

el Periódico del

# Azulejo

DIRECTOR: ÁNGEL BÁEZ CALVO.  
DICIEMBRE DEL 2024 Y ENERO DEL 2025

NÚMERO 280  
www.elperiodicodelazulejo.es

**Ascer** destaca la evolución positiva de las ventas del mercado español

**Cevisama** impulsa el 'contract' y recreará un hotel sostenible

FOTOGRAFÍA: D. ZARZOSO

Casa Gesso, del estudio Viruta Lab, proyecto finalista de la última edición de los Premios Cerámica en la categoría de Arquitectura.

2025, año para volver a crecer

# Sumario

## Tema del Mes

Páginas 4 y 5



El sector vaticina el cambio de **tendencia**

## Industria

Página 7

**Orbelgrupo** avanza en transformación digital

## Diseño

Página 16

**Entrevista** a la arquitecta Anabel Soria

## Colocación Cerámica

Página 22

Año clave para **Molins**

## Distribución

Página 23



Un sistema disruptivo para la venta de **baños**

Director: Ángel Báez Calvo. Redactor Jefe: Pepe Beltrán. Jefa Ediciones Especiales: Eva Colom. Coordinadora: Javier Cabrerizo. Diseño: José Martos. Fotografía: M. Nebot, G. Utiel, KMY Ros y Erik Pradas. Edita: Comunicación y Medios de Levante, SL. Directora Comercial: Cristina Pastor. Ejecutivo de ventas: Javier Cabrerizo. E-mail: [azulejo@elperiodico.com](mailto:azulejo@elperiodico.com). Ctra. Almàsora, 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](http://www.elperiodicodelazulejo.es)

NUEVO NÚMERO



Te DESCUBRIMOS los **DESTINOS IMPRESCINDIBLES** para el **2025**



El 2024 ha sido un difícil año de transición para la industria cerámica por los 'coletazos' de la fuerte crisis energética de los últimos ejercicios y a la espera de volver en el 2025 a los números positivos.

# El azulejo espera crecer en 2025 después de tres años

La producción en 2024 ha sido similar a la de 2023 debido al impulso del **mercado español**, donde las ventas ya registran cifras en positivo

La patronal cerámica Ascer ha llevado a cabo durante el mes de diciembre su balance del ejercicio. Los representantes de la asociación de fabricantes, encabezada por Vicente Nomdedeu, realizaron un adelanto de los datos de facturación total, de la producción de la cerámica española, de las exportaciones, de las ventas en nuestro país y de las previsiones para a 2025.

La facturación del sector cerámico prevista para 2024 se situará en 4.804 millones de euros, lo que supone un descenso de entre el 1 y el 3% con respecto a 2023. Por su parte, las exportaciones, cuyo valor se situará en torno a los 3.454 millones de euros, afrontarán una caída de entre el 3 y el 5%. La buena noticia llega del mercado nacional, cuyas ventas se elevarán a 1.350 millones de euros, con una evolución positiva de entre el 2 y el 4%. La producción, que se prevé que alcance los 390 millones de metros cuadrados, se mantendrá igual que en 2023 o caerá, como mucho, un 3%.

El presidente de Ascer, Vicente Nomdedeu, ha señalado que los datos del sector cerámico son positivos «más por el



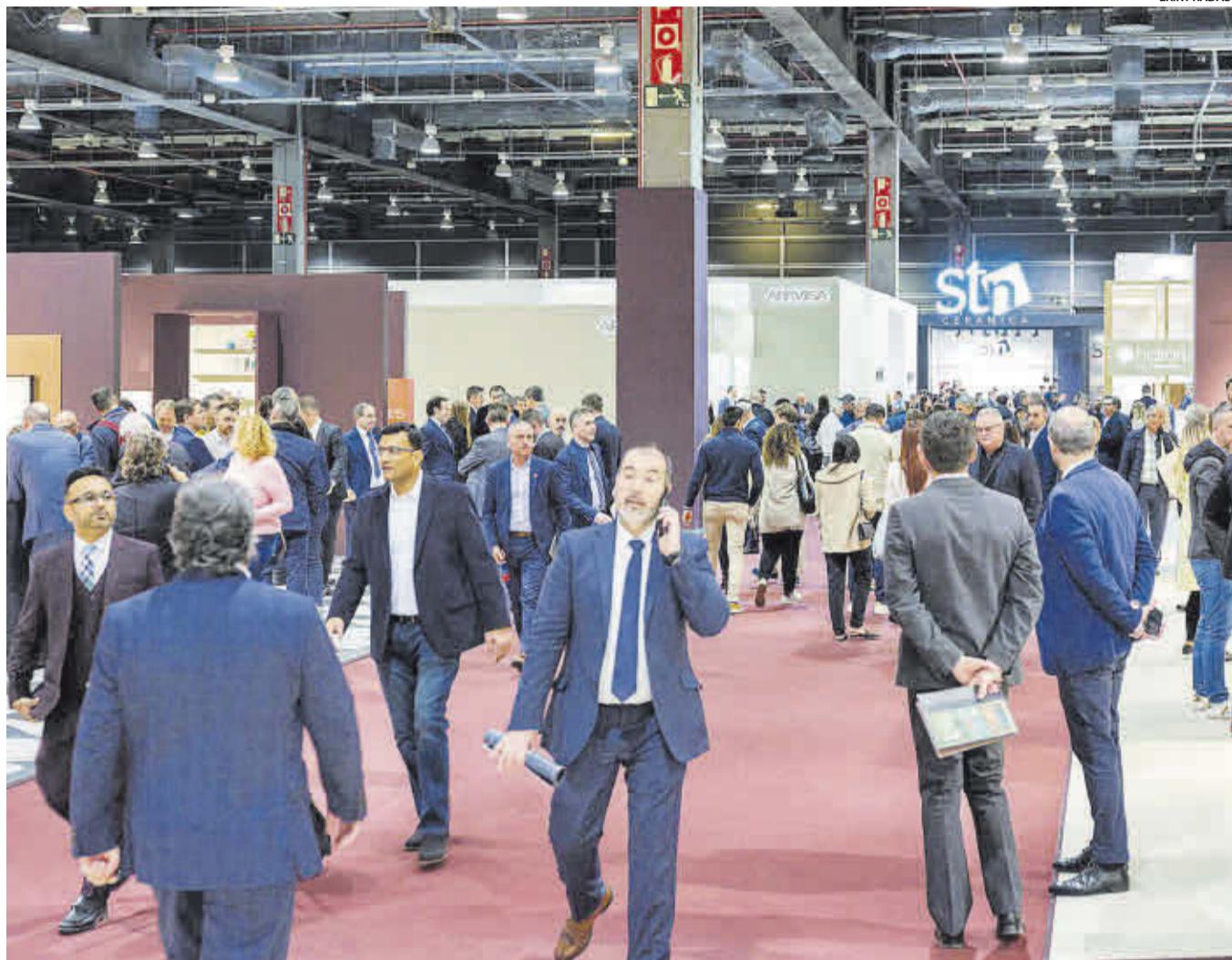
Miguel Nicolás e Ismael García Peris, vicepresidentes de Ascer, junto con Vicente Nomdedeu.

esfuerzo de las empresas que por el entorno». Asimismo ha destacado que entre 2021 y 2023 el sector ha perdido una tercera parte de la producción, «lo que significa que una tercera parte del sector ha desaparecido». No obstante, ha subrayado que «el sector continúa siendo el clúster más importante tanto de la provincia de Castellón como de toda la Comunitat Valenciana».

#### «REPUNTE» DE PEDIDOS TRAS CERSAIE

Nomdedeu, que ha apuntado la necesidad de trabajar «en clave europea», ha resaltado que el sector ha sufrido durante este año una caída, aunque a partir de septiembre se ha producido «un repunte». El presidente de Ascer explicó que se debe «al buen rendimiento de la feria Cersaie, que ha generado más pedidos que en años anteriores». También comentó que en este momento «hay un repunte de los proyectos de remodelaciones de hoteles y de inversiones públicas».

En cuanto a la producción, ha informado de que hasta octubre presentaba una caída del 2,3%, aunque acabará el año en datos similares a los de 2023.



Las cifras de empleo dentro del sector ofrecen unos resultados esperanzadores entre enero y noviembre en 2024: las compañías aumentaron un 5,8% su número de trabajadores, con 681 contrataciones.

Con ello, España es el octavo productor mundial en superficie. Por otra parte, ha lamentado que las políticas de fuera de la UE no cumplen con los estándares europeos y ha especificado que «la distancia entre la producción europea y la extraeuropea cada vez es más corta».

Respecto al 2025, el presidente de la patronal azulejera ha realizado pocas referencias a lo que puede suceder, pero sí ha afirmado que será un año «de estabilización y pequeño crecimiento» después de tres años muy difíciles. A ello se suma el horizonte incierto en mercados internacionales relevantes, como Alemania, o la posible imposición durante el año de aranceles por parte del

pues por cada empleo directo en el sector se generan 5,2 empleos adicionales», ha añadido Nomdedeu. Y ha resaltado que, desde que empezó la crisis, han cerrado una docena de empresas. Asimismo, ha recordado que el sector supone el 3% del PIB industrial español, el 22% del PIB industrial de la Comunitat Valenciana y el 32% del PIB industrial de Castellón.

Además, ha destacado como principales retos del sector el déficit energético, los costes y los plazos de descarbonización «que están desalineados con la realidad del sector» y la pérdida de competitividad y rentabilidad. En este sentido, ha pedido a la administración apoyo a los sectores industriales, y en especial al cerámico, y mecanismos directos de apoyo y sin excesiva burocracia.

También ha demandado la desaparición de las barreras normativas, promover la colaboración público-privada, la reindustrialización europea, la revisión de las políticas industriales, el estatuto de gasintensivo, una simplificación de los procedimientos y facilitar más las ayudas públicas.

#### ARANCELES INSUFICIENTES PARA INDIA Y TURQUÍA

El vicepresidente de Ascer Ismael García ha afirmado que así como las medidas antidumping aplicadas a China han sido «efectivas», los aranceles aplicados a India y Turquía «no han frenado significativamente su acceso dentro del propio mercado europeo».

Según ha manifestado, la patronal cerámica continuará trabajando en propuestas para regular las condiciones ambientales, laborales y éticas. Y también seguirán con mucha atención la investigación antidumping abierta por Estados Unidos a India. «Continuaremos vigilando la exigencia de los certificados de calidad y vamos a destinar importantes esfuerzos a la promoción del Tile of Spain en el mundo», ha añadido.

**La demanda al alza en España se saldrá con unas ventas de 1.350 millones y una evolución positiva de entre el 2 y el 4%**

nuevo presidente de Estados Unidos Donald Trump.

En cuanto al empleo dentro del sector, desde Ascer han señalado que, hasta el mes de noviembre del año 2024, las cifras son favorables: con un incremento del 5,8% de la fuerza laboral del sector, o lo que es lo mismo, se han contratado a 681 personas más.

«Tenemos un efecto multiplicador,



## La factura energética

Los representantes de Ascer, durante su comparecencia para realizar el balance del colectivo durante el 2024, han resaltado que la factura energética total «va a ser muy parecida a la del 2023, al tener precios similares y prácticamente la misma producción». No obstante, el vicepresidente de la entidad, Miguel Nicolás, manifestó que a pesar de que el precio del gas se ha estabilizado, «está muy lejos de los que se consideran precios normales», y que el 25% de la facturación del sector se destina a energía, «lo que es una barbaridad».

Nicolás ha manifestado que los costes de CO<sub>2</sub> continúan restando mucha competitividad al sector cerámico respecto a otros fabricantes que no están bajo el impacto de este coste. Al respecto, desde Ascer aclaran que en 2023 se produjo una reducción de las emisiones del 19% «debido a la gran caída de la fabricación».

«La factura estimada de coste del CO<sub>2</sub> para el sector es de alrededor de 12 millones de euros, inferior a la de años ante-

riores por la caída de la producción y porque el precio de la tonelada de CO<sub>2</sub> ha disminuido», ha apuntado el vicepresidente de Ascer.

El vicepresidente de la patronal cerámica también se ha referido a las alternativas existentes para acometer el proceso de descarbonización, y ha destacado que el biometano sería la solución más viable a corto plazo, aunque el «problema» es que hay muy pocas plantas en España y el coste es elevado. No obstante, ha confiado en que el precio pueda ser competitivo en unos años.

Los hornos eléctricos, el hidrógeno o la captura de carbono serían otras alternativas, aunque «no factibles a corto plazo y condicionadas a la demanda por parte del sector», ha dicho Nicolás, quien ha apuntado que la hoja de ruta para la descarbonización pasa por un uso racional del gas natural, el impulso del biometano o la ampliación de los plazos fijados actualmente para los sectores con una difícil descarbonización.



MARCOS SORIA

Le evolución positiva quedará a expensas de la política comercial que implante Donald Trump en su nueva etapa en la presidencia y a los problemas logísticos en los puertos de la Costa Este.

# Estados Unidos alienta las expectativas para 2025

El mercado ofrece previsiones positivas en los próximos meses con un crecimiento estimado en torno al **5%**

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.

Tal y como se desprende del estudio, el mercado estadounidense de baldosas cerámicas supuso en 2023 unas ventas de 32 millones metros cuadrados, 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 es el más vendido, y el 60x120 el que más popularidad gana.

Hay que recordar que 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 se publicará en la web de transparencia de Ascer (<https://transparencia.ascer.es>).

## El Congreso del Técnico Cerámico prepara sus detalles

El foro se celebrará en **noviembre**

Al menos de 11 meses de la celebración del XVIII Congreso Internacional del Técnico Cerámico 2025, organizado por la Asociación Española de Técnicos Cerámicos (ATC), el comité técnico ha celebrado ya su primera reunión. El objetivo ha sido comenzar a trabajar en la estructura y contenidos de la cita, que se celebrará los días 20 y 21 de noviembre de 2025 en el Auditorio y Palacio de Congresos de Castelló.

La próxima edición lleva por título *Innovación Generativa* y, en ella, la inteligencia artificial y la digitalización tendrán un marcado protagonismo. Además de este bloque temático, el programa también contará con un apartado de tecnologías cerámicas, otro sobre diseño, tendencias, marketing y producto y un último sobre descarbonización.

El comité técnico ha celebrado ya la primera de sus reuniones, presidida por Juan José Montoro (presidente de ATC) y



ERIK PRADAS

El certamen especializado ha congregado en las últimas ediciones a más de 350 participantes.

con Antonio Sos como secretario. Un total de 20 vocales, profesionales del sector cerámico español, conforman el grupo expertos. La próxima edición del foro se celebrará, precisamente, en el mismo año en el que Castelló acoge la Asamblea Europea de la Cerámica, en

fecha aún por determinar. El Ayuntamiento y ATC han acordado colaborar en la organización y difusión de esta cita de calado mundial y, al mismo tiempo, el Patronato Municipal de Turismo de Castelló apoyará económicamente el Congreso bienal.

# Orbelgrupo, liderazgo en la transformación industrial

La compañía ha reforzado su presencia en la **Comunitat Valenciana** como socio clave mediante su amplia experiencia y su visión innovadora



Jesús Ortiz, CEO de Orbelgrupo, firma castellanense con más de cuatro décadas de trayectoria.



Instalaciones del coworking en Castellón que albergan el 'hub' de innovación digital de Orbelgrupo.

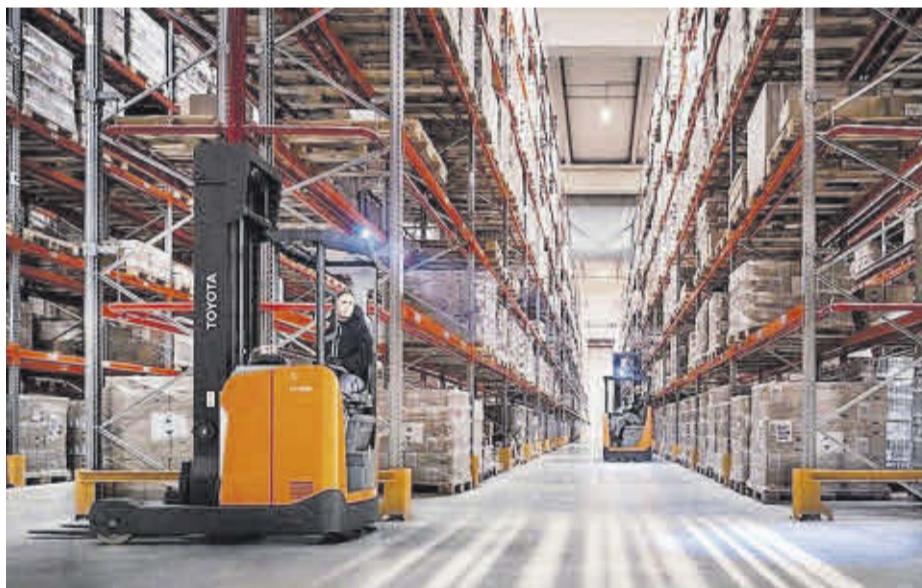
Con más de 40 años de experiencia, Orbelgrupo se ha consolidado como un referente global en el sector industrial y de servicios, destacando en áreas clave como flotas, formación, ingeniería avanzada y consultoría. En 2024, la compañía refuerza su presencia estratégica en la Comunitat Valenciana, fusionando su vasta experiencia con una visión innovadora que la posiciona como socio clave en la transformación de la industria del futuro.

En el ámbito de las flotas industriales, Orbelgrupo refuerza su liderazgo como *partner* estratégico de Toyota, el referente global en soluciones de manipulación de materiales. Con más de 1.800 máquinas gestionadas y más de 15.000 intervenciones anuales, Orbelgrupo se posiciona como un líder en el mantenimiento, optimización y tecnificación de flotas industriales, integrando soluciones avanzadas de robótica y automatización.

Paralelamente, la formación industrial es otro de los pilares fundamentales del Grupo. A través de su Academia Industrial, capacita anualmente a más de 8.000 profesionales, con una oferta educativa que abarca disciplinas clave como mecánica industrial, logística avanzada, robótica y seguridad industrial. La academia adapta sus programas a las necesidades de la Industria 5.0, con un enfoque integral que responde a los nuevos desafíos de la digitalización y automatización industrial.

#### RED DE INSTALACIONES

La evolución de Orbelgrupo va sumada al crecimiento de sus instalaciones «para impulsar la transformación industrial». Entre las infraestructuras más relevantes de la firma se encuentran el Centro OMA (Academia de Mecánica Industrial) y la Academia Intralógica, diseñados para



La empresa corrobora su posicionamiento en flotas con 1.800 máquinas y soluciones avanzadas.

proporcionar formación técnica especializada de alto nivel.

El Centro OMA, con 1.000 m<sup>2</sup>, está enfocado hacia la formación avanzada en mecánica industrial y al fomento de programas formativos. Por su parte, la Academia Intralógica, también de 1.000 metros cuadrados de superficie, ofrece formación práctica en maquinaria industrial avanzada con el objetivo de que los profesionales adquieran experiencia en los procesos más innovadores de la fabricación industrial. Estos espacios de formación han sido creados «para responder a las necesidades de una industria en constante evolución y garantizar que los participantes se familiaricen con las últimas tecnologías y metodologías en el sector».

Orbelgrupo también cuenta con el Centro Campa, un espacio de 12.000

metros cuadrados dedicado a la ingeniería avanzada y la logística industrial, donde se integran las últimas tecnologías para la optimización de procesos. Este centro está diseñado para ser un referente en la mejora continua de los procesos logísticos e industriales, ofreciendo soluciones de vanguardia para las empresas del sector.

#### NUEVO ESPACIO: ORBEL EXPERIENCE CENTER

Finalmente, el Orbel Experience Center es el nuevo espacio de 1.000 metros cuadrados que se posiciona como «un motor de innovación y colaboración en la industria para realizar eventos exclusivos, demostraciones de productos y actividades orientadas a la transformación del sector». En un futuro cercano, el centro albergará la Academia Robótica, una iniciativa pionera enfocada en la digitali-

zación industrial y la optimización de procesos, consolidándose como un elemento clave en la evolución tecnológica y la competitividad del sector industrial.

#### COWORKINGS EN CASTELLÓN Y SAGUNTO

Junto a estas instalaciones, Orbelgrupo gestiona coworkings estratégicos en Castellón y Sagunto, que sirven como *hubs* de innovación digital. El Coworking de Castellón, con 400 metros cuadrados, es el centro de referencia para proyectos estratégicos en consultoría e I+D+i. Por su parte, el coworking de la localidad valenciana está especializado en ingeniería logística y aporta «un entorno ideal para la digitalización de procesos industriales». Con la organización de eventos exclusivos y jornadas, estos coworkings se posicionan como «ecosistemas dinámicos que potencian la creación de alianzas y fomentan la colaboración entre empresas para la innovación y el crecimiento empresarial».

#### «2025 ES UNA OPORTUNIDAD PARA NOSOTROS»

Jesús Ortiz, CEO de Orbelgrupo, destaca el enfoque estratégico de la compañía para los próximos años: «2025 representa para nosotros una oportunidad única para seguir liderando en innovación, sostenibilidad y formación. Estamos decididos a afrontar los retos del futuro, capitalizando las oportunidades para impulsar una industria más avanzada y responsable. Invitamos a todas las empresas a unirse a nuestra visión y ser parte de esta transformación».

En este contexto, Orbelgrupo refuerza su compromiso con «la evolución de la industria y apostamos por la colaboración entre personas y tecnología para ofrecer soluciones que promuevan la eficiencia, la sostenibilidad y el avance del sector cada vez más digital».



Algunos de los voluntarios castellanenses desplazados hasta las zona 0 de l'Horta Sud de la provincia de Valencia. Sobre estas líneas, parte del contingente de bicicletas que se entregó en Sedaví.

# Continúa el apoyo para los afectados por la DANA

Voluntarios, compañías privadas y entidades del sector se han volcado con las poblaciones **damnificadas**

Más de dos meses después de la DANA que castigó buena parte de la provincia de Valencia el pasado 29 de octubre, todavía hay miles de afectados que no han podido recuperar la normalidad de sus vidas diarias. Desde el día siguiente de la catástrofe, miles de personas anónimas, empresarios y colectivos de toda España han colaborado para aliviar, en la medida de lo posible, los efectos de las terribles inundaciones.

Desde la provincia de Castellón se han activado infinidad de iniciativas. Una de

ellas ha sido la impulsada por Sacmi Ibérica que, desde los días posteriores a la DANA, consiguió coordinar a 34 profesionales de su plantilla en diversas acciones de voluntariado para aportar material de primera necesidad, así como equipamiento de todo tipo a localidades como Benetússer, Catarroja, Paiporta, Sedaví, Alfafar, Cheste, Ribarroja y la pedanía de la Torre, entre otras.

La colaboración de la compañía tecnológica castellanense se ha trasladado durante las últimas semanas mediante seis furgonetas y un camión de 3,5 tone-

ladas para transportar material donado y herramientas necesarias para las labores de ayuda. Desde Sacmi se ha recogido y

**Empresas como Sacmi han aportado tanto medios técnicos como humanos**

entregado en terreno: ropa, alimentos, productos de higiene y útiles de trabajo; también se ha transportado un importante contingente de bicicletas, organizado por el Ayuntamiento de Castellón y entregadas en Sedaví.

#### SUMA DE ESFUERZOS

La empresa ha colaborado con un buen número de firmas privadas y asociaciones y entidades para trasladar su solidaridad a los afectados. Desde Sacmi reconocen la «predisposición y la voluntad de la Asociación Jóvenes Empresarios de Valencia, del propio Ayuntamiento de Castellón, de Mercavalencia, de la parroquia Santiago Apóstol, de Recircular, del Banco de Alimentos de Valencia y de Huhtamaki, que han sido claves para hacer llegar la ayuda a los vecinos.

## Keeltek expone sus soluciones en el campo del 'packaging'

Exhibe la tecnología **Makebright**

Keeltek, firma castellanense especialista en soluciones globales en ingeniería para industrias como la cerámica, ha estado presente recientemente en la feria Empack Madrid 2024. La compañía ha dado a conocer en el evento sus últimas propuestas y ha tenido la oportunidad de exhibir sus proyectos a cientos de visitantes. Desde la empresa con sede en Almassora relatan que «a nivel de participación, hemos conseguido un importan-

te número de contactos en el encuentro ferial, algunos de ellos con peticiones muy interesantes a las que ya estamos dando respuesta convenientemente».

En cuanto a las soluciones más solicitadas durante la convocatoria en Madrid, desde Keeltek señalan que «principalmente se han interesado en el láser de marcado de CO<sup>2</sup> de nuestro *partner* Cajo, con su tecnología patentada Makebright. Tuvimos la oportunidad de exhibirlo en la feria, con demostraciones



El espacio de Keeltek durante la feria profesional Empack celebrada en Madrid.

de marcado real sobre cartón y con el resultado de un marcado sin aditivos ni consumibles. Esto supone una revolución en el mundo del marcado directo sobre el *packaging*».

«En segundo lugar también hemos recibido numerosas peticiones dentro del área de proyectos de ingeniería y de automatización de final de línea de alta complejidad, un campo en el que se requiere un estudio detallado por parte de Keeltek para dar una solución especí-

fica a las necesidades del cliente», expresan desde la firma castellanense.

Finalmente, sobre el perfil medio de los asistentes durante la celebración de Empack Madrid, desde la compañía revelan que «ha sido personal productivo o ejecutivo de empresas con capacidad de decisión dentro de la empresa. Las empresas que nos han visitado venían principalmente del sector de la alimentación, la fabricación de equipos electrónicos y el sector del *packaging*».



Las últimas novedades e innovaciones para la producción de cerámica serán protagonistas en el Pabellón 4 del Nivel 2 de Cevisama 2024, con la participación agrupada que cuenta con el apoyo de Asebec.

# La maquinaria cerámica, con la mirada fijada en Argelia

La recuperación gradual de este mercado prioritario, tras más de dos años de **bloqueo**, es clave para el sector

La maquinaria cerámica, una de las tres actividades principales sobre las que se sustenta la principal industria de la provincia de Castellón, afronta el año 2025 con ánimos renovados. El motivo es la reciente reapertura oficial de Argelia, un destino *bloqueado* desde junio de 2022 y que va a permitir que las firmas especializadas en tecnología y equipamiento puedan ir recuperando de forma paulatina este mercado prioritario.

De hecho, PortCastelló ya ha liderado en el mes de diciembre una misión

comercial en Argelia para restablecer lazos estratégicos, una acción que tendrá continuidad durante los próximos meses para recuperar la *normalidad* comercial no solo por parte de la maquinaria cerámica sino de otros sectores como el de los esmaltes y las fritas.

En este sentido, los fabricantes de tecnología estarán presentes, con el objetivo de optimizar su posicionamiento en los mercados internacionales en Cevisama 2025. La cita, que se celebrará del 24 al 28 de febrero, contará con una representación de firmas españolas que

estarán agrupadas con sus innovaciones en el Pabellón 4 del Nivel 2. Esta presencia del sector de maquinaria y tecnología para la industria cerámica contará, además, con el impulso de la patronal sectorial Asebec y su marca comercial Spanish Ceramic Technology, que vuelve a contar con Cevisama 2025 como escaparate clave para mostrar sus novedades.

De este modo, las compañías darán a conocer al público nacional e internacional sus recientes avances en materia de eficiencia energética y sostenibilidad, así como sus propuestas en campos como la

**Las compañías** asociadas a Asebec se agruparán en el Pabellón 4, dentro del Nivel 2, en la próxima edición de Cevisama

integración de sistemas automatizados, las soluciones basadas en inteligencia artificial o maquinaria de producción de última generación.

## Sigmadiamant, la tecnología al servicio de la cerámica

Referente **en útiles diamantados**

Sigmadiamant, una de las firmas adheridas a Asebec / Spanish Ceramic Technology, continúa su trayectoria como referente en la fabricación y desarrollo de herramientas y útiles diamantados diseñados para satisfacer las necesidades del sector cerámico y de la piedra natural. Desde la compañía de Almassora reseñan que «cada familia de herramientas combina innovación tecnológica, durabilidad y precisión para ofrecer soluciones espe-

cializadas que optimizan el rendimiento y la capacidad en cada proyecto».

Estas familias incluyen desde herramientas para corte y pulido, hasta útiles especializados en desbaste, perforación y rectificación, permitiendo optimizar procesos en sectores como la construcción, el mármol, la cerámica, el vidrio, y otras aplicaciones industriales.

En el desarrollo de estos útiles, Sigmadiamant combina materias primas de alta calidad con procesos avanzados



La compañía con sede en Almassora continúa sumando innovaciones a su catálogo comercial.

de diseño y fabricación, todo con el objetivo de «asegurar productos que respondan a los más altos estándares de desempeño y fiabilidad». Estas familias tienen características y ventajas en función de las necesidades de los usuarios.

Así, en cuanto a corte, destacan los discos de corte para máquinas automáticas formulados y diseñados para obtener «un extraordinario poder de corte y facilitar el trabajo de los operarios, haciéndolos especialmente indicados para el

gres porcelánico, producto de elevada dureza que presenta dificultades añadidas al proceso de corte».

Otro grupo de útiles diamantados de Sigmadiamant lo conforman su variedad de muelas para perfilado. Son herramientas que «permiten trabajar detalles minuciosos sin riesgo de romper o astillar la pieza y se usan para cortes decorativos y para ajustes técnicos. Se trata de muelas para ingletar, romar y desbastar versátiles y duraderas».



El proyecto solidario Reyes Magos de Verdad nació en el año 2008 y, desde entonces, ha ido sumando voluntarios y empresas para que ningún niño, adulto o anciano sin recursos se quede sin regalo.

# Pamesa se suma a la labor de Reyes Magos de Verdad

Más de 100 profesionales participan en la iniciativa para entregar regalos a **colectivos desfavorecidos**

**P**amesa Grupo Empresarial selecciona cada mes de diciembre una acción solidaria para respaldar con motivo de las fiestas navideñas. En esta ocasión, la compañía cerámica ha decidido sumar sus esfuerzos a los del colectivo llamado Reyes Magos de Verdad, una iniciativa nacional sin ánimo de lucro en la que colaboran cientos de voluntarios de forma desinteresada en una decena de provincias de España y que busca devolver la ilusión, a través de un regalo de Reyes, a niños, ancianos y personas sin recursos.

Más de cien empleados de Pamesa han querido sumarse a esta acción y, durante las últimas semanas, recibieron una carta manuscrita en la que los niños o adultos les hacían llegar de forma personalizada sus peticiones personales con tres posibles regalos que les gustaría recibir. Junto con los voluntarios de Reyes Magos de Verdad, el equipo de la azulejera se ha encargado de adquirir, coordinar y transportar estos deseos a tres centros ubicados de la Comunitat Valenciana de personas desfavorecidas y colectivos en riesgo de exclusión social.

Este proyecto solidario, que nació de forma modesta en el año 2008, ha ido creciendo paulatinamente y añadiendo los esfuerzos de personas y compañías en el empeño de que todos los niños y ancianos reciban, por lo menos, un regalo en Navidad. Lo que nació como un movimiento espontáneo se ha convertido en un proyecto que reparte más 11.000 obsequios en una docena de provincias.

Desde el departamento de Comunicación de Grupo Pamesa destacan que «estamos muy orgullosos del compromiso demostrado por las más de

**El grupo cerámico** ha colaborado en esta ocasión con tres centros de personas sin recursos de la Comunitat Valenciana

100 personas del Grupo que han participado en esta acción, aportando su grano de arena para llenar de ilusión estos centros en estas fechas tan señaladas».

## TAU da un salto cualitativo a través de su nueva página web

La firma lanza un entorno más **visual**

**T**AU Cerámica ha presentado su renovada plataforma digital ([www.tauceramica.com](http://www.tauceramica.com)), una web que refleja su apuesta por una transformación digital integral y funcional. La compañía ha diseñado una experiencia que destaca por ser intuitiva, visual y muy fácil de utilizar, en la que prioriza un estilo minimalista que se alinea con sus colores corporativos: blanco y negro. La azulejera ha enriquecido la navegación con vídeos de sus piezas den-

tro de cada serie, además de las gráficas y ambientes ya conocidos. Estos vídeos te permiten explorar y elegir entre distintos colores y acabados de forma más detallada y cercana.

Fiel a su filosofía de diseño *Feel&Mix*, basada en la combinación de diferentes tipologías, acabados, formatos y colores. TAU ha creado ocho *moodboards* que facilitan la elección de elementos que combinan entre sí. Además, para profesionales y apasionados del diseño, TAU



Uno de los expositores inteligentes expuestos por TAU Cerámica en la última edición de Cersaie.

ha creado una sección exclusiva con herramientas innovadoras. Entre ellas, catálogos digitales, simuladores de productos, la aplicación 3D Design y visitas virtuales de *showrooms* y stands

Otro de los espacios destacados de la web, que está disponible en castellano, francés e inglés, es la dedicada a las cola-

boraciones de la azulejera castellanense con estudios de arquitectura. Ejemplo de ello es la sinergia desarrollada en los últimos años con el despacho valenciano ERRE Arquitectura y que se ha plasmado en la colección cerámica *Tornares*, una propuesta de diseño pensada especialmente para prescriptores.

# APE Grupo premia un proyecto checo

Villa Amonita, obra del estudio Oooox, recibe el galardón de los **galardones de arquitectura** de la compañía

El proyecto llamado Villa Amonita, en Lanzarote, obra de los arquitectos checos Oooox, ha obtenido el premio de los APE Grupo Architecture Awards, reconocimientos que cumplen su segunda edición y cuyo fin es poner en valor el ejercicio de la arquitectura y el uso de la cerámica.

En la segunda edición de los premios, el jurado ha estado presidido por el arquitecto Francisco Mangado; acompañado por el prestigioso diseñador e interiorista Francesc Rifé; y Susana Babiloni, presidenta del Colegio de Arquitectos de Castellón. En total, se presentaron 47 trabajos a la convocatoria.

Durante la deliberación, el jurado ha valorado de Villa Amonita Lanzarote el equilibrio «entre el natural e intenso paisaje volcánico de la isla y el blanco terso de los materiales, en particular de la



ROMANA ELLA PLACEK

Detalle de la renovación de Villa Amonita, una vivienda ubicada en Lanzarote.

cerámica utilizada». «Un contraste que se mantiene no solo en el exterior, también en los espacios interiores», apunta la valoración oficial.

«Los autores logran un diálogo bello y atractivo entre naturaleza y edificación, entre contexto y artificio, donde lo nuevo resulta realmente sutil», añade el acta de la deliberación de los premios. También se ha evaluado «muy positivamente el manejo de colores y materiales, dispuestos de manera sencilla pero muy elegante». «Un proyecto, en definitiva, que sugiere cuán atractivo y delicado puede ser vivir en la isla de Lanzarote», se apunta para finalizar la valoración.

El jurado ha querido destacar la versatilidad y riqueza de la cerámica, otorgando una mención de honor al Restaurante Caruso, en Santo Domingo (República Dominicana), del estudio de arquitectura Arquimilio, procedente del mismo país.

El jurado valoró «la frescura de la intervención y la intención de generar un lenguaje propio, con un resultado intenso y ciertamente llamativo».

«Tras la radical referencia a imágenes y elementos de la tradición local y popular del Caribe, se revela una sutil manera de expresar un hacer propio y desinhibido, para acondicionar espacios interiores», apuntó el jurado. Los APE Grupo Architecture Awards están dirigidos a profesionales y proyectos de cualquier parte del mundo y los galardones cuentan con una dotación de 5.000 euros.



Más información:

Escanea el QR para acceder a la GALERÍA DE FOTOS del proyecto ganador de los galardones de APE Grupo.

#CEVISAMACONNECTIONS cevisama.com

# CEVISAMA

International Ceramics & Bathroom Experience

**24 - 28 FEB**  
**VALENCIA - SPAIN**



#savethedate





La compañía castellanense mantiene una trayectoria pujante en la actualización de 'showrooms', en la reforma de establecimientos comerciales y en la materialización de proyectos de stands para ferias.

# Integra Solutions, **expertos** en stands y 'showrooms'

La firma mantiene su expansión con un abanico de nuevos proyectos **nacionales e internacionales**

Integra Solutions ha conseguido reafirmar su posicionamiento en la última edición de la feria de Cersaie, celebrada en la ciudad italiana de Bolonia. La compañía continúa su camino como una de las empresas referentes dentro del campo de las soluciones expositivas gracias al servicio integral que ofrecen y que incluye el diseño, la fabricación, el montaje y la decoración.

En el evento internacional, desarrollado en los pabellones comerciales de BolognaFiere, Integra Solutions ha trabajado junto con empresas de la talla de Newker, Estudio Cerámico, Grecogres, Undefasa, Caldía y Southern Quarries (para la feria Marmomacc, en Verona). Marcas con gran presencia en el sector de la cerámica que han decidido confiar en el valor añadido que ofrece la firma castellanense en cuanto a «calidad, servicio integral y cercanía».

La suma de estos tres factores son los que diferencian a Integra Solutions de la competencia. «Guiamos a cada uno de nuestros clientes en cada proyecto de principio a fin, con una comunicación constante y máxima cercanía, con una calidad exquisita en todos los procesos».

Además de su gran presencia en ferias con destacadas empresas, Integra Solutions continúa dando pasos dentro del sector de los *showrooms*. El extenso bagaje que tiene Integra Solutions en las ferias, junto con la buena imagen de la marca hace que muchas compañías también confíen en ellos para el diseño, fabricación y montaje de las exposiciones de producto en sus instalaciones de producto. Tanto es así que durante este



Detalle de una de las nuevas exposiciones que ha materializado Integra en la provincia de Castellón.

mismo año Integra Solutions ha convertido en realidad numerosos proyectos tanto en ámbito nacional como en ámbito internacional.

En España, la firma castellanense ha materializado *showrooms* de fabricantes como Cristacer y Fanal, de Grecogres en Madrid, el de la delegación de Newker en Valencia, junto con proyectos de distribuidores en el País Vasco, Navarra, Baleares o Madrid, entre otros

#### EXPOSICIONES EN SUIZA, IRLANDA Y FRANCIA

Por otra parte, en el ámbito internacional la empresa ha montado *showrooms* en países como Suiza, Irlanda y Francia. En Suiza trabajó con Bringhen y montó exposiciones en distintas ciudades como Visp, Lonay o Friburgo. En Irlanda,

Integra Solutions ha colaborado con Design 5 en Waterford; y en Francia con la marca As Ceramica en Lyon.

Este incremento de proyectos de talla nacional e internacional se debe «a nuestra experiencia para trasladar capacidades distintivas dentro del sector de los stands y de los *showrooms*, junto con el gran valor añadido que aportan nuestros profesionales». El proceso de diseño está organizado por fases, en las que se incluyen etapas como las siguientes:

1. Visita física para la captación de necesidades.
2. Análisis de los espacios.
3. Preparación de anteproyectos.
4. Elaboración del proyecto.
5. Seguimiento continuado del proyecto a pie de obra.

Dicho proceso de diseño permite que Integra Solutions «sea capaz de ofrecer proyectos personalizados, especiales, singulares y únicos». Todo ello está permitiendo a la empresa diferenciarse de la competencia y mantener un «importante flujo de proyectos tanto en España como en el extranjero».

#### PROYECTOS EN CURSO DE TIENDAS E INSTALACIONES

En la actualidad, y como proyectos en curso, la firma está acometiendo reformas de tiendas de distribuidores en

**Marcas** como APE Grupo, Newker, Fanal, Grecogres, Undefasa, Cristacer, Peronda o Bestile han confiado en 2024 en sus servicios

España, caso de Grupo Siete en Vigo y en Pamplona; de Sainz Allende en Bilbao; y, por otra parte, las optimización de las instalaciones de las azulejeras castellanenses Bestile y Peronda. En el ámbito internacional sobresalen las de Santunione en Córcega (Francia); APE Grupo en Dubai; Halo Tiles en Irlanda; y un nuevo *showroom* en Surinam.

Por último, Integra Solutions se encuentra actualizando su catálogo de elementos expositivos, lo que «nos permitirá mostrar nuevos elementos expositivos y también aumentará el número de soluciones a disposición de nuestros clientes para que puedan plasmar sus ideas con aún mayor eficacia».

DESDE EL DISEÑO HASTA EL ÚLTIMO REMATE

# PROYECTOS INTEGRA *SOLUTIONS*



PARA LO QUE NECESITES



[www.integra2015.com](http://www.integra2015.com)



La herramienta Roca Tiles 3D ofrece a los profesionales una solución práctica y versátil. Este programa, accesible de manera gratuita y sin necesidad de descargas, permite diseñar estancias de forma fácil.

# Roca Tiles, soluciones para arquitectos e interioristas

La azulejera proporciona herramientas de diseño y sus canales digitales para dar visibilidad a la **creatividad**



Roca Tiles fomenta la difusión del talento en redes sociales a través de su programa #RocaTilesLovers para proyectos de arquitectura e interiorismo.

Roca Tiles continúa marcando tendencia en el sector de la cerámica con la incorporación de soluciones avanzadas que facilitan y optimizan el trabajo de profesionales de la arquitectura y el interiorismo. Con un enfoque centrado en la innovación y la usabilidad, la marca pone a disposición del colectivo una variedad de recursos y herramientas digitales, con el objetivo

de «transformar el proceso creativo en una experiencia ágil e inspiradora».

Entre sus iniciativas más destacadas, la herramienta Roca Tiles 3D ofrece a los profesionales una solución práctica y versátil para combinar funcionalidad y creatividad en sus proyectos. Este programa, accesible de manera gratuita y sin necesidad de descargas, permite a los usuarios diseñar baños y otras estancias

de forma intuitiva, versátil y personalizada. El servicio ofrece la posibilidad de plasmar ideas en bocetos digitales, editarlos y guardarlos para futuras modificaciones. A partir de las dimensiones del espacio, los diseñadores pueden seleccionar materiales, texturas y colores de una amplia gama de colecciones Roca Tiles. Además, la herramienta genera visualizaciones realistas en 3D que muestran el

diseño desde múltiples ángulos, lo que facilita la toma de decisiones y permitiendo realizar ajustes en tiempo real antes de la elección definitiva de los materiales de cada trabajo.

Una vez finalizado el proyecto, los usuarios pueden descargar informes detallados con las cantidades necesarias de materiales, especificaciones técnicas y representaciones gráficas en 2D y 3D, optimizando así la planificación y ejecución de sus proyectos. Además, los profesionales pueden consultar catálogos interactivos en la web de Roca Tiles que presentan las colecciones disponibles, con información detallada sobre materiales, formatos, acabados y aplicaciones. Toda la información está disponible en la web oficial de Roca Tiles ([www.rocatiles.com](http://www.rocatiles.com)).

#### IMPORTANTE PRESENCIA EN REDES SOCIALES

La marca ha desarrollado una fuerte presencia en redes sociales, especialmente en Instagram, donde su perfil @RocaTile\_es reúne a una comunidad de cerca de 35.000 seguidores. Este espacio se ha convertido en un punto de encuentro para arquitectos e interioristas, gracias a iniciativas como #RocaTileLive, un ciclo de entrevistas en directo que contó con la participación de figuras como Marisa Gallén, Ramón Esteve y Masquespacio, con Ana Milena Hernández y Christophe Penasse; además de piezas audiovisuales de José María Gimeno, de Summumstudio; Leonela Rivas, o la responsable de Diseño en Roca Tiles, Arantxa Martínez. Estas charlas invitan a repensar los usos de la cerámica dentro del interiorismo actual.

Junto a ello, Roca Tiles fomenta la difusión del talento a través de su programa denominado #RocaTilesLovers. Este espacio permite a los profesionales «compartir sus proyectos de interiorismo, con la posibilidad de ser destacados en las plataformas de la marca». Los seleccionados tienen la oportunidad de llegar a una audiencia global y de fortalecer su reputación en el sector».

# Neolith cierra un año lleno de premios internacionales

Ha obtenido prestigiosos reconocimientos en campos como el **diseño, la arquitectura y la sostenibilidad**



Los galardones recibidos en los Archiproducts Design Awards y en Casa Decor, dos de las distinciones que se han sumado al palmarés de Neolith en 2024.

El año 2024 ha estado lleno de importantes reconocimientos para Neolith. La compañía castellonense ha culminado un año en el que ha sido destacado su esfuerzo continuado por innovar y por ofrecer soluciones diferenciadas tanto para espacios interiores como exteriores.

Uno de los principales reconocimientos conseguidos en los últimos doce meses ha sido la obtención de la certificación *Cradle to Cradle Certified® Bronze*, la más exigente en su categoría. Este sello avala que la gran mayoría de sus productos son seguros y responsables y que promueven una economía circular. Además, Neolith mejoró durante 2024 su posicionamiento del sello EcoVadis Gold, aumentando su percentil del 97 al 98, lo que la posiciona como una de las compañías mejor valoradas a nivel mundial.

Otro éxito fue la obtención del Archiproducts Design Award 2024 en la categoría *Sustainability* para su modelo *Neolith Ignea*, compuesto por hasta un 98% de materiales reciclados. Este galardón, recibido en Milán, destaca cómo *Ignea* combina «el diseño más vanguardista con una profunda inspiración en la naturaleza, evocando la fuerza de los paisajes volcánicos».

*Neolith Ignea* también fue reconocido en los Future Icon Awards de la publicación británica *Country & Town House*, con la distinción *Highly Commended* en la categoría *Best Sustainable Innovation*. Este premio subraya el compromiso de la compañía con el diseño ecológico, al



Sus superficies sin sílice le han merecido prestigiosos reconocimientos a lo largo del año.

tiempo que reconocer la excelencia técnica y estética en sus superficies.

Además, su línea de productos libre de sílice cristalina fue premiada en los Home Reno Awards de la publicación americana *Good Housekeeping*, dentro de la categoría *Sustainability Innovators*, destacando cómo sus soluciones combinan innovación y protección para la salud. Asimismo, fue reconocida en los KBB Product Awards 2024, más en concreto en la categoría *Countertops Product Award*.

Si hay algo que define a Neolith, es su capacidad para transformar la piedra en arte funcional. Este año, el modelo *Calacatta Roma* ha sido uno de los productos estrella de la marca. Con sus vetas grises y ocres sobre un fondo blanco puro, este diseño ha conquistado los premios más prestigiosos del sector. Uno de los reconocimientos más destacados ha sido el Great Design Kitchen Award de la publicación americana *Architectural Digest*, en la categoría *Swede Tooth*, que elogió «la capacidad de sus superficies

para transformar las cocinas en auténticos templos de elegancia y modernidad».

Además, en el Reino Unido mereció el Gold Winner en los Designerati Awards, dentro de la categoría *Kitchen Product of the Year*. Este galardón ensalza la belleza estética del material, así como su resistencia y versatilidad. Por su parte, *Neolith Ignea* también fue uno de los modelos más reconocidos en este ámbito, siendo galardonado en los German Design Awards, en la categoría *Excellent Product Design - Material and Surfaces*.

Neolith también ha brillado este año en dos de los escaparates de tendencias e interiorismo más influyentes en España. En Casa Decor Madrid 2024, su instalación *A Reflection of Who We Are*, firmada por Summumstudio, fue reconocida con la Primera Mención del Premio al Mejor Proyecto. Por otro lado, en Marbella Design and Art 2024, Neolith cautivó con su espacio *Casa Yin*, diseñado por la interiorista Cristina Puerta, obteniendo el segundo premio al Mejor Proyecto y el premio Inside al espacio más votado entre los expositores.

**La marca ha sido protagonista con la obtención de certificaciones y galardones por sus productos y proyectos**

Desde la marca enfatizan que «estos galardones celebran la capacidad única de sus materiales de Neolith a la hora de transformar espacios en experiencias artísticas, creando un diálogo entre diseño contemporáneo y arte que redefine los estándares del sector».

#### EN LOS PRINCIPALES EVENTOS DEL DISEÑO

Además de las mencionadas Casa Decor y Marbella Design and Art, la firma ha estado presente en los principales escaparates nacionales e internacionales del diseño, la arquitectura y el interiorismo. Así Neolith comenzó 2024 con su participación en la feria KBIS, en Las Vegas (EEUU) y continuó poco después en MIAD (Madrid). Posteriormente, la compañía trasladó sus últimas innovaciones al Salone del Mobile de Milán, el Open House Milano, Dubai Design District, Decorex Africa, la Clerkenwell Design Week (en Londres), el London Design Festival, la feria SICAM (en Pordenone, Italia) o ADN Fórum en Madrid, entre otros certámenes en los que la empresa ha dejado su sello con sus superficies de última generación.

## ENTREVISTA

Anabel Soria Fundadora de Anabel Soria Arquitectura e Interiorismo

# «Nos sorprende la cerámica que imita el papel pintado»



La arquitecta Anabel Soria, especializada en el campo de las reformas.



Detalle de un proyecto con pavimento cerámico que emula la madera teca.

**A**nabel Soria es la arquitecta responsable del estudio de arquitectura que lleva su nombre, especializado en todo tipo de reformas y rehabilitaciones.

**¿Cómo inicio la actividad su despacho?**

–Nació justo después de la pandemia, cuando algunas familias conocidas de Valencia decidieron que era el momento de reformar sus casas. Me eligieron a nivel personal para transformarlas en viviendas con espacios más abiertos, favoreciendo las relaciones familiares y creando ambientes más funcionales y acogedores para el día a día.

**¿Qué coyuntura atraviesa, a su juicio, la actividad en los últimos años?**

–Tras la pandemia, ha aumentado mucho la necesidad de adaptar y mejorar los hogares, haciéndolos más habitables y funcionales. Inicialmente, el mayor volumen de trabajo estaba en Madrid, pero en los últimos dos años la actividad en Valencia ha crecido notablemente, consolidándose como una de nuestras principales áreas de trabajo.

**¿Cuál es su vínculo con los materiales cerámicos industriales?**



«Solemos trabajar, sobre todo, con los catálogos de **Vives y Nais**»

–Apostamos mucho por los materiales cerámicos en baños, tanto en suelo como paredes, y en las encimeras de las cocinas, usamos porcelánico. En viviendas cercanas al mar, optamos por solería cerámica de gran formato para evitar juntas y conseguir un estilo fresco y mediterráneo, a menudo imitando microcemento. También utilizamos cerá-

mica en proyectos donde se busca continuidad entre interiores y exteriores, siempre eligiendo modelos con opciones antideslizantes para las terrazas.

**¿Cree que en España hay un aprecio especial por parte del colectivo de arquitectos hacia el azulejo?**

–Sí. En España, especialmente en la Comunitat Valenciana, existe una gran tradición en el uso del azulejo debido a la concentración de fábricas. Los solados de los pisos antiguos en la Comunitat son todos de azulejos; por ello, actualmente muchos clientes siguen pidiendo suelo cerámico para sus reformas.

**¿Cree que los fabricantes de materiales dirigen mejor que hace años sus esfuerzos a promocionar sus innovaciones entre los arquitectos?**

–Sí, nos hacen llegar sus novedades en I+D, sus nuevas piezas con relieves que emulan texturas o estampados como el del papel, la madera, etc. También, por ejemplo, ponen énfasis en las piezas XXL para evitar juntas y crear revestimientos más limpios y elegantes.

**–Y de las propuestas que recientemente ha lanzado el sector azulejero, ¿cuáles**

**son las que más les han llamado la atención en los últimos tiempos?**

–Nos han sorprendido especialmente las piezas cerámicas que imitan papel pintado, con dibujos de alta definición, ideales para baños; en ocasiones, los clientes quieren alicatar por completo porque tienen miedo del papel pintado. También, las cerámicas que imitan madera han evolucionado mucho, logrando detalles como vetas extremadamente realistas. La imitación de mármoles es otra propuesta que ha alcanzado un gran nivel de perfección.

**–¿Con qué marcas del sector trabajan o han trabajado y qué tipo de colecciones han aprovechado en sus trabajos?**

–Trabajamos, sobre todo, con Vives por su gran variedad de piezas y colecciones; y con Nais por su gran variedad en formato pequeño y colores. Me encanta poder combinar estas piezas entre ellas y crear estancias más especiales.

**–¿Qué tipo de acabado cerámico considera que sería útil para sus trabajos y qué no encuentra o no existe en el mercado?**

–Estamos empezando a ver azulejos con textura y estampados que imitan al papel pintado, pero la variedad es todavía limitada, con poca variedad de dibujos. Me encantaría poder encontrar un catálogo casi igual de amplio que en una firma de papeles pintados. Esto sería muy útil en baños donde los clientes buscan opciones atrevidas y rompedoras, pero prefieren evitar el papel.

**–¿Hay algún proyecto que hayan concretado recientemente con especial protagonismo de la cerámica?**

–Realizamos una reforma en la zona del Mercado de Jesús de Valencia, donde usamos un suelo cerámico de imitación madera teca en toda la vivienda. Esto nos permitió unificar cocina y salón sin interrupciones visuales. Para cada baño, optamos por acabados porcelánicos diferentes, adaptados al estilo y preferencias de los clientes. Un baño en negro con un diseño que imita el hidráulico modernizado de Vives. En las paredes, utilizamos piezas pequeñas tipo *metrotile* en blanco. En el otro baño diseñamos un espacio totalmente diferente. Elegimos piezas de efecto piedra para las paredes de la ducha, evocando la sensación de un entorno exterior y relajante. Para complementar este diseño, colocamos piezas de gran formato en el suelo y resto de paredes. Además, construimos el plato de ducha con el mismo material del suelo, logrando continuidad y reforzando la idea de una ducha al aire libre.

También para una rehabilitación de una antigua casita de pescadores en primera línea de playa. Utilizamos cerámica de Vives en los baños, un solado imitación madera para toda la vivienda y una colección especial antideslizante para las terrazas. Optamos por cerámica debido a la cercanía al mar y la necesidad de garantizar durabilidad en ambientes de alta humedad.

**–¿Y alguno futuro?**

–Un adosado en el Mareny Blau, urbanización muy conocida en la provincia de Valencia y de las mismas características, ya que también es una vivienda próxima al mar. Los clientes ya han pedido que el suelo sea cerámico y tenga continuidad con las terrazas.



MARCOS SORIA

Cevisama se celebrará del 24 al 28 de febrero en Feria Valencia y en 2025 concederá más valor a los vínculos de la cerámica y el baño como elemento distintivos dentro del negocio del 'contract'.

# Nace Hotel Cevisama, un nuevo espacio promocional

**Héctor Ruiz-Velázquez** firmará en Valencia un área de 800 metros que recreará los ambientes de un hotel



El arquitecto Héctor Ruiz-Velázquez será el artífice del Hotel Cevisama, un nuevo proyecto con materiales singulares de las firmas expositoras de la feria.

Cevisama continúa con los preparativos de su próxima edición, que se celebrará del 24 al 28 de febrero en Feria Valencia. Una cita con muchas novedades y entre las que va a destacar la instalación Hotel Cevisama, un proyecto que surge de la creatividad del arquitecto de origen portorriqueño Héctor Ruiz-Velázquez para «poner en valor la cerámica y el baño como elemento clave en el negocio del *contract* y equipamiento hotelero».

El proyecto nace con el propósito de «ilusionar al sector y mostrar todo el potencial de la industria en una de las mayores instalaciones realizadas con cerámica dentro de un evento ferial de las características de Cevisama». Un gran espacio en torno a los 800 metros cuadrados y que recreará diferentes ambientes de un establecimiento hotelero, desde habitaciones, espacios comunes, ambientes de exterior, salas polivalentes o una gran zona de conferencias.

La iniciativa surge tras el éxito que el mismo Héctor Ruiz-Velázquez obtuvo en Feria Hábitat València con una instalación similar pero que, en esta ocasión, «mejora y dimensiona para que sean la cerámica y el equipamiento de baño los grandes protagonistas».

#### MÁS VISIBILIDAD PARA LOS EXPOSITORES

De hecho, para su construcción se contará de manera exclusiva con los materiales y las colecciones más innovadoras de

los expositores presentes en Cevisama 2025, de manera que se multiplicará «la visibilidad de estas firmas ante las decenas de miles de profesionales del sector que se espera que acudan a la convocatoria de Feria Valencia».

#### SOSTENIBILIDAD Y RESPETO POR LOS MATERIALES

El Hotel Cevisama se presentará como «un icono arquitectónico impactante, combinando formas orgánicas y geométricas de manera innovadora», explica el propio Héctor Ruiz-Velázquez, que destaca que «su imponente torre central destacará por la transparencia y la luz natural, con grandes vanos que iluminarán los espacios interiores y conectarán con el entorno. Un diseño que promete ser un símbolo del certamen, fusionando estética y funcionalidad».

El objetivo será poner en valor la sostenibilidad para conectar con uno de los ejes de comunicación actuales tanto de la feria como del propio sector. «Hotel Cevisama celebra la cerámica europea como símbolo de respeto hacia nuestras raíces, nuestro entorno y nuestra gente», señala el arquitecto de origen portorriqueño que también adelanta algunos detalles del proyecto en el que la cerámica y el baño juegan un papel esencial en el mismo, «a través de los tres elementos naturales: tierra, agua y fuego».

«Las habitaciones del hotel están diseñadas con materiales naturales, como la cerámica y detalles en madera, que reflejan la solidez y la calidez del entorno terrestre. Jardines colgantes y los espacios verdes aportan un toque de tranquilidad y conexión con la naturaleza. Además, el hotel contara con un spa donde el sonido del agua en cascada invita al descanso y la relajación, con fuentes y estanques del jardín que añadirán serenidad al ambiente. Por último, en el corazón del hotel, una elegante y sorprendente recepción con un disco de cerámica retro iluminada ofrecerá un lugar para el encuentro y la reflexión», explica Héctor Ruiz-Velázquez.



La multinacional española recreó en el centro de Nueva York un showroom con una selección de superficies y productos de diseño. La instalación albergó 'workshops navideños' durante seis días.

# Porcelanosa y su original 'regalo' en pleno Manhattan

La firma instaló en Madison Square Park, frente a su tienda insignia en Nueva York, una **instalación efímera**



La programación en torno a la actuación efímera incluyó talleres para explorar la creatividad y destacar el valor de la artesanía.

Porcelanosa Grupo ha reavivado la magia navideña en Nueva York con una instalación singular en Madison Square Park, frente a su tienda insignia de la multinacional en la Quinta Avenida. En forma de caja de regalo gigante, este espacio ofreció a locales y turistas una experiencia singular entre el 10 y el 15 de diciembre.

La instalación, concebida como una monumental caja de regalo, destacaba por su diseño exterior. Revestida con el compacto mineral Krion, la estructura despertaba la curiosidad de los transeúntes; tanto por su pureza de formas como

**Recubrimientos,** superficies y mobiliario de tendencia dan vida a esta propuesta navideña del grupo en la Gran Manzana

por sus dimensiones.

El interior, diseñado para evocar la calidez del hogar, recreaba un salón navideño en el que los visitantes podían refugiarse del frío exterior. Las paredes, revestidas con el porcelánico de gran formato *Xlight Vendome* y el papel pintado *Skins Empyrean Serpentine Bronze*, que aportaban un toque sofisticado. Por su parte, el modelo cerámico efecto madera *Par-ker Bruselas* acentuaba el acogedor ambiente. El mobiliario, que forma parte de la colección *Living* de Gamadecor, completaba el diseño con piezas funcionales y elegantes que permitieron envol-

viendo el espacio con sofisticación.

La instalación cobró vida con un encendido de luces que marcó el inicio de esta acción navideña. En un ambiente festivo, con la música en directo de una banda de jazz, los asistentes participaron en un intercambio especial de deseos y adornos navideños; elaborados con Krion y cerámica de Porcelanosa.

A lo largo de la semana, el *showroom* efímero de Porcelanosa se convirtió en un punto de encuentro para quienes buscaban una pausa cálida en medio del bullicio de la ciudad. Al adentrarse, los visitantes disfrutaban de una taza de chocolate caliente mientras se relajaban junto al árbol de Navidad. Para esta acción, la multinacional española volvió a asociarse con Chocolates Valor.

#### TALLERES ARTESANALES

La programación en torno a la instalación del *regalo* gigante incluyó una selección de talleres diseñados para explorar la creatividad y destacar el valor de la artesanía y de los materiales. La artista Cristina Velasco, de Anaquiños de Papel, guió a los asistentes en la creación de figuras navideñas delicadamente realizadas con los papeles pintados *Skins*, de L'Antic Colonial.

Junto al estudio de productos de aromatización Eleven People, los participantes elaboraron ambientadores con aromas. Y la acuarelista Catalina Rodríguez impartió un taller en el que las piezas cerámicas se convirtieron en lienzos. Estos originales talleres artesanales, que también se trasladaron a la tienda Porcelanosa en Brooklyn y que evocaban un tradicional mercadillo navideño, completaron una experiencia sensorial que puso de manifiesto la capacidad del diseño español para sorprender en pleno corazón de Manhattan.



El trabajo llevado a cabo por 118 Studio para el gran salón del Harbour Club transformó un espacio de 180 metros cuadrados en un ambiente acogedor que emula el característico estilo de un pub inglés.

# Harbour Club, **esencia**

## ‘british’ en el Mediterráneo

**118 Studio** firma el diseño y remodelación de este local que incorpora en cerámica de las marcas Vives y Nais

**H**arbour Club es una taberna y cervecería situada en la Marina del Puerto de Tarragona, un emplazamiento frente a la zona destinada al amarre de grandes embarcaciones. Este enclave se ha consolidado como un referente en el Mediterráneo occidental, especialmente en lo que respecta a las labores de mantenimiento, asistencia y reparación de grandes yates.

Durante los meses de mayor actividad, el principal cliente de Harbour Club son las tripulaciones, un colectivo mayoritariamente anglosajón. Este grupo se ha convertido en uno de los pilares fundamentales del negocio, ya que durante su estancia aprovechan para descansar, socializar y disfrutar de un ambiente relajado y exclusivo.

Para adaptarse a los nuevos servicios que ofrecen las instalaciones portuarias, la propiedad consideró necesario hacer una renovación para responder a las demandas del pujante sector del lujo.

En julio de 2024 118 Studio inició la transformación del local en un espacio nuevo, pero que mantuviera un vínculo con la tradición. Para lograrlo propusieron el diseño de una taberna inglesa marinera y contemporánea, que combinara el acervo británico con un enfoque moderno y sofisticado, en consonancia a la exclusividad del entorno.

El espacio proyectado abarca un total de 240 metros cuadrados y una amplia terraza con capacidad para más de cincuenta comensales. El interior se divide en dos salas con capacidad para ofrecer un ambiente amplio y versátil para distintos tipos de eventos.



El interior se divide en dos salas con un ambiente amplio y versátil con dos mesas de billar.

El trabajo llevado a cabo por 118 Studio para el gran salón del Harbour Club transformó un espacio de 180 metros cuadrados en un ambiente que emula el estilo de un pub inglés. En el centro del diseño destaca una gran barra de más de ocho metros de largo, complementada por una isla que funciona como una mesa alta que es un punto de encuentro ideal para los visitantes.

Para lograr la estética deseada, se utilizaron diversos recursos decorativos de impacto. Entre ellos, se incluyen techos decorativos con molduras circulares,

frentes de cerámica verdes que transmiten frescura y rompen con la gama de colores terrosos y mobiliario de madera que aportan calidez y estilo.

Las paredes fueron vestidas con papel pintado texturizado, mientras que la iluminación juega un papel crucial con actuales neones de marcas de bebidas y luminarias colgantes de latón y vidrio acanalado que ofrecen una luz difuminada. Los detalles en los acabados también son fundamentales. Se incluyeron bancadas a medida tapizadas en piel color caramelo que añaden confort y estilo.

Los revestimientos perimetrales con molduras en madera maciza y los suelos combinados de lama porcelánica efecto parquet con mosaicos, aportan una fusión de materiales que refuerzan el carácter de la sala.

### PALETA CROMÁTICA CÁLIDA

El equipo de interioristas propuso una paleta cromática cálida con algún tono de contraste como es el verde, que permitiera proyectar un espacio equilibrado. La cerámica del proyecto ha sido sumi-

**El establecimiento** adapta la estética de una típica taberna inglesa marinera en la Marina del Puerto de Tarragona

nistrada por Nais (azulejos decorativos de las columnas) y Vives (cerámica decorativa del pavimento y lamas porcelánicas efecto madera).

Con el diseño del salón de 60 metros cuadrados, The Crew Club, se buscaba transmitir la esencia de un club inglés con una interpretación más actual y sobria. Se eligió un pavimento de microcemento que creara un contraste visual con el suelo de efecto madera del salón principal, aportando un carácter distintivo. Las bancadas, acompañadas de mesas y sillas negras, se integran con el trabajo de carpintería en tono nogal oscuro, estableciendo una sutil diferencia con los tonos más claros del salón contiguo.



El evento de Fira de Barcelona ya tiene ocupadas más de tres cuartas partes de su espacio expositivo, lo que supone un aumento del 36% respecto al pasado ejercicio a estas alturas del calendario.

# Construmat supera el 75% del espacio reservado

La próxima edición del salón de la construcción tendrá lugar en **Fira Barcelona** entre el 20 y el 22 de mayo

La próxima edición de Construmat está despertando un gran interés entre el sector de la construcción nacional e internacional y ya cuenta con cerca de 110 empresas que han asegurado su presencia en el área expositiva del salón y un centenar más con las que se está gestionando su participación. De las firmas confirmadas, cerca de 30 son internacionales, provenientes de países como Francia, Marruecos, Portugal, Turquía, o China, entre otros.

De esta manera, Construmat 2025 ocupará 32.000 m<sup>2</sup> brutos del pabellón número 2 del recinto de Gran Vía de Fira de Barcelona y prevé superar las cifras del año pasado con una participación de más de 350 expositores y más de 700 marcas.

El salón ofrecerá la «representación más transversal de la industria en España, con una completa oferta que englobará firmas de sectores de maquinaria, herramientas y equipamiento, construcción industrializada, muros, estructuras, fachadas y cubiertas, aislamiento e impermeabilización, recubrimientos y pinturas, urbanismo, paisajismo y espacio exterior, BIC e ICT para el proyecto y la obra, prevención de riesgos laborales, protección y seguridad, servicios profesionales, asociaciones y organismos, pavimentos y revestimientos y baño, entre otros».

Entre las compañías que ya han reservado espacio para Construmat 2025 están Aluminios Valverde, Beal International, Casas Inhaus, Ceranor, Cosentino, Cronotectura, Dakota Spain,



La celebración de la feria se complementará con el programa del Sustainable Building Congress.

Deconta, Durmi-Gaviota, Efapel, Encofrados Alsina, Euromair Mixer, Evowall Technology, Exlabesa, Faraone, Fischer, Gestora de Runes de la Construcción, Grup Pmp, Grupo Grecogres Internacional, Herminio González, Hidden Factory, Holcim, Jung, K-Line, Molins, Perfisa, Persycom, Rd Luna Maquinaria, Roi, Roland Dg, Saltoki, Socotec, Technal, Tejas Borja, ThermoChip, Tq Tecnol, o UrbiDermis.

Según el presidente de Construmat y de APCE España, Xavier Vilajoana, la apuesta de las empresas del sector por el salón «demuestra el alto grado de partici-

pación y representatividad que tendrá la próxima edición y es un reflejo del dinamismo y la innovación de la industria. Celebramos contar con la presencia de firmas de relevancia nacional e internacional que han elegido Construmat como el escaparate ideal para mostrar sus soluciones más avanzadas». Según Vilajoana, «esto, no sólo reafirma el liderazgo del salón como principal punto de encuentro de la industria, sino también como espacio de colaboración e intercambio de conocimientos».

Construmat prepara una edición centrada en ofrecer a los visitantes las inno-

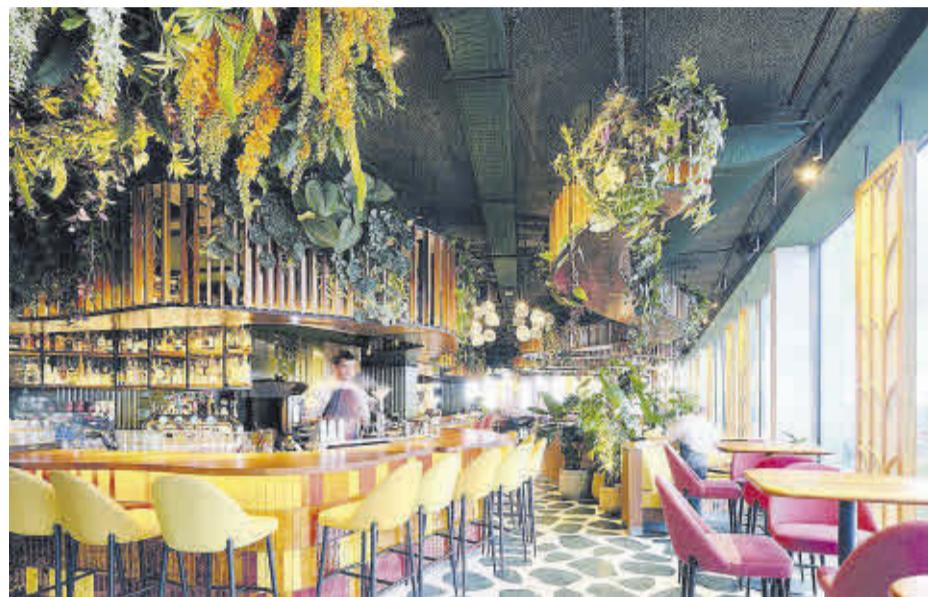
vaciones del mercado en el ámbito de la construcción sostenible y las últimas soluciones en eficiencia energética, materiales y sistemas constructivos sostenibles. En este sentido, a la oferta de las empresas expositoras, se suma el Sustainable Building Congress, el congreso que Construmat organiza durante los tres días de celebración del salón, y que dará visibilidad a proyectos constructivos sostenibles de talla mundial.

Bajo la dirección técnica de Jorge Arditti, presidente del American

**Más de una cuarta parte de las compañías que ya han confirmado su participación en el certamen son internacionales**

Institute of Architects (AIA) en México y Latam, tomarán parte un centenar de ponentes, con expertos de reconocido prestigio internacional, que abordarán cuestiones como la biohabitabilidad y la salud, la IA y la vivienda social

Otra de las novedades será el Construmat Experience, un espacio donde se organizarán ponencias innovadoras «en un formato interactivo que permitirá una conexión más directa entre ponentes y visitantes profesionales y que está especialmente diseñado para la participación de empresas, asociaciones y entidades sectoriales», tal y como destacan desde la organización.



El interiorismo del restaurante Selva acompaña esta oferta gastronómica, con formas orgánicas, materiales naturales y colores vibrantes para crear una atmósfera inmersiva y una experiencia exótica.

# El Equipo Creativo deja su singular sello en Ámsterdam

**Selva y Coctel Bar** son los nuevos espacios creados por el estudio español en el exclusivo hotel Nhow



Ubicado en la última planta del Hotel Nhow en Ámsterdam, el Coctel Bar Sonora arropa su propuesta de ocio con una decoración de inspiración selvática.

El estudio de arquitectura de interiores español El Equipo Creativo ha materializado un nuevo proyecto singular: el interiorismo del restaurante Selva y el Sonora Cocktail Bar, ambos dentro del exclusivo hotel Nhow de Ámsterdam (Países Bajos).

En el piso 25 del hotel se sitúa el restaurante Selva, un espacio de gastronomía latinoamericana con un toque tropi-

cal. El Equipo Creativo se encontró con un espacio frío e industrial, delimitado por una imponente envolvente de vidrio de suelo a techo, firmada por el equipo de arquitectura OMA y que contaba con vistas a la periferia de la ciudad de Ámsterdam, llena de autopistas y nuevas construcciones. Uno de los retos principales de este proyecto era transformar este local en un espacio cálido, selvático

y acogedor, que contrastara con la frialdad de esta zona de la ciudad.

El estudio con sede en Barcelona presentó una propuesta de diseño sobre una envolvente eminentemente verde, conformada por el pavimento de inspiración orgánica y abundante vegetación, e incorporando elementos de madera con formas onduladas, que evocaban un denso bosque que genera calidez. El local

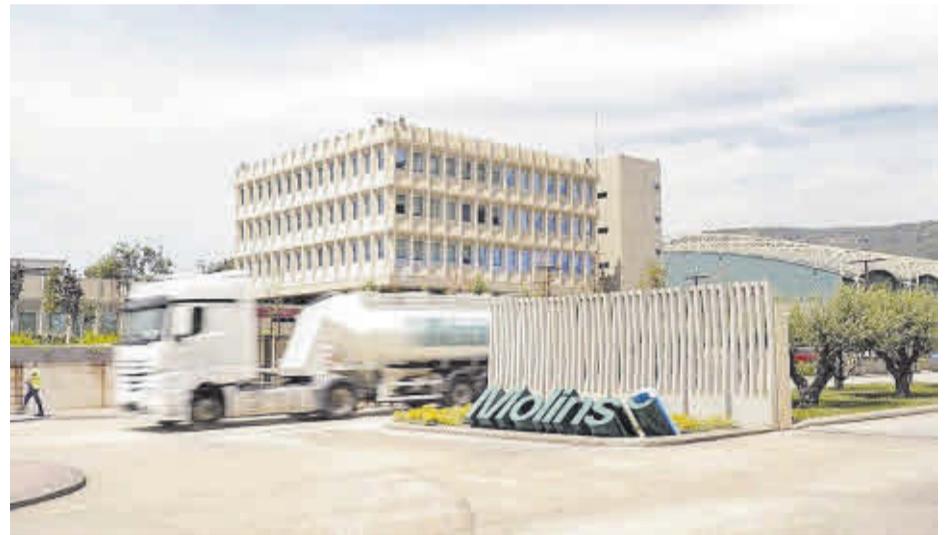
destaca por los colores vibrantes y cálidos que desprenden tanto las piezas de mobiliario y bancos, inspirados en frutas tropicales, aves y flores muy presentes en el arte latinoamericano, como el ondulado bar que envuelve la cocina abierta, revestido de azulejos que recuerdan a los patrones de los tejidos tradicionales latinoamericanos. La fachada de vidrio de suelo a techo está parcialmente cubierta con paneles elaborados de mimbre, cuerda y madera, filtrando la luz solar como si de hojas o ramas se tratara. El conjunto crea un entorno natural que sorprende por su colorido y exuberancia.

#### EXUBERANCIA ESTÉTICA

En el mismo hotel, en la última planta, El Estudio Creativo ha realizado también el diseño de Coctel Bar Sonora que ofrece bebidas tropicales inspiradas en Latinoamérica y que complementan la oferta gastronómica del restaurante Selva. El reto del proyecto fue lograr que la barra, un elemento central cuyo objetivo era que compitiera en protagonismo con las vistas de la ciudad. Para lograrlo en el centro del espacio se creó un revestimiento dorado brillante, que se extiende hacia el techo con una superficie envolvente de formas orgánicas.

La forma curvada deslumbra en el centro del espacio, y emerge como un ídolo dorado en un entorno misterioso de tonos verdes, vegetación exuberante y patrones acuáticos, en un tributo a los pantanos de las selvas latinoamericanas. Superficies reflectantes alrededor de la envolvente de la sala evocan la imagen de cascadas de agua y dan continuidad a la fachada de vidrio, fusionándose con la alfombra verdosa de patrón acuático.

Mobiliario ecléctico y de formas orgánicas, dispersado orgánicamente junto a la fachada contemplan las vistas de Ámsterdam, e incluyen piezas en colores rojos intensos y estampados llamativos que evocan frutas y animales exóticos.



Molins finaliza el año con la puesta en marcha de proyectos emblemáticos en toda España. La compañía suministra más de 160.000m<sup>3</sup> de hormigón Susterra para la construcción del Spotify Camp Nou.

# Molins pone el broche a un año con un hito en su historia

2024 ha estado marcado por el lanzamiento de la **nueva identidad corporativa** que agrupa todas sus marcas

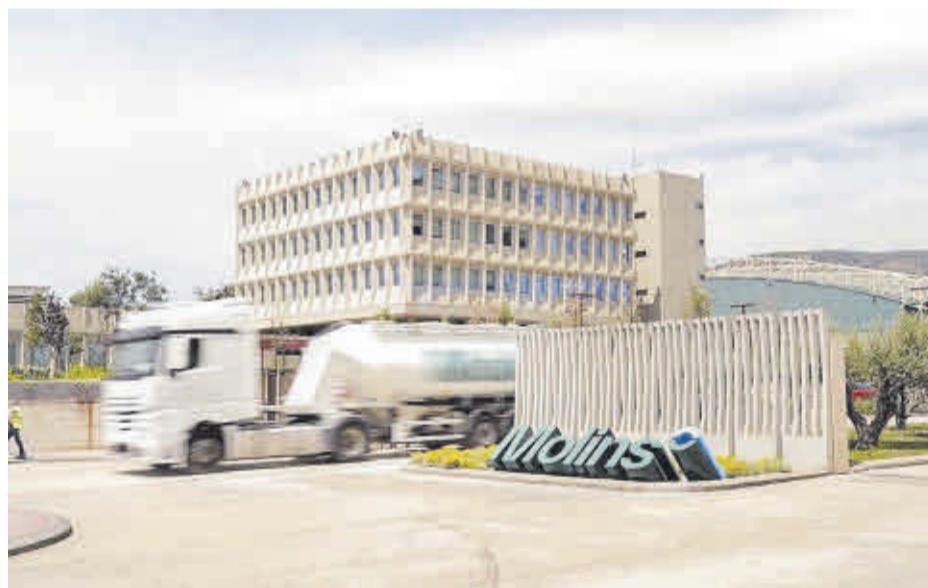
**M**olins ha finalizado el año con la puesta en marcha de proyectos emblemáticos en todo el territorio español, reafirmando su liderazgo en soluciones innovadoras para la construcción y que promueven el desarrollo sostenible. Durante 2024, la compañía ha participado en diferentes iniciativas de máximo prestigio, como, por ejemplo, la colaboración en la construcción del Spotify Camp Nou con hormigón Susterra, de menor huella de carbono y con áridos reciclados procedentes de la demolición del propio estadio. Además, ha desarrollado proyectos de obra civil y remodelación de edificaciones en diferentes provincias españolas.

Además, destaca su participación en proyectos de diferentes sectores y ámbitos, reforzando el papel de Molins como un socio para la construcción de las nuevas ciudades. Por ejemplo, ha estado trabajando en proyectos como el refuerzo de estructuras claves como viaductos y puentes, la colocación de mobiliario urbano en espacios públicos, la construcción de residencias, o la industrialización de obras civiles, entre otros muchos.

Con su participación en proyectos de diferentes sectores y ámbitos, que también engloban obras logísticas, comerciales y urbanas, Molins se posiciona como un socio global de soluciones innovadoras para la construcción de estructuras que promueven el desarrollo social.

#### UNIFICACIÓN DE SUS MARCAS COMERCIALES

Molins ha marcado este año un nuevo hito en su historia lanzando una nueva identidad corporativa. Así, la compañía ha unificado sus marcas comerciales Cementos Molins Industrial, Promsa, Propamsa, Pretersa-Prenavisa y Precon, presentes en Cataluña, bajo una misma



Molins continúa posicionándose como líder en la transición hacia la construcción sostenible.

identidad. Molins cuenta actualmente con más de 50 instalaciones en Cataluña, entre las que destacan 23 plantas de hormigón, siete instalaciones de economía circular o dos fábricas de soluciones para la construcción.

La renovación de la identidad visual y la unificación de los negocios representa mejor lo que es hoy en día la compañía, un socio global de soluciones innovadoras para la construcción, que engloban desde cemento, mortero y hormigón hasta soluciones prefabricadas o de paisaje urbano. El nuevo lema *Construimos el presente. Impulsamos el futuro* refleja «la evolución de la empresa que ha iniciado un nuevo capítulo en su historia empresarial con un propósito muy claro: impulsar el desarrollo social y la calidad de vida de las personas creando solucio-

nes innovadoras y con atributos sostenibles para la construcción».

La evolución reivindica su «función transformadora de la sociedad y de las ciudades»: sus soluciones, innovadoras y con atributos sostenibles, permiten la construcción de edificaciones claves para el desarrollo de la sociedad como, por ejemplo, escuelas y hospitales, y que conectan lugares y personas, mediante la construcción de carreteras, vías ferroviarias, puertos o aeropuertos.

#### IMPULSO ADICIONAL

Según remarca Marcos Cela, CEO de Molins, «este cambio representa una oportunidad única para darle un nuevo impulso a una marca asociada firmemente con conceptos clave como son la sostenibilidad y la innovación». Para ello,

la empresa ha definido una estrategia clara: partiendo de su sólida base en la fabricación de cemento con menores emisiones de CO<sup>2</sup>, apuesta por la innovación y la sostenibilidad para expandir su catálogo de productos. Esto incluye hormigones sostenibles, pavimentos, soluciones prefabricadas, morteros especiales, sistemas de aislamiento térmico de edificios, mobiliario urbano y economía circular, entre otros.

#### HACIA LA NEUTRALIDAD DE CARBONO

«El cemento es la base de la compañía, representa el 60% de nuestro negocio actual y estamos invirtiendo en reducir las emisiones hasta llegar al *net zero* 2050. Sin embargo, hoy somos una compañía que ofrece un amplio catálogo de soluciones para la construcción y nuestra estrategia a largo plazo es seguir creciendo en todo tipo de soluciones cons-

**Marcos Cela:** «Este cambio representa una ocasión única para dar un impulso a una marca asociada a la sostenibilidad y la I+D»

tructivas de manera que podamos ofrecer un servicio cada vez mejor a nuestros clientes», afirma Cela.

En suma, y tras un año 2024 repleto de desafíos, Molins ha dado un paso adelante para posicionarse «como líder en la transición hacia la construcción sostenible, ofreciendo productos que no solo cumplen con los más altos estándares del sector, sino que también promueven un futuro más verde y responsable».

# Queràmic presenta el método pionero QueEasy

El distribuidor catalán innova con un modelo con 25 carritos diferentes con diseños de **baños completos**



La distribuidora barcelonesa Cerygres, a través de su enseña Queràmic, ha lanzado QueEasy, un sistema de venta de baños completos.

Queràmic, empresa especializada en la distribución y venta de productos para el baño, revestimientos y suelos cerámicos, ha ideado «un pionero método de venta para su tienda del Eixample de Barcelona» que transformará el sector de los baños, QueEasy.

Con este revolucionario sistema, los usuarios podrán realizar la compra directa de todos los productos necesarios para realizar un baño nuevo o la reforma de uno existente de forma fácil, rápida, económica y sostenible y disponer de su pedido en tan solo 72 horas, si lo desean, en Barcelona y su área metropolitana.

Queràmic, perteneciente al Grupo Cerygres con 40 años de experiencia en el sector, presenta oficialmente QueEasy al mercado español. El lanzamiento del nuevo método, que ha estado en fase piloto desde el pasado mes de julio, coincide con la culminación de la reforma integral de la tienda Queràmic sita en la calle Industria, núm. 35, de Barcelona, tras una inversión de cerca de un millón de euros, entre las obras y el proyecto QueEasy. El nuevo establecimiento se ha convertido así en el escaparate perfecto para particulares y profesionales.

Esta innovadora propuesta, inspirada en el carrito de la compra *on line*, permite que el cliente que acude a la tienda Queràmic encargue un baño completo



Jordi Zaragoza, director general de Queràmic, y Josep Zaragoza, fundador y propietario de Queràmic en las instalaciones de la compañía en la calle Industria de Barcelona.

prediseñado, eligiendo entre más de 25 diseños o ambientes diferentes (incluye la cerámica, sanitarios, lavabos, mueble de baño, espejo, plato de ducha, mampara y accesorios), en tan solo tres pasos y sin depender de nadie.

«El particular o los profesionales del sector que hagan uso del método

QueEasy obtendrán un importante ahorro de tiempo y de costos», asegura José Zaragoza, fundador y propietario de Queràmic y Grupo Cerygres.

Por su parte Jordi Zaragoza, director general de Queràmic y Grupo Cerygres y miembro de la segunda generación de esta empresa familiar catalana, declara

que «el método, patentado en la Unión Europea, es pionero en el sector del baño en Europa. Ofrece una nueva fórmula para comprar un baño completo en un abrir y cerrar de ojos, es como comprarse una camisa pero en baños, solo tienes que saber la talla, el modelo y obtendrás un precio cerrado y sin sorpresas». Zaragoza destaca que «el cliente puede renovar su aseo a un precio muy competitivo, a partir de 999 euros y un baño completo a partir de 1.995 euros».

Para el desarrollo de este innovador sistema, Queràmic ha contado con la colaboración de Venture Experience, consultora creativa y estratégica de espacios liderada por Alberto Martínez, CEO y director creativo de la firma, apoyado por un equipo de profesionales de máximo nivel, con su metodología innovadora de Space UX. Martínez, referente europeo en el segmento del *retail* ha contribuido, con su experiencia en el diseño de espacios e imagen de grandes marcas, a la maduración y evolución de la idea de la compañía catalana.

**El grupo invierte un millón de euros en la venta de 'packs' para reformas y en la optimización de su tienda de Barcelona**

Los clientes de Queràmic solo tienen que elegir *in situ* entre los diferentes carritos, para realizar la compra. El sistema propone 25 distintos diseños de baños completos para adaptarse a todos los gustos y presupuestos. En base a ellos, el cliente elige su nuevo cuarto de baño.

Para facilitar la decisión de compra, QueEasy incorpora un visualizador 360º para observar en 3D la propuesta elegida en las tres tallas a tamaño real. Para acceder al visualizador, el cliente solo tiene que escanear un QR que genera la misma aplicación. Esta opción puede realizarse tantas veces como sea necesario y compartirla, hasta que el cliente esté satisfecho de su elección.

Queràmic también ha tenido en cuenta que «la experiencia de compra es un valor añadido», comenta Jordi Zaragoza. «Para ello, el uso del método está disponible tanto en nuestra tienda física como en la web *queramic.com*, siendo un modelo que podría ser fácilmente escalable a otras ciudades y países», añade el directivo. Este nuevo método de venta está disponible en la tienda Queràmic de Barcelona, espacio de 600 metros que ha sido totalmente reformado.

# APOYOS PARA PAVIMENTO FLOTANTE

MATERIAL RECICLABLE



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



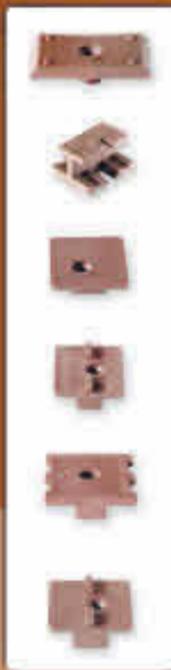
SECTOR ENTARIMADOS

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



NUEVO

**LIZABAR**  
PLASTICS s.l.

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