendencia será más positiva en mercados clave como el español y el estadounidense»

–¿Qué rol juega la innovación en los productos de Navarti, y de qué manera se reflejan las inversiones en I+D en el catá-

logo de la marca?

–La innovación es el núcleo de nuestro proceso de desarrollo. Cada producto que lanzamos refleja el trabajo del departamento de I+D del Grupo Pamesa, buscando materiales innovadores, nuevos acabados y procesos de producción más sostenibles. Las inversiones se reflejan en artículos con acabados más naturales, sostenibles y funcionales que cumplen con las exigencias del mercado moderno.

–¿Qué importancia tiene la sostenibilidad en la estrategia de Navarti?

–La sostenibilidad es esencial en nuestra estrategia. En el grupo Pamesa, nos enfocamos en utilizar materiales reciclables y en optimizar nuestros procesos de producción para reducir el impacto ambiental. Por ejemplo, hemos implementado sistemas de gestión de residuos y estamos buscando nuevas fuentes de energía más limpias en nuestras fábricas como la planta de hidrógeno o la instalación de placas solares sobre todos los centros

logísticos y fabricas, convirtiéndolo en la mayor planta fotovoltaica de autoconsumo en Europa.

–¿Cuáles son los principales mercados en los que Navarti tiene presencia y cuáles considera prioritarios para la expansión a lo largo de los próximos años?

–Actualmente, estamos muy bien posicionados en los mercados árabes y norte europeos. Sin embargo, nuestro enfoque a futuro se centra en fortalecer nuestra presencia en el mercado nacional y expandirnos en Estados Unidos. También estamos explorando mercados emergentes que tienen una creciente demanda.

–¿Qué importancia tiene el diseño en la estrategia de producto de Navarti y cómo logran mantenerse en vanguardia?

–El diseño es fundamental para Navarti, ya que nuestro objetivo es ofrecer productos únicos que se alineen con las últimas tendencias del diseño internacional. Nos mantenemos a la vanguardia asistiendo a ferias de diseño, colaborando con estudios de diseño y adaptando nuestro producto a los gustos de los clientes.

–¿Qué retos considera que enfrenta hoy la industria cerámica y cómo está preparada Navarti para afrontarlos?

–La industria cerámica encara retos importantes como el aumento de los costes de producción, la presión por la sostenibilidad y las fluctuaciones del mercado global. Además de la competencia feroz de los mercados asiáticos. En el grupo Pamesa, estamos preparados para enfrentar estos retos mediante la inversión constante en I+D, la sostenibilidad y la mejora de los procesos de producción.

–¿Cuáles son los principales desafíos que Navarti ha establecido para los próximos cinco años?

–Queremos consolidarnos como una marca referente en diseño cerámico, expandir nuestra presencia en mercados clave y continuar innovando para ofrecer productos de calidad y competitivos.

–¿Cómo ha afectado la transformación digital a la manera en que Navarti se relaciona con sus clientes?

–La transformación digital ha permitido que Navarti optimice la comunicación con nuestros clientes y haga más eficiente el proceso de ventas. Usamos plataformas digitales para gestionar pedidos, inventarios y atender de manera más eficaz las demandas de nuestros clientes. Trabajamos en integrar herramientas de diseño digital para adaptarnos mejor a las necesidades de nuestros clientes. Además, estamos presentes en plataformas de envío de muestras a diseñadores y arquitectos de todo el mundo y cada día tenemos una comunicación más activa con nuestros clientes a través de las diferentes redes sociales.

–¿Qué novedades están preparando para a 2025 y, más en concreto, para la edición de Cerámica Experience que llevarán a cabo en febrero?

–Estamos preparando nuevas colecciones en grandes formatos como el 160x160 o el 120x280 cm., que se presentarán en el evento de Grupo Pamesa entre el 17 y el 28 de febrero. Las novedades incluirán nuevos acabados, grandes formatos y diseños exclusivos para atender las necesidades del mercado global.



El país norteafricano 'castigó' a España desde junio del año 2022 por su apoyo al plan de soberanía marroquí sobre el Sáhara. La 'factura' para la tecnología cerámica y los esmaltes ha sido de 300 millones.

Argelia levanta el bloqueo a los productos españoles

El país africano retira las restricciones para alivio de los fabricantes de **maquinaria cerámica** y de **esmaltes**

Argelia, por fin, Argelia ha decidido levantar todas las restricciones para el comercio exterior con España. Los bancos argelinos concretaron el levantamiento el 6 de noviembre, aunque Argelia comenzó a hacer concesiones desde finales de 2023, cuando ya se retomaron las relaciones diplomáticas entre ambos países tras el nombramiento de un nuevo embajador en Madrid. El desbloqueo era la principal medida adoptada por Argel por el cambio de postura de España en relación con el Sáhara Occidental.

El levantamiento del veto a los productos *made in Spain* es una noticia especialmente bien recibida por parte de las empresas castellonenses especializadas en tecnología cerámica, agrupadas en torno a la asociación Asebec, y su sello Spanish Ceramic Technology, y en la fabricación de esmaltes cerámicos, concentrados en Anffecc. Todas las firmas de ambos colectivos van a poder recuperar un mercado prioritario, después de haber sufrido un grave perjuicio que alcanza los 300 millones de euros durante los dos últimos ejercicios.

«Venimos de una larga temporada con muchas dificultades derivadas de conflictos internacionales como la guerra de Ucrania, el conflicto palestino-israelí... por lo que la apertura del mercado argelino nos da un cierto alivio», resaltan desde Anffecc

Desde la Generalitat valenciana confían en que más pronto que tarde se recuperen las cifras de exportación a Argelia (este país de 45 millones de habitantes era en 2022 el segundo destino de la Comunitat en África), aunque auguran que el proceso será gradual y requerirá

apoyar a las empresas para que puedan restablecer las relaciones comerciales.

Las recuperaciones serán complejas, también y como enfatizan desde Asebec. «En estos dos años el hueco que antes ocupábamos los fabricantes de maquinaria cerámica ha sido sustituido por tecnología procedente de otros países, por lo que ahora tocará pelear mucho para volver a las cifras que exportábamos de antes de junio del 2022», indica el presidente de la asociación José Miquel.

Al tiempo que se retoman las relaciones con España, el Gobierno argelino ha entrado en otra crisis con Francia desde que Emmanuel Macron mostrara su apoyo al plan marroquí sobre el Sáhara Occidental. Ante ello, Argel ha ordenado en noviembre bloquear las domiciliaciones para el comercio con Francia.

Equipceramic y Maincer firman una alianza estratégica

Sinergia entre dos firmas referentes

Equipceramic, referente en tecnología para la industria del ladrillo, ha cerrado recientemente una alianza estratégica con Maincer, empresa castellanense conocida por su trayectoria como fabricante de maquinaria para el rectificado de cerámica y mercantil adherida a Asebec / Spanish Ceramic Technology. Esta colaboración «marca el comienzo de una nueva etapa para ambas empresas, donde Equipceramic ofrecerá soluciones inte-

grales para el rectificado de ladrillo», explican desde la compañía con sede en Vilanova del Camí (Barcelona).

Con esta alianza, Equipceramic refuerza «su compromiso de proporcionar a sus clientes tecnología de vanguardia y un servicio personalizado que atienda las necesidades específicas del mercado cerámico». La combinación de la experiencia de Maincer en maquinaria de precisión y rectificado y el enfoque innovador de Equipceramic en automati-



Las instalaciones de Equipceramic, referente internacional para la industria del ladrillo.

zación y termodinámica, «permitirá a los fabricantes del ladrillo optimizar cada etapa del proceso productivo, mejorando la calidad y eficiencia». Maincer acredita

más de 30 años en el diseño, fabricación y montaje de maquinaria tanto para la industria cerámica como de otros sectores que requieren sus soluciones.

Ciberseguridad **al servicio** de la industria azulejera

Obg consultores y **Alias Robotics** han rubricado recientemente una alianza para «proteger y optimizar los procesos dentro del clúster cerámico»



La alianza entre Obg consultores y Alias Robotics ofrece «un conjunto integral de servicios de ciberseguridad diseñados para los retos del sector».

Obg consultores by Orbelgrupo y Alias Robotics han anunciado su alianza para «optimizar la seguridad digital del sector azulejero». Esta colaboración «combina la experiencia local en transformación digital con la experiencia internacional en ciberseguridad industrial con el fin de ofrecer soluciones de vanguardia para proteger y optimizar los procesos de producción en la industria cerámica».

Jesús Ortiz, consultor principal de Obg consultores, destaca que «nuestra colaboración con Alias Robotics nos permite ofrecer a todas las empresas azulejeras de la provincia de Castellón un nivel de protección sin precedentes. Combinamos nuestro profundo conocimiento del tejido empresarial local con la experiencia internacional en ciberseguridad industrial de Alias Robotics, creando soluciones a medida que no solo protegen, sino que también optimizan los procesos productivos».

Por su parte, Nuria Carrillo, CRO de Alias Robotics, añade que «la industria azulejera de Castellón no solo lidera en innovación, sino también en la adopción de nuevas tecnologías. Nuestra experiencia en auditorías y protección de sistemas industriales se adapta perfectamente a sus necesidades de seguridad. Junto con Obg consultores, ofrecemos soluciones que no solo garantizan la resiliencia frente a ciberataques, sino que también



Las empresas, ante el reto de cumplir con las futuras exigencias normativas nacionales y europeas.

permiten a estas empresas mantener su ventaja competitiva en un entorno global cada vez más digitalizado».

La alianza estratégica entre Obg consultores y Alias Robotics ofrece «un conjunto integral de servicios de ciberseguridad industrial diseñados específicamente para abordar los desafíos concretos del sector azulejero». Este portafolio de soluciones «comienza con una exhaustiva identificación de activos en redes OT,

mediante la realización de un mapeo detallado de la infraestructura industrial de cada empresa para clasificar y proteger sus activos más críticos».

A continuación, «se desarrolla una hoja de ruta personalizada para la mejora de redes OT, fortaleciendo la infraestructura y adaptándola a las necesidades específicas de cada planta de producción cerámica». También se incluyen auditorías de ciberseguridad y pruebas de pene-

tración «para identificar vulnerabilidades en los sistemas de automatización y control industrial para la producción azulejera». Además, «se ofrece una evaluación completa del cumplimiento normativo, analizando la infraestructura frente a los requisitos de normativas europeas como NIS2, ISO 27000 y GDPR, así como estándares internacionales relevantes para la industria».

Este enfoque integral se complementa «con programas de formación y capacitación en ciberseguridad, diseñados para elevar las competencias del personal técnico y directivo del sector, asegurando una cultura de seguridad robusta en todos los niveles de la organización».

REGULACIONES FUTURAS

Con esta oferta, las empresas azulejeras «no solo se protegen contra amenazas cibernéticas avanzadas, sino que también se posicionan ventajosamente en un mercado global cada vez más regulado y

El acuerdo combina la experiencia local en transformación digital con el ‘know how’ internacional en ciberseguridad

consciente de la seguridad digital». Esta colaboración «llega en un momento crucial, con la adopción de la Directiva NIS2 sobre la Seguridad de Redes y Sistemas de Información en octubre de 2024. Aunque los estados miembros tendrán hasta 2025 para transponerla a sus legislaciones nacionales, es esencial que las empresas del sector azulejero se anticipen a estos cambios». La alianza con Obg consultores y Alias Robotics «ayudará a las empresas de la provincia de Castellón a cumplir con las futuras exigencias normativas, evitando sanciones y fortaleciendo su posición en el mercado».

Jesús Ortiz concluye que «queremos que la industria de Castellón sea un referente en innovación y calidad, como hasta ahora, y que también lo sean en materia de seguridad digital. Con esta alianza, ofrecemos la tranquilidad que las empresas necesitan para enfocarse en producir cerámica de clase mundial».

Las empresas interesadas en saber cómo puede beneficiar a su negocio esta alianza pueden contactar con Obg a través del correo hola@obgconsultores.com.

H2frit depara resultados

«positivos» con hidrógeno

El proyecto aglutina el **esfuerzo innovador** de Anffecc, Esmalglass, bp, ITC-AICE y de Carburos Metálicos



La reciente visita de los 'partners' involucrados en el proyecto a las instalaciones de Esmalglass, donde se desarrollan las pruebas piloto de H2Frit.



Nuevos pasos hacia la descarbonización de la producción de fritas cerámicas. La Asociación Nacional de Fabricantes de Fritas, Esmaltes y Colores Cerámicos, Anffecc, ha indicado que las primeras pruebas de introducción de hidrógeno en el horno realizadas en el proyecto piloto H2frit han resultado satisfactorias. Después de meses dedicados a planificación, ingeniería para la adaptación tecnológica del proceso productivo, definición de la metodología de ensayos e instalación en planta de todo el equipamiento, en septiembre comenzaron las

primeras pruebas de introducción de H2 en el horno piloto de producción de fritas. Previamente, se realizó una selección de las fritas a testear y los materiales refractarios a analizar.

Las pruebas iniciales han consistido en la realización de los primeros ensayos de introducción de H2 en el horno con el nuevo quemador, comenzando con un volumen del 0% de H2, e incrementando progresivamente dicho volumen para pasar al 20%, 50%, 75% y, por último, al 100%. Los primeros ensayos han concluido que la modificación del combustible en el horno, de momento no produce, en

las condiciones de ensayo utilizadas, cambios significativos en el comportamiento en fusión de la mezcla de materias primas. Tampoco en los estándares de calidad en cuanto a fritas ni en las propiedades los vidriados obtenidos.

VIABILIDAD TÉCNICA

Para Manuel Breva, secretario general de Anffecc, «son aún ensayos preliminares, y habrá que esperar al desarrollo completo del proyecto, pero los primeros indicios dan muestras de que producir fritas cerámicas con H2 sería viable técnicamente. Otra cosa es la viabilidad real,

que dependerá de muchos factores, como la garantía de producción y suministro suficiente y estable, y el precio que se consiga». Desde Anffecc se incide así en «la necesidad de un desarrollo de infraestructuras y de un marco regulatorio que permita una transición energética sostenible y en unos plazos razonables para la industria. La sostenibilidad ineludiblemente pasa por el factor rentabilidad, tema especialmente sensible en un momento como este, en el que está muy mermada por la caída de la demanda y producción que atraviesa el sector».

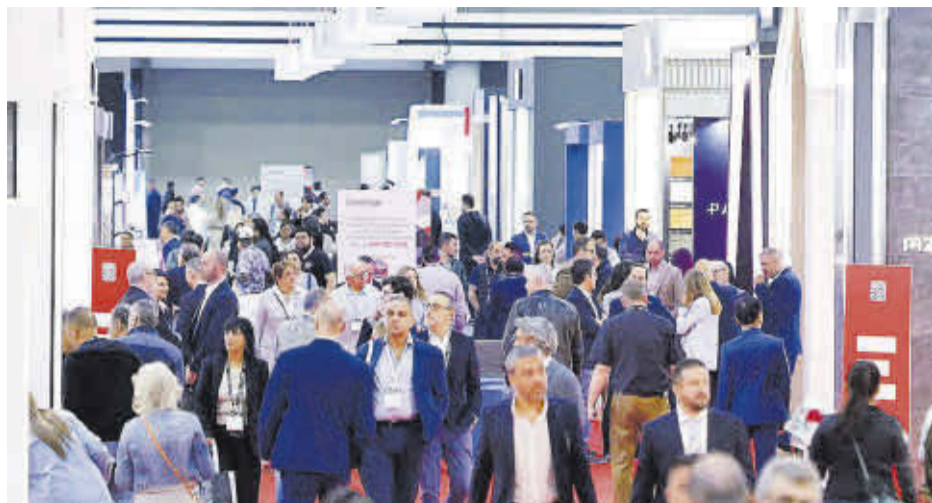
Irene Lores, directora de Desarrollo de Negocio de Hidrógeno de bp en España, ha comentado al respecto que «estamos muy orgullosos de colaborar en el proyecto H2frit, que representa un paso significativo hacia la descarbonización del sector de fritas cerámicas. El hidrógeno renovable tiene un rol clave en la transición energética y en la transformación de nuestra refinería en un hub de energía integrada».

Por su parte, Yolanda Reig, directora general del ITC, afirma que «este proyecto está a la vanguardia de la innovación tecnológica y para el ITC es clave poner a disposición del sector su conocimiento. Nuestro papel está centrado en el estudio de la influencia del cambio en la composición de la atmósfera del horno sobre la calidad de las fritas, y en la viabilidad técnica del proceso. Estamos muy esperanzados con los resultados que lleven a demostrar la existencia de una tecnología emergente».

Manolo Sanz, director general de Esmalglass, empresa que alberga las pruebas, confirma el «compromiso con la transformación del sector cerámico hacia una industria más innovadora y limpia y la apuesta por tecnologías que reduzcan la huella de carbono». E indica que alianzas como la de H2frit «beneficiarán a todo el sector, para ser más competitivos en un mercado exigente en materia de sostenibilidad y que requiere avances significativos hacia un modelo productivo más respetuoso».



Los primeros ensayos concluyen que la modificación del combustible en el horno no produce cambios significativos en el comportamiento en fusión de la mezcla de materias primas.



EEUU fue en 2023 el primer país destino de las exportaciones españolas de cerámica. En los primeros nueve meses de 2024, la evolución de las ventas ha registrado un leve crecimiento del 1,5% en valor.

Estados Unidos alimenta el optimismo del Tile of Spain

Ascer presenta un informe que anticipa que en 2025 las exportaciones de azulejo crecerán un 5% en volumen

Ascer ha celebrado recientemente un *webinar* para presentar las principales conclusiones del estudio de mercado sobre Estados Unidos, desarrollado por JLC Consulting. En la jornada, seguida por aproximadamente 30 participantes, el experto consultor Joe Lundgren explicó en detalle los diferentes puntos recogidos en el informe que van desde los datos macroeconómicos del país hasta la evolución del mercado de la construcción y de los pavimentos y revestimientos cerámicos, canales de distribución, materiales com-

petidores y tendencias del mercado. Según se recoge en el estudio, se estima que 2025 sea el año en el que el mercado de la construcción se empiece a recuperar gracias a la bajada de los tipos de interés e impulsado principalmente por el segmento no residencial. Sin embargo, las políticas de la nueva administración Trump, las posibles disrupciones logísticas en los puertos de la Costa Este o la falta de instaladores cualificados serán puntos que podrían tener un impacto sobre el mercado y que habrá que seguir de cerca.

Según se desprende del estudio, el mercado estadounidense de baldosas cerámicas supuso en 2023 unas ventas de 32 millones m², siendo la cuota de España del 17,5% y ocupando la segunda posición. El 70% de la cerámica consumida en EEUU proviene de las importaciones, y los principales orígenes son, por orden de importancia, (datos en volumen): India (20,3%), España (17,5%), México (16,8%), Italia (15%), Brasil (9,3%), Turquía (8,7%) y Vietnam (3,9%). En 2024, la evolución del mercado registra una tendencia negativa con una

reducción del 9% (volumen) y se estima que en 2025 la tendencia viere con crecimiento de en torno al 5%. El gres porcelánico continúa siendo el producto más demandado con una cuota del 67% del consumo, y en cuanto a los formatos el 30x60 cm es el más vendido, y el 60x120 cm gana popularidad. Estados Unidos fue en 2023 el primer país destino de las exportaciones de Tile of Spain, con unas ventas por valor de 456,1 millones de euros (-11,6%). En los primeros nueve meses de 2024, la evolución de las ventas ha registrado un leve crecimiento del 1,5% en valor, mientras que en volumen se ha registrado una caída del 8,3%. El estudio de mercado, materializado en el marco del convenio con la Generalitat Valenciana, se publicará en la web de transparencia de Ascer.

Coverings ya tiene fechas y sedes para los tres próximos años

La feria vuelve en 2026 a **Las Vegas**

La edición 2025 de Coverings ya ha comenzado a dar sus primeros pasos. La feria más influyente de cerámica y piedra natural de Estados Unidos ha abierto la inscripción para la próxima edición con una novedad: el pago por el acceso al evento para los asistentes de la feria. También son oficiales las fechas y la sede no solo de 2025 si no de los dos siguientes ejercicios, en los que el evento mantiene su carácter rotatorio por dife-

rentes zonas del país con el objeto de acercar las propuestas de los expositores al mayor número posible de clientes. En el año 2025, Coverings se desarrollará en su sede más apreciada por los fabricantes cerámicos españoles: Orlando, en el estado de Florida. La cita permanecerá abierta entre el 29 de abril y el 2 de mayo del 2025. Por su parte, en el año 2026, y como es habitual, la feria mantendrá su itinerancia geográfica. Si en 2024 Coverings se ha



La última edición del certamen norteamericano se celebró en la ciudad de Atlanta.

celebrado en Atlanta (en el estado de Georgia), en 2026 se trasladará a Las Vegas (Nevada). El certamen tendrá lugar en la popular ciudad del juego entre el

30 de marzo y el 2 de abril. Después, ya en el año 2027 la muestra internacional regresará a la ciudad de Orlando entre el 6 y el 9 de abril del 2027.



Juan Luis López, Juan José Montoro y Rubén Ibáñez, con las Insignias de Oro de ATC. Sobre estas líneas, el presidente de la asociación, junto con los profesionales condecorados con la Insignira de Plata.

La ATC anuncia las fechas de su congreso en 2025

La entidad renueva la mitad de su **junta** con los vocales Ignasi Falomir, Gerardo Gozalbo y Héctor Morales



Antonio Sos, Natxo Falomir, E. Roger Goñi, Lina Pérez, Gerardo Gozalbo, Juan José Montoro, Joaquín Peris, Guillermo Vila y José Manuel Garrigues.

Cerca de 200 profesionales se dieron cita en noviembre en la tradicional cena de la Asociación Española de Técnicos Cerámicos organizada en Castelló. El presidente de ATC, Juan José Montoro, hizo entrega de las Insignias de Oro y de Plata a los homenajeados durante la velada.

La máxima distinción de la entidad se hizo entrega sus Insignias de Oro al exdirector técnico de Grupo Pamesa, Juan Luis López, y al presidente de la Autoridad Portuaria de Castellón, Rubén Ibáñez. Con este reconocimiento ATC busca «enaltecer el compromiso y el esfuerzo a la hora de impulsar la competitividad de la cerámica y el posiciona-

miento del sector dentro y fuera de nuestro país, misiones en las que Grupo Pamesa y el puerto de Castellón tienen un papel estratégico y una vasta experiencia». Por otra parte, la asociación castellanense concedió un total de ocho Insignias de Plata a profesionales que suman 25 años de trayectoria en la Asociación: José Luis Amorós, José Luis Díaz, Javier García, Gustavo Mallo, Eliseo Monfort, José Miguel Montroy, Antonio Carda y Amparo Mecho.

Durante la velada, la ATC dio a conocer que realizará una donación a la Fundación Hospital Provincial de Castellón, en concreto al proyecto *Bioneumotox*, dedicado a la investiga-

ción de cáncer de pulmón. La periodista Inma Castell, excompañera de *Mediterráneo* y autora del libro *El maratón de mi vida. Convivir con el cáncer es posible*, quien donó a la misma causa la recaudación de su obra el pasado septiembre, recogió el documento simbólico de manos de Montoro, ya que la donación oficial se entregará próximamente.

Los asistentes aplaudieron la iniciativa solidaria, considerada también como un homenaje al fallecido periodista Daniel Llorens, muy querido dentro de la prensa especializada y en el clúster, además de estrecho colaborador de ATC.

La Fundación Hospital Provincial, a través del mencionado proyecto de inves-

tigación, está desarrollando un estudio pionero que tiene como objetivo el análisis de factores biológicos y toxinas ambientales implicadas en el desarrollo del cáncer de pulmón, buscando mejorar las estrategias de prevención, diagnóstico y tratamiento de esta enfermedad.

Como sorpresa, Juan José Montoro dio a conocer las fechas oficiales del XVIII Congreso Internacional del Técnico Cerámico de 2025. El evento, de carácter bienal, se desarrollará los días 20 y 21 de noviembre del próximo año, en el Auditorio y Palacio de Congresos de Castelló. La edición llevará por lema *Innovación generativa* y, como viene siendo habitual en las últimas ediciones del foro, contará con el apoyo de la Diputación Provincial de Castellón y el Ayuntamiento de Castelló.

CAMBIOS EN EL ÓRGANO RECTOR

La Asociación Española de Técnicos Cerámicos ha materializado la renovación de la mitad de su junta directiva. ATC sometió a votación de los asociados la designación de cinco de las diez vocalías, la vicepresidencia y la tesorería del colectivo con sede en Castelló.

Después del recuento, se anunció que tres nuevos vocales se suman al organigrama: Ignasi Falomir, Gerardo Gozalbo y Héctor Morales (residente en Guatemala). Los tres nuevos vocales se unen así a José Manuel Briz, José Manuel Garrigues, Enrique Roger Goñi, Jorge Mundi, Abderrahim Lahlahi y Guillermo Vila (estos dos últimos renovaron formalmente su vocalía).

Por su parte, Joaquín Peris renovó su vicepresidencia y Lina Pérez lo hizo con la tesorería. Juan José Montoro se mantiene como presidente y Antonio Sos como secretario general de ATC.

En noviembre del año 2026, la Asociación de Técnicos Cerámicos volverá a celebrar elecciones, en coincidencia con su 50º aniversario, en las que renovará tanto la presidencia, como la secretaria y las otras cinco vocalías.



Emi y Nuria Boix se encuentran al frente de Emac, fabricante de referencia de perfiles para la edificación, la arquitectura y el interiorismo. Sobre estas líneas, el stand de la firma en Cersaie 2024, en Bolonia.

Emac, más inversión en

I +D y propiedad industrial

Cuenta con más de **120 registros protegidos** entre modelos, marcas y materiales de formulaciones propias

Invertir en innovación como estrategia de marca. Emac Grupo, especialista en perfilaría técnica y decorativa, ha aumentado la inversión en propiedad industrial un 86% y un 41% en I+D+i durante 2023 como resultado de su «apuesta por la defensa de marca, patentes y modelos industriales». La compañía valenciana cuenta actualmente con más de 120 registros protegidos entre modelos, diseños y marcas, y materiales de formulaciones propias y únicas, como el material Maxi, que incorpora fibras vegetales en su composición, o el Astra, un polímero extra resistente que funciona en todo tipo de entornos.

Durante el ejercicio pasado la compañía, que está presente en más de 100 países y posee filiales en Estados Unidos e Italia, ha crecido de manera «controlada, sostenible y rentable», rozando el 5% en 2023, reflejo «un año más del patrón de estabilidad que suponen las empresas familiares». «La recurrencia de los beneficios nos permite mantener una posición de tesorería sólida y abordar todos los proyectos de inversión con financiación propia», asegura su CEO, Emi Boix.

La empresa también cuenta con una amplia trayectoria de internacionalización, cada vez más presente en sus cifras de negocio. No en vano, las ventas en el exterior en 2023 alcanzaron el 39% de la facturación, mientras que el 61% provino del mercado nacional, del que Emac posee un profundo conocimiento.

La reinversión de los beneficios obtenidos en 2023 «se destinarán principalmente para impulsar el crecimiento de las tres sedes de la compañía en Valencia,



'BuildingEye system', un sistema de monitorización para optimizar la gestión de los edificios.

Miami (Estados Unidos) y Sassuolo (Italia)». Además, se utilizarán «para seguir fomentando la innovación y las medidas para mejorar el bienestar del equipo Emac y su desarrollo profesional, como la capacitación para trabajar con inteligencia artificial», explica Emi Boix.

En 2024, la compañía liderada por las hermanas Boix (Emi, Nuria y Laura) tiene en marcha nuevos proyectos de innovación que «marcarán una diferencia significativa en nuestro sector, no solo darán solución a problemas técnicos, sino que apostarán también por el diseño y la

decoración como valores irrenunciables», apunta Emi Boix. Respecto a las ventas y resultados del ejercicio presente, la CEO del fabricante afirma que son «optimistas» ya que durante el primer trimestre las ventas han repuntado.

Fundada por Juan José Boix hace 37 años en Quart de Poblet, Emac Grupo ha conseguido que sus soluciones estén presentes en edificaciones emblemáticas alrededor del mundo, como el estadio Santiago Bernabéu, el Edificio Las Naves de Valencia, los aeropuertos de Dubái, Santiago de Chile o Tocumen (Panamá),

la Universidad Politécnica Mohammed VI en Marruecos, y en numerosos establecimientos de firmas como Zara, El Corte Inglés o Primark.

'BUILDINGEYE SYSTEM'

En su afán por la I+D+i, Emac Grupo presentó en la reciente edición de Cersaie, *BuildingEye system*, un avanzado sistema de monitorización para optimizar la gestión de los edificios y minimizar los costes de mantenimiento y el impacto medioambiental asociado.

BuildingEye se basa en la tecnología del Internet de las Cosas (IoT) para proporcionar «una vigilancia continua del estado estructural de los edificios. Instalado en las juntas estructurales, el sistema mide una serie de parámetros esenciales que permiten detectar, de forma temprana, posibles patologías o anomalías». «Esta capacidad preventiva evita reparaciones profundas y costosas, y reduce el riesgo de deterioro acelerado que podría comprometer la estabilidad y seguridad del edificio. Al actuar antes de que los problemas se agraven, se garantiza la durabilidad de las estructuras y la seguridad de los ocupantes», indican.

Además, el *BuildingEye System* se integra de manera eficiente en los edificios inteligentes, lo que permite el acceso remoto a datos en tiempo real desde una sala de control (SCADA) o cualquier dispositivo con conexión a internet. Esta flexibilidad «facilita la toma de decisiones rápidas y fundamentadas sobre el estado de la edificación, lo que repercute directamente en una mayor eficiencia energética y sostenibilidad operativa».

Desde Emac remarcan que *BuildingEye System* está ya en la fase final de desarrollo con pruebas en un edificio piloto y que «promete revolucionar el concepto de mantenimiento preventivo en la construcción».

Fila estrecha vínculos con su red de clientes nacional

La empresa realiza nuevas demostraciones prácticas en las instalaciones de algunos de sus **distribuidores**

Fila Iberia ha llevado a cabo durante las últimas semanas nuevas demostraciones prácticas en las instalaciones de algunos de sus clientes por la geografía española. Durante las sesiones, impartidas por el equipo de la compañía, han acudido un buen

número de profesionales para conocer en primera persona las cualidades técnicas y estéticas de las principales soluciones del catálogo de Fila.

Estos encuentros, que forman parte del ADN de la delegación en España de la multinacional desde hace más de una década,

han contado con la participación de Regino Rubio, Jordi Adsuara, Antonio Payán y Antonio Vallilengua. La compañía es una referencia en el mercado nacional e internacional como fabricante de soluciones para la protección y mantenimiento de superficies.



BigMat Álvaro Albalat



BigMat Aldino



Ferri Villena



Ramón Cabado



BigMat Silviu



BigMat Tabertera



BigMat Brea



BigMat Pepe

Rubi suma más ergonomía y eficiencia en sus modelos

La marca incorpora nuevas propuestas en cortadoras profesionales y en soluciones para **grandes formatos**

Rubi está anticipando durante las últimas semanas algunas de las novedades de producto diseñadas para «transformar el sector» y que serán protagonistas a lo largo del 2025. Y lo está haciendo durante las recientes ferias comerciales a las que ha asistido como expositor, como Cersaie y Batimat.

Una de las grandes apuestas de la compañía es la nueva cortadora monoguía TK, una cortadora que maximiza la visibilidad del corte y proporciona una potencia y precisión «insuperables». Este desarrollo constituye «un avance significativo en ergonomía y eficiencia, ya que ofreciendo al profesional una experiencia de corte mejorada».

Además, Rubi ha mostrado la nueva DC 250 Smart Advance, una innovadora cortadora eléctrica que adapta automáticamente su rendimiento al trabajo necesario. «Es el verdadero corte inteligente,



La cortadora circular 'TC-125 G2', una de las novedades para trabajar con placas de gran formato.

diseñado para facilitar el trabajo del profesional y optimizar el tiempo y la precisión en cada proyecto», apuntan.

La compañía también amplía la gama de productos diseñados con la tecnología de batería CAS (*Cordless Alliance System*), el sistema de batería multimarca que permite a los profesionales del sector de la construcción trabajar con diferentes máquinas utilizando una sola batería adaptable. Ello permite «ahorrar tiempo y dinero, a la vez que brinda una mayor comodidad y eficiencia en el desempeño diario de los alicadores y soladores». Los nuevos productos son la luz *Rubi Lumeo* con una alta eficiencia, potencia y robusta; y también la nueva amoladora *Angle Tech*.

LA GAMA 'SLAB' INCORPORA NUEVAS CORTADORAS Además, Rubi ha exhibido también la gama completa de *Slab* para los grandes formatos, donde destacan la cortadora manual de láminas porcelánicas *Slim Cutter Plus G2* y la cortadora circular *TC-125 G2*, entre otras novedades desarrolladas para dar respuesta a las necesidades de las placas de gran formato.



DL-125 · 1200

LA NUEVA CORTADORA POTENTE, LIGERA Y VERSÁTIL

- 1 Tu aliada ligera, robusta y fácil de transportar. Combina **potencia** (motor de 2,4 CV) y **portabilidad** (solo 48 kg), por lo que es ideal para trabajos de espacio reducido. Su amplia diversidad de medidas de corte (**hasta 3cm de grosor y 135cm de longitud**) la convierten en una herramienta altamente **versátil**.
- 2 Su disco pequeño de 125mm, unidos a su estructura de puente, garantizan precisión y eficiencia; mientras que sus patas ajustables, rueda y asa facilitan el transporte.
- 3 Perfecta para alicadores y constructores que buscan **calidad y facilidad de uso**.



Azulejos Javier Fernández, distribuidor de materiales de construcción de Fuenlabrada; y Tinalex, con sede en la provincia de Tarragona, están formalizando el proceso con la ayuda de Gamma.

Éxito del servicio **Gamma** de relevo generacional

Tres asociados de la central destacan el valor del nuevo **asesoramiento** instaurado hace seis meses

Solo seis meses después del lanzamiento del servicio de relevo generacional para los asociados de Gamma, las tres primeras firmas que han utilizado este servicio pionero relatan su experiencia. Gamma Tinalex, Gamma Ginesta y Gamma Azulejos Javier Fernández son los almacenes de materiales de construcción en los que «era necesario el relevo y el asesoramiento de la central ha sido la clave para cerrar el proceso».

Javier Fernández afirma que «este servicio nos ha dado el empujón que necesitábamos tanto en temas gerenciales como en ejecución de ese relevo», de la misma manera que lo afirman desde Ginesta que explican que «nos encontrábamos en una situación complicada, con la necesidad de dar paso al relevo, pero con muchas dudas e incertezas».

Desde Ginesta Gamma lo califica como «una gran propuesta de valor para muchos asociados que se encuentran en una situación similar a la nuestra»; mientras desde Tinalex revelan que «el mismo día en que se presentó el servicio, tomamos la decisión de contratarlo y en ese instante ya fijamos una cita con el consultor para iniciar el procedimiento».

En los tres casos, no solo coinciden en que se trata de un servicio «muy importante en el contexto actual», sino que lo califican de «necesario» dada la situación compleja en la que se encuentran muchos almacenes de construcción en este capítulo concreto.

Desde Gamma recalcan que «este servicio, que se vehicula mediante una consultoría experta, ofrece todo tipo de facilidades a los asociados». De hecho,



Gracias a Gamma, Ginesta afronta con mayores garantías el cambio generacional en la firma.

Tinalex afirma que «se nota especialmente la experiencia con la que cuenta la consultoría». «Se trata de un proceso que nos ha aportado nuevos puntos de vista», confiesan desde Ginesta, y añaden que «ha ayudado a la persona que coge el relevo a adquirir nuevos conocimientos y habilidades».

Desde Gamma ponen en valor que este es «un servicio pionero y único y que muestra, una vez más, la capacidad de nuestro equipo de profesionales que trabaja con una clara visión y orientación hacia el futuro y que proporciona a los almacenes asociados esa seguridad de saber que están en el lugar correcto».

Este es uno de las muchas aportaciones que Gamma, como central de com-

pras, servicios y tecnología pone al alcance de los almacenes y que completa un portafolio, que tal como manifiestan desde Ginesta, «nos ayuda a elevarnos a otro nivel sin perder nuestra esencia». «Son un conjunto de facilidades que son muy bien valoradas, sobre todo aquellas que nos ayudan a rentabilizar nuestros negocios, a ser más competitivos en el mercado y a ofrecer un mejor abanico de opciones a nuestros clientes», comunican desde Tinalex.

FORMACIÓN, LOGÍSTICA, DISEÑO Y TECNOLOGÍA

El abanico de soluciones especializadas que la central aporta a sus almacenes adheridos constituye un plus en su día a día y es calificada por parte de los pro-

prios asociados como «un conjunto muy amplio de servicios entre los que destacamos «el acceso a la formación, la seguridad y, por ejemplo, tener dos días de entrega fijos cada semana, lo que permite disponer de forma fiable, rápida y ágil del producto», indican desde la dirección de Azulejos Javier Fernández, y añaden que «todo ello nos ayuda a competir contra las grandes superficies».

Asimismo, desde Tinalex señalan otros servicios que son muy bien valorados como el 3D o la gestión de redes sociales «que nos ayuda a ser más visibles y accesibles en internet», los de carácter logístico o el de diseño de tiendas. Además, también aplauden que la central «nos aporte servicios y soluciones actualizadas que nos ayuden a trabajar mejor y a ser más eficientes, como, por ejemplo, soluciones constructivas y herramientas de *software* que nos faciliten la toma de decisiones estratégicas».

MÁS DE 500 PUNTOS DE VENTA EN TRES PAÍSES

En suma, se trata de un conjunto de beneficios que los almacenes «consiguen de forma inmediata al asociarse a la central y que hoy están ayudando a más de 500 puntos de venta de España, Portugal y Andorra a mejorar su competitividad y situar su negocio al mismo nivel que las grandes superficies». Desde la cadena resaltan que «no solo se trata de servicios que contribuyen a mejorar el día a día, sino a afrontar problemas tan reales como la falta de relevo en los almacenes y a los que Gamma se encarga de poner solución de forma profesional».



Más información:

Escanea el QR para acceder a las ENTREVISTAS completas de los tres asociados de Gamma



Andimac ha presentado recientemente la primera edición del Estudio del Profesional de la Construcción, Fontanería y Climatización en España con interesantes conclusiones sobre el sector.

El profesional elige en un 75% el canal tradicional

La atención personalizada o el servicio técnico decantan la preferencia ante las **grandes superficies**

El 75% del consumo de los profesionales de la construcción, fontanería y climatización recae en los canales de la distribución especializada de materiales frente al 25% restante que lo hace en las grandes superficies. Así se desprende del primer *Estudio del Profesional de la Construcción, Fontanería y Climatización en España*, que ha sido presentado esta mañana por la asociación que representa a la distribución profesional de materiales para la edificación y rehabilitación (Andimac) a partir de los datos recabados por la consultora especializada en estudios de mercado GfK-NielsenIQ.

La distribución sigue liderando el gasto de los profesionales tanto de fontanería como de construcción. La patronal lo atribuye a que «los canales profesionales cuidan más que las grandes superficies los servicios relacionados con la financiación a medida de los proyectos, el apoyo técnico o la relación directa comprador-vendedor, que permite una asesoría personalizada y un acompañamiento efectivo que mejora de forma significativa la experiencia de compra».

Del informe también se desprende que cuanto mayor es el grado de profesionalización de un oficio, mayor es su vinculación al canal profesional. Así los profesionales de climatización y fontanería, más tecnicados, concentran un 86,2% del gasto en el canal profesional, frente a un 73% de los oficios de la construcción, con notables diferencias también en función de la especialización y autopercepción profesional.

Por tanto, Andimac considera que la innovación y el valor añadido que redundan en mejores prestaciones para los consumidores son, por el momento, «un valor diferencial de la distribución profesio-



La distribución profesional de materiales copa el 75% del consumo de oficios de la construcción.

sional». Esto además se ve reforzado por el hecho de que el 85,4% de las compras se realizan en el canal profesional y representan el 75,4% del valor, mientras que el 70,6% de las compras se realizan a través de las grandes superficies y representan el 24,6% del valor de las mismas.

SUMINISTROS A OBRAS

Otras de las ventajas de la distribución que muestra el informe pasan por la capacidad logística para mejorar los suministros a las obras, que en las grandes superficies resultan bastante deficitarios al tener los profesionales que cargar los materiales, y todo ello se refleja en los tiempos de desplazamiento y en los costes asociados al transporte.

Entre las virtudes de las grandes superficies, el informe señala el volumen de stock, ya que no trabajan bajo catálo-

go, lo que a su vez puede tirar hacia abajo los precios en detrimento de la calidad de los materiales. De igual modo, las grandes superficies suelen ubicarse en áreas periféricas pero muy bien comunicadas para ofrecer comodidad geográfica de compra a los profesionales del sector. Frente a ello, desde Andimac apuntan como vector de cambio asentar una cultura de cooperación dirigida a impulsar modelos locales de centrales de venta. Esto ayudaría a hacer frente a esta debilidad. La otra, por supuesto, es el crecimiento inorgánico de empresas y ganar tamaño. A juicio de la patronal, ambas vías permiten hacer frente a una debilidad estructural, como es el tamaño medio de las empresas.

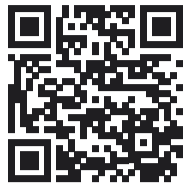
Por tamaño de la empresa, el autónomo sin empleados es el que muestra una mayor tasa (19,6%) que dice no comprar

en el distribuidor profesional. A partir de tres empleados, esta tasa cae al 9,2%. En cuanto a la relación del canal profesional con la edad de los responsables de compra, sorprende que el rango más joven admite utilizar siempre el canal profesional (aunque en el 90% de los casos también usa grandes superficies). En paralelo, el segmento de edad que menos asiste a la distribución profesional es el que oscila entre los 36 y los 50 años (20,1%).

Asimismo, el estudio pone de relieve la inquietud con aquellos aspectos vinculados con la formación técnica y de producto. Y es que se apunta al problema del relevo generacional, que no sólo rompe los cauces de la transferencia de conocimiento, sino que requiere formar a los nuevos profesionales llegados, en general, de terceros países.

Desde Andimac subrayan el reto que esta transformación generacional y cultural de la demanda representa para el canal profesional, a la que se plantea dar respuesta generando un ecosistema de identidad y cualificación centrado precisamente en dar forma concreta a los puntos fuertes de la distribución profesional, que muchas veces quedan difusos. En este sentido, una propuesta que los trabajadores más jóvenes del canal profesional valoran muy positivamente es que la formación técnica que se realiza en los puntos de venta pueda 'sumar puntos', y por tanto ser reconocidos para una certificación profesional.

Entre los servicios de apoyo que los distribuidores del canal pueden ofrecer a los profesionales, los que se consideran más importantes por las empresas de construcción y fontanería consultadas son, en primer lugar, la formación técnica de producto (53,4%) y, en segundo, el apoyo en la recogida de residuos y el reciclaje (49%). Desde Andimac señalan la importancia creciente de este segundo aspecto en la medida en que a partir de 2025 entren en vigor modelos de circularidad creciente para todos los productos comercializados.



Novoescuadra MINI

Oro Royal

NEW

Novonivel® MINI

Novosepara® MINI

Oro Royal

NEW

Novopeldaño® MINI

COLECCIÓN

MINI



QUÉ GRANDE SER PEQUEÑO

Son las pequeñas cosas las que hacen grande la vida. Mucha gente pequeña, en lugares pequeños, haciendo cosas pequeñas, pueden cambiar el mundo. Y ese es el espíritu de nuestra **Colección MINI**, concebida para cambiarte la vida.

La **Colección MINI de EMAC®** destaca por su diseño minimalista y la gran delicadeza de sus líneas. Un diseño perfecto que funciona creando una gran armonía con los elementos de cada espacio. A la ligereza y sencillez de sus formas, se unen sus acabados de tendencia plata, blanco y negro, todos en un sedoso acabado mate.

El **Novosepara** y la **Novoescuadra MINI** amplían su gama de acabados con el **Oro Royal, un acabado único** y necesario para determinados ambientes premium.

Colección MINI, qué grande es ser pequeño.



AIDIMME
INSTITUTO TECNOLÓGICO



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 |