

el Periódico del **Azulejo**

DIRECTOR : ÁNGEL BÁEZ CALVO.
ENERO Y FEBRERO DEL 2025

NÚMERO 281
www.elperiodicodelazulejo.es

Cevisama y las
ferias en Castellón,
primeras grandes
citas del 2025

Porcelanosa ultima
el crecimiento de
su red comercial en
España y Europa

IMAGEN: GRESMANC GROUP

'Niza' y 'Oslo', de la
serie 'Urban', de
Gresmanc Group,
revisten este proyecto
de Piscitec.

Un año de desafíos

El sector cerámico afronta un mes
de febrero lleno de eventos promocionales

Sumario

Ferias

Páginas 4 a 11



Febrero, repleto de eventos promocionales

Diseño

Página 18

Un proyecto con 'pedrigí' en **Lanzarote**

Colocación Cerámica

Página 20

Emac monitoriza la salud de los edificios

Distribución

Página 23

Más servicios **Ibricks**

Industria

Página 12



Dpi Cretaprint estrena instalaciones en Onda

Director: Ángel Báez Calvo. Redactor Jefe: Pepe Beltrán. Jefa Ediciones Especiales: Eva Colom. Coordinación y Redacción: Javier Cabrerizo. Diseño: J. Martos. Fotografía: M. Nebot, G. Utiel y KMY Ros. Edita: Comunicación y Medios de Levante, SL. Directora Comercial: Cristina Pastor. Ejecutivo de ventas: Javier 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...



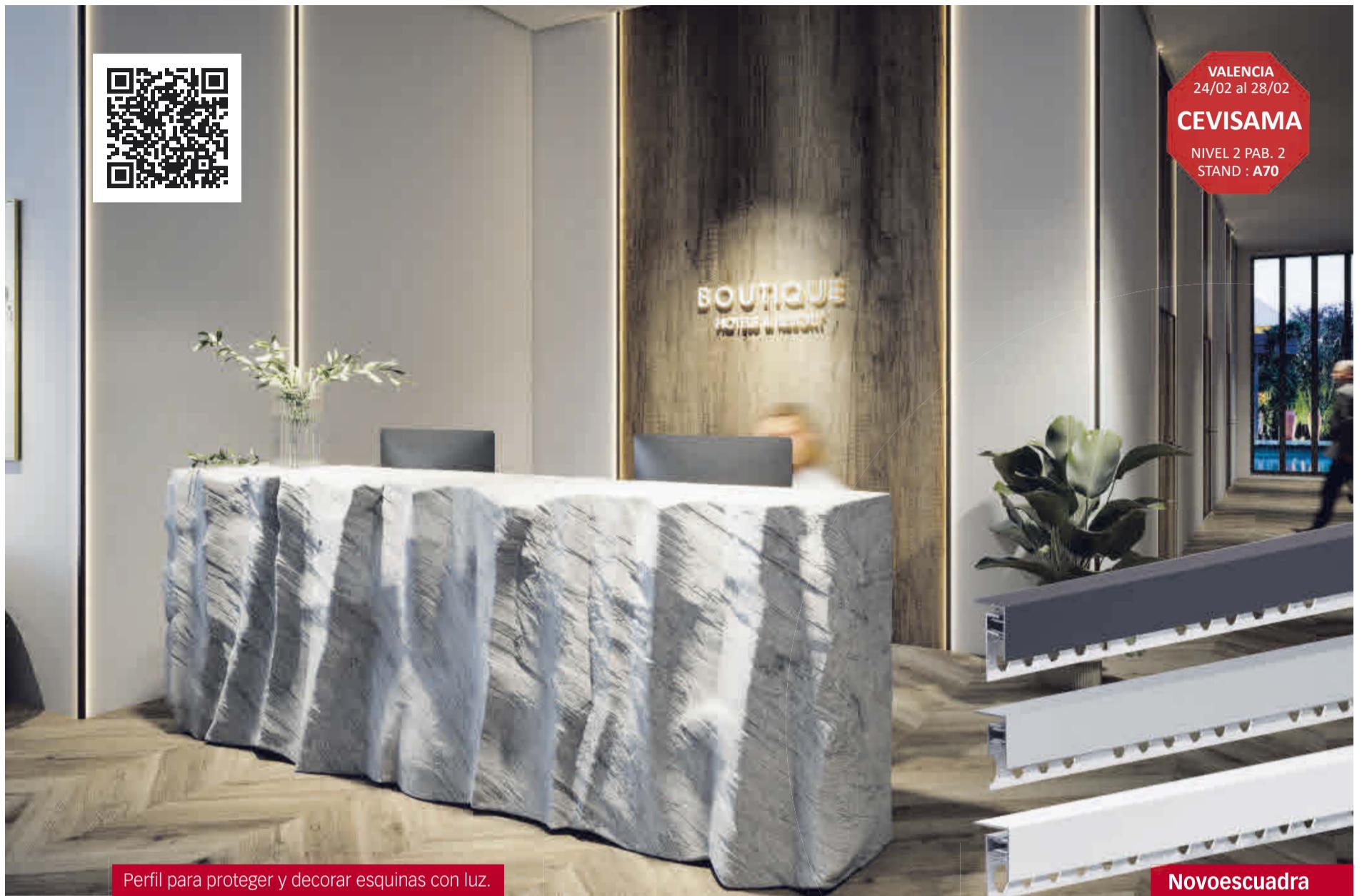
el Periódico del
Azulejo newsletter



www.elperiodicodelazulejo.es



VALENCIA
24/02 al 28/02
CEVISAMA
NIVEL 2 PAB. 2
STAND : A70



Perfil para proteger y decorar esquinas con luz.

Novoesquadra
Eclipse® Sunset

U202431751

TU MOMENTO SUNSET

La vida nos enseña que lo que realmente importa son los momentos que podamos sentir como únicos y especiales. Y uno de esos instantes es el momento sunset, ese momento del día en el que todos los astros se alinean para preservar nuestro bienestar y paz. La nueva colección **Eclipse® Sunset** nace bajo la inspiración del efecto apacible del atardecer, creando espacios cargados de calma y confort a través del excepcional uso de la luz.

Te traemos la puesta de sol en forma de perfil con embellecedor clipado y con tiras LED ocultas, para colocación como protección de esquinas e ideado para que la iluminación fluya a ambos lados del perfil, generando así un innovador efecto de cortina de luz. Todo ello contribuye a la creación de ambientes cálidos y relajados, generando así una sensación de confort en el entorno.

Novoesquadra Eclipse® Sunset, crea tus propios momentos.



AIDIMME
INSTITUTO TECNOLÓGICO



SOCIO CORPORATIVO
Club
Cámara
VALENCIA

EMAC®
EL TOQUE FINAL

EMAC® GRUPO | ESPAÑA | USA | ITALIA |

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



El 20% de las confirmaciones de las invitaciones realizadas por Cevisama y sus expositores es de grandes compradores de los Estados Unidos, principal mercado de la cerámica española.

Cevisama: cuenta atrás para la gran cita de febrero

La feria congregará a **expositores referentes** en numerosos subsectores y confía en elevar el listón de los **70.000** asistentes de la pasada edición

Cevisama ultima los preparativos de su próxima edición, que se celebrará en el recinto de Feria Valencia entre el 24 y el 28 de febrero. La cita, el evento más importante del sector en España, concentrará a destacados expositores del sector, entre fabricantes de recubrimientos cerámicos, firmas especializadas en equipamiento de baño, piedra natural, maquinaria, tecnología, utillaje y herramientas para la colocación.

Entre las marcas que exhibirán sus novedades de producto se encuentran referentes como Vives, APE Grupo, Peronda, Keraben Grupo, STN, Exagres, Undefasa, Aparici, Cristacer, Decocer, Gresmanc Group, Halcón, Alaplana, Equipe Cerámicas, Cevica, New Tiles, Natucer, Gayafores, Realonda, Porcelánicos HDC, El Molino o Emac Grupo.

También estarán presentes con sus propuestas compañías como Fila Solutions, Rubi Group, Barraganes, Sacmi, Sigmadiamant, Fustecma, Ibero, Togama, Alttoglass, Coycama, Integra Solutions, Museum, Intermatex Grupo,



El certamen reunió a más de 70.000 visitantes en su última edición, un 28% de ellos extranjero.

Mosavit, Fabresa, Harmony, Onix, KTL, Decosan, Arttros, Cicogres, Mapei, Gres Aragón, Molde Azul, Inscá, Mainzu, Nofer, Apavisa, Talleres Foro, Vitacer, Ramón Soler o Irsap, entre otros.

En su última convocatoria reunió a más de 70.000 visitantes, un 28% de los cuales procedía de 156 países pertenecientes a grandes grupos de compra, distribuidores o tiendas, almacenistas, prescriptores (arquitectos, interioristas, decoradores y diseñadores), así como profesionales de la construcción.

PLAN DE COMPRADORES

Cevisama ha puesto especial énfasis este año en potenciar el Plan de Compradores tanto de ámbito internacional como nacional, puesto en marcha desde el pasado verano y que, a falta de menos de un mes para la celebración del evento, ha logrado «confirmar la visita de más de 700 firmas y profesionales con gran poder de compra», tal y como destacan desde la organización. El Plan está dotado con más de un millón de euros, procedentes de la Generalitat Valenciana y la propia Feria Valencia. Para esta edición,



El evento internacional de Feria Valencia, Cevisama 2025, se celebrará entre el 24 y el 28 de febrero, y será un escaparate de lujo para promocionar el producto y la calidad 'made in Europe'.

el programa ha contado con los expositores de Cevisama, que han podido invitar directamente a sus principales clientes con cargo a la misión de compradores, «generando una doble vía promocional. Por un lado, las empresas han fortalecido su imagen comercial y, por otra parte, la feria consolida un *pool* de compradores de primer nivel que dota de mayor atractivo al certamen».

En este sentido, a fecha de hoy, 639 profesionales extranjeros y 105 nacionales han respondido afirmativamente a la invitación VIP de Cevisama y sus expositores, «cifras que irán incrementándose en estas semanas, ya que el certamen

de las exportaciones de la cerámica española de enero a octubre de 2024 con 388 millones de euros y un crecimiento del 1,2% en este período, según las estadísticas oficiales de Icx.

A continuación, le siguen mercados de la UE, caso de Francia, Reino Unido, Italia o Portugal, cuyos profesionales y grupos de compra «también han respondido afirmativamente a la llamada de Cevisama y sus expositores». Además, dentro de los principales mercados de procedencia de los compradores invitados también destacan zonas como Oriente Medio, especialmente los Emiratos Árabes Unidos, y países como Marruecos, México o Colombia.

GRANDES DISTRIBUIDORES

Además, esta campaña también se ha dirigido a colectivos profesionales como los distribuidores y almacenistas europeos, de la mano de la asociación europea Ufemat, o los profesionales del Reino Unido. También vuelve a cobrar importancia la acción que se ha coordinado con la oficina del Icx en Alemania para la captación del poder de compra procedente del mercado germano.

Por su parte, dentro del Plan específico de Compradores Nacionales, Cevisama ha centrado sus esfuerzos en asegurar la visita a la feria de colectivos profesionales de la prescripción, promotoras y empresas de equipamiento de colectividades, al tiempo que ha reforzado la campaña dirigida a la gran distribución española y a las grandes cadenas de materiales de construcción.



Más información:

Escanea el código QR para consultar el listado y la ubicación en feria de expositores de Cevisama 2025



La inversión para la captación de asistentes españoles e internacionales ha superado el millón de euros

continúa confirmando más reservas». Sin embargo, ya se pueden desgranar algunas variables destacadas y que apuntan al interés despertado entre los principales mercados de la cerámica y el baño.

Así, Estados Unidos lidera el ranking de mercados internacionales confirmados en este Plan, con cerca del 20% del total, en consonancia con el buen tono de este mercado, que encabeza el listado

Lo último en tecnología

– Otro de los principales puntos de interés de la inminente edición de Cevisama será el nivel 2 del pabellón 4, espacio donde se concentrarán las compañías especialistas en maquinaria y tecnología para la industria cerámica. La patronal Asebec y su marca comercial Spanish Ceramic Technology vuelven a contar con la feria como un escaparate clave para que el sector muestre sus últimas novedades. Este segmento se consolida, de esta manera, como uno de los sectores de referencia dentro de la amplia oferta expositiva de Cevisama y supone un atractivo de especial importancia para los profesionales del sector. Además, la participación agrupada del sector de maquinaria consolida su presencia anual en Cevisama para ampliar el interés para el visitante del certamen de Feria Valencia.

– Barraganes, Cogullada, Das Tech, Ferrari & Cigarini, ICF & Welco, Ingeneo, Maincer, Molde Azul, Sacmi, Sigmadiamant y Talleres Foro son las compañías confirmadas al cierre de enero para participar en el evento.

– Especialmente interesante es la presencia de Sacmi Ibérica, en su regreso a la feria internacional después de tres ediciones. Durante la muestra en Feria Valencia, la compañía tecnológica centrará las novedades de su stand en Sacmi Cassioli, la nueva sociedad del grupo Sacmi especializada en los campos de la logística y la intralogística. Desde su lanzamiento a lo largo del año 2024, Sacmi Cassioli ha revolucionado el ámbito de la gestión logística, y ahora llega a Cevisama con un enfoque exclusivo orientado hacia las necesidades concretas del sector cerámico.

ENTREVISTA

Ricardo Aparici Bartoll Consejero del Grupo STN

«Cevisama nos ayuda a reforzar la imagen de marca»

Entre las grandes firmas que estarán presentes en Cevisama 2025 destaca la presencia de Grupo STN y sus marcas comerciales. Ricardo Aparici Bartoll, consejero de la compañía, repasa el momento que vive la firma, uno de los principales actores del sector cerámico internacional.

¿Qué representa el Grupo STN en la actualidad dentro del sector cerámico y cómo ha evolucionado la firma desde sus inicios?

–El Grupo STN es una compañía líder en la producción y comercialización de superficies cerámicas de alta calidad, teniendo como pilares fundamentales la calidad, el diseño y la tecnología más avanzada aplicada a la fabricación de pavimentos y revestimientos cerámicos. Desde su fundación, hace ya más de 50 años, ha experimentado un notable crecimiento. Inició su actividad como una pequeña empresa cerámica, pero gracias a la apuesta por la calidad, la I+D tecnológica y la expansión de su catálogo de productos se ha consolidado como una referencia en el sector a nivel mundial.

Además, a lo largo de los años ha invertido en maquinaria de última generación y ha perfeccionado sus técnicas de fabricación para adaptarse a las demandas del mercado. Actualmente, ofrece todo tipo de productos cerámicos, desde los formatos más tradicionales hasta baldosas de gran formato y placas porcelánicas, ideales para su uso en arquitectura contemporánea, tanto en interiores como en exteriores.

Con una gran presencia en mercados internacionales, el Grupo STN sigue evolucionando y ofreciendo productos que combinan diseño, funcionalidad y sostenibilidad, a la vanguardia del sector.



Ricardo Aparici Bartoll es consejero del Grupo STN.

nibilidad, a la vanguardia del sector.

–Grupo STN es una de las firmas más veteranas del sector cerámico y sus productos se venden en todo el mundo. ¿Cómo valora la asistencia a ferias como Cevisama para presentar y vender sus novedades?

–Valoramos la asistencia a ferias como Cevisama como una oportunidad clave para fortalecer nuestra presencia en el mercado global. Estas ferias permiten a la empresa presentar las últimas innovaciones en pavimentos y revestimientos cerámicos a un público especializado y atraer

nuevos clientes. Además, facilitan la interacción directa con distribuidores, arquitectos y diseñadores, lo que potencia la visibilidad de nuestros productos.

La participación en Cevisama refuerza la imagen de todas las marcas del Grupo STN como una empresa vanguardista y comprometida con la calidad, consolidando su posición en un sector altamente competitivo y en evolución.

–¿Qué valores definen su catálogo frente a otros competidores?

–El catálogo de productos cerámicos de todas las marcas que conforman el Grupo STN se define por valores como la innovación, la cali-

dad y el diseño vanguardista. La empresa utiliza tecnología avanzada para crear productos de alta resistencia y durabilidad, con una amplia variedad de formatos y acabados que se adaptan perfectamente a las últimas tendencias arquitectónicas.

Además, otro aspecto importante es el compromiso con la sostenibilidad y la eficiencia energética en los procesos de producción, algo que nos diferencia de otros competidores y que nos permite mantener una política de precios accesibles a todos los mercados.

–¿Desde cuándo acuden como expositores a Cevisama y qué esperan y cómo preparan inminente edición?

–STN Cerámica ha asistido a Cevisama desde hace más de dos décadas, consolidando nuestra presencia en este evento clave para la industria cerámica. Para la próxima edición, esperamos continuar fortaleciendo nuestras relaciones comerciales, presentar nuestras últimas innovaciones y captar nuevas oportunidades de negocio a nivel internacional.

Nos preparamos con una cuidadosa selección de desarrollos de productos vanguardistas, entre las que destacamos nuestras placas porcelánicas y grandes formatos, además de enfocarnos en sostenibilidad y diseño. Nuestro equipo trabaja en la creación de un estándar impactante y en el desarrollo de estrategias para mostrar cómo nuestros productos pueden transformar proyectos arquitectónicos modernos.

–¿Cuáles son los retos del Grupo STN a corto y medio plazo?

–A corto plazo, nuestros retos incluyen mantener el liderazgo en la innovación cerámica y adaptarnos a las crecientes demandas del mercado global, especialmente en productos de gran formato. También intentaremos mejorar más, si cabe, nuestros procesos productivos para ser más eficientes y reducir el impacto ambiental.

Y a medio plazo el desafío es seguir expandiendo nuestra presencia en los mercados internacionales y fortalecer alianzas estratégicas, consolidar nuestra oferta de productos diferenciados, y seguir invirtiendo en tecnología.

* Entrevista: Eva Colom

La feria fomentará las buenas prácticas de la colocación cerámica

Doble encuentro en el pabellón 4

Cevisama 2025 volverá a ser escenario donde los profesionales de la instalación, construcción y reforma puedan aprender e informarse de primera mano de las últimas técnicas e innovaciones relacionadas con la instalación de elementos cerámicos. La feria albergará una edición más del Encuentro de Colocadores de Proalso.

Además, este año se suma también un Encuentro de alumnos del Ciclo Formativo de Grado Medio en la especialidad de Obras de Interior, Decoración y Rehabilitación. Ambas citas se celebrarán en el nivel 2 del pabellón 4 del recinto de Feria Valencia.

El espacio de Proalso es ya un clásico de la feria. La Asociación Profesional de



El espacio de Proalso, en febrero del 2024.

Alicatadores/Soladores lleva organizando desde el año 2000 su Encuentro de Colocadores durante el certamen, un área en la que se realizan demostraciones in vivo de los procesos de colocación cerámica para poner en valor el oficio de

alicatador y solador, resaltando la importancia de contar con un profesional para la correcta colocación de la cerámica.

El objetivo de esta actividad es, por un lado, mostrar a todos los visitantes mediante esta experiencia las principales tendencias en instalación de sistemas cerámicos, materiales, complementos, equipamiento y maquinaria en colaboración de los patrocinadores, así como los procesos y requisitos de instalación que se describen en la Norma UNE138002.

Además, como novedad, en Cevisama 2025 también se celebrará una acción relacionada con la formación de jóvenes instaladores. Se trata de un evento nacional de estudiantes del Ciclo Formativo de Grado Medio de Obras de Interior, Decoración y Rehabilitación en el que los estudiantes pondrán en práctica lo aprendido en el módulo de colocación y alicatado en un escenario como Cevisama. En la cita participarán estudiantes de centros formativos de Almería, Guadalajara, Toledo, Lleida, Cáceres, Valencia y la Rioja.

Siete 'embajadores' para ganar visibilidad

Creadores de contenido expertos en construcción e interiorismo promocionarán las actividades de la feria

Este año Cevisama da un salto cualitativo en su empeño de promocionar el evento. Y lo hará a través de siete de los mejores creadores digitales españoles de la construcción, las reformas y el interiorismo. Se trata de una iniciativa inédita hasta la fecha en el formato del certamen, pero que ya ha sido probada con éxito en otras convocatorias sectoriales como las recientes ediciones de Hábitat, Espacio Cocina SICI y Textilhogar, también en Feria Valencia.

Los siete nuevos embajadores de Cevisama son Cristina Ceamanos (@decorartucasa.com), David Sevilleja (@todosobrereformas), Mamen Martín (@la_reforma_de_mi_vida) y Miguel Gómez (@formas_cocinas). Junto a ellos, Nacho Herrero (@reformagenz), Pilar Cinca (@puntoyseguidoestudio) y Salvador Torremocha (@reformaymas).



Cuatro de los 'influencers': Mamen Martín, Cristina Ceamanos, Nacho Herrero y Pilar Cinca.

En esta ocasión, de la mano de la agencia especializada Doublecheck Projects, Cevisama apuesta por una iniciativa innovadora y disruptiva en el ámbito de la comunicación y marketing ferial para «dar visibilidad a todo lo que suceda durante los cinco días de feria a través del impacto digital y la visión experta de estos prescriptores de opinión». Novedades, tendencias, exposiciones, conferencias, diseñadores internacionales o curiosidades estarán al alcance de este grupo de influencers que suman entre ellos más de un millón y

Su presencia

contribuirá a «proyectar el alcance de los expositores y de las novedades que presenten en la feria»

medio de seguidores en sus diferentes redes sociales.

Estos creadores de contenido aportarán «su visión fresca, creativa y experta sobre las tendencias en interiorismo, construcción y reformas con el objetivo de impulsar Cevisama 2025 con la visita de profesionales del sector y de contribuir al posicionamiento de los expositores y de las novedades que se presenten durante el certamen».

#CEVISAMACONNECTIONS

cevisama.com

CEVISAMA

International Ceramics & Bathroom Experience

24 - 28 FEB
VALENCIA - SPAIN

FERIA
VALENCIA

#savethedate

CVSA 25



Emili Manrique y Gema Alfaro, del estudio Alfaro-Manrique, especializado en el sector hotelero; Cutu Mazuelos y Eva Rego, de Stone Designs; y la prestigiosa interiorista mexicana Amparo Taylor.

Referentes en 'contract', interiorismo y arquitectura



Oliver Franz Schmidt, Natali Canas del Pozo y Lucas Echeveste conforman El Equipo Creativo, un estudio multipremiado de amplio recorrido profesional.

El **Foro** de Cevisama congregará a destacados nombres propios

Cevisama ultima la programación de su Foro de Interiorismo, Arquitectura y Contract, el ciclo de conferencias, charlas y mesas redondas que cada edición se celebra en el marco de la agenda de Cevisama_LAB y que este 2025 reunirá a referentes del momento en los tres sectores.

El certamen divulgativo regresa con grandes novedades y una de ellas será el espacio donde se celebrará íntegramente las conferencias, que será el Auditorio del Hotel Cevisama, ubicado en el pabellón 3 del nivel 2, y que conectará todos los contenidos del Foro con el espacio que está diseñando el arquitecto Héctor Ruiz-Velázquez.

De hecho, no es casualidad esta conexión, ya que, precisamente, el Foro abordará de forma especial la interacción de la cerámica y el equipamiento de baño con las nuevas tendencias en arquitectura de interiores tanto residencial como hotelera, hostelera o corporativa.

Para ello, Cevisama contará con prescriptores de primer nivel para abordar, de manera didáctica, algunas de las claves que marcan el desarrollo de negocio y cómo el sector azulejero y del equipamiento de baño puede aprovechar las oportunidades que se pueden presentar.

Ya se conocen, en este sentido, algunos de los grandes nombres que han confirmado su presencia en el Foro de

Interiorismo, Arquitectura y Contract. Por ejemplo, el de la conocida interiorista mexicana Amparo Taylor, que se encarga de firmar algunos de los complejos residenciales y hoteleros de más prestigio del país norteamericano.

En este ámbito también destacará la participación del estudio madrileño Stone Designs, capitaneado por Cutu Mazuelos y Eva Rego, y con premios como el Red Dot Design Award y proyectos como el de las Oficinas Centrales de Coca-Cola en España, el complejo Mokhovaya Business de Moscú o trabajos para Finsa; al igual que el interiorista Javier Jiménez y su Estudio Animal, que celebrará su reciente Premio Frame 2024 al apartamento del año y que ha sido catalogado como uno de los estudios más *cool* del momento.

En este apartado también destacará la participación de los barceloneses El Equipo Creativo, que ostentan galardones

tan destacados como el Best of Year 2024 por el trabajo en Selva Restaurant o el Premio Hospitality Design de Las Vegas por el Palau Fugit Hotel; así como el estudio multidisciplinar Madrid in Love, con Naroa Quirós y Juan Luis Medina al frente, con proyectos reconocidos como el restaurante del NH Collection Madrid Eurobuilding.

NOMBRES ILUSTRES DE LA ARQUITECTURA

En el capítulo de contenidos relacionados con la arquitectura, construcción, hoteles y *contract*, Cevisama 2025 contará con verdaderos referentes en este segmento. Una de las estrellas será el estudio Ruiz-Larrea Arquitectura, uno de los equipos multidisciplinarios y globales con la innovación insertada en su ADN y que, de la mano de su fundador César Ruiz-Larrea, ha completado recientemente la restauración del Hotel Palace de Madrid, además de proyectos como las sedes de Movistar + y Vueling.

También muy relevante es la incorporación al panel de expertos del Foro de Cevisama_LAB del equipo de Alfaro-Manrique, uno de los estudios de *hospitality* más creativos del momento y que firman proyectos como el hotel Barceló de Santa Cruz de Tenerife o Karak Restaurante de València. También estarán los profesionales del estudio de arquitectura Wearetodo, con Ángel Zaragoza y Borja Acosta, que desde su *hub* de arquitectura en Dénia proyectan tanto espacios residenciales como comerciales, hoteles u oficinas.

Del ámbito del negocio inmobiliario y hotelero, en las mesas redondas del Foro está prevista la participación de empresas como Casas Inhaus, líderes en arquitectura modular: el grupo de gestión inmobiliario TM Grupo; o las compañías de gestión hotelera GAT Gestión y Rusticae. A estos nombres se sumarán otras figuras de primer nivel.

El Foro cuenta con la implicación del Colegio de Diseñadores de Interior de la Comunidad Valenciana (CDICV), así como el asesoramiento del especialista en *contract* Rubén Pons.

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



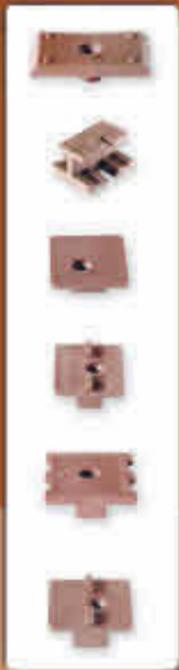
SECTOR ENTARIMADOS

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



Argenta compartirá durante TETM25 las últimas tendencias y novedades de la marca, entre las que destacará la ampliación de las colecciones desarrolladas con tecnología 'Artech'.

Argenta ya prepara The Essential Tile Meeting 2025

La cita concentrará en sus instalaciones en **Vila-real** las últimas novedades de su catálogo y las mostrará a su red de clientes nacionales e internacionales



Desde la azulejera detallan que el evento reunirá a clientes, distribuidores, diseñadores, arquitectos y profesionales del sector procedentes de la geografía española y de países de todo el mundo.

Todo el equipo de Argenta Cerámica está preparando ya una nueva edición de The Essential Tile Meeting 2025, el evento de diseño en el que cada año presenta sus últimas propuestas a clientes nacionales e internacionales. La cita se celebrará entre el 17 y el 28 de febrero en el *showroom* de la azulejera ubicado en Vila-real (Castellón).

Desde la compañía anticipan que «The Essential Tile Meeting (TETM25) se convertirá de nuevo en el escenario de una experiencia única, donde se plasmará todo el trabajo del equipo de Argenta para compartir las últimas tendencias, diseños y novedades de producto».

El certamen de diseño cerámico se celebrará entre el 17 y el 28 de febrero en el 'showroom' Heart en Vila-real

Como referente de la fabricación de recubrimientos cerámicos y uno de los máximos exponentes del Tile of Spain, la marca mostrará «nuevas series con texturas, relieves y matices para ser incorporados en proyectos de arquitectura e interiorismo de última generación». «Daremos a conocer colecciones que destacan por su exclusividad e innovación tecnológica, con productos que redefinen los límites de la creatividad y la funcionalidad. Entre ellos destaca especialmente la ampliación de las series realizadas con tecnología *Artech*».

Desde la azulejera detallan que TETM25 reunirá a clientes, distribuidores, diseñadores, arquitectos y profesio-

nales de la construcción de todo el mundo, quienes «podrán conectar con la cerámica y las tendencias de vanguardia a través de las novedades diseñadas para esta edición».

La presentación estará arropada por las instalaciones de Heart, el espacio expositivo con más de 2.000 metros cuadrados de superficie y «está preparada para vivir una experiencia innovadora y única para cada cliente». No en vano, el *showroom* ha sido galardonado con premios como el German Design Award 2022. Cabe recordar que Argenta también logró uno de los prestigiosos galardones al mejor espacio comercial en la última edición de Cersaie.

Innova expone las últimas innovaciones en embalaje

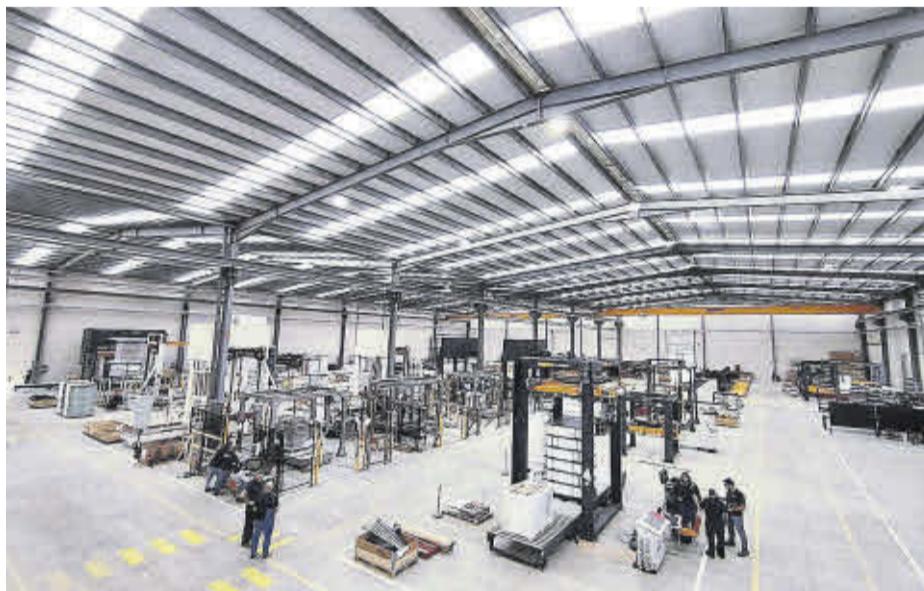
Mostrará sus desarrollos en sus nuevas instalaciones en **Almassora** durante la semana de Cevisama

Del 24 al 28 de febrero, en coincidencia con las fechas de Cevisama, Innova Group llevará a cabo una exclusiva muestra de producto en sus nuevas instalaciones en Almassora (Castellón). La firma presentará en la muestra sus últimos desarrollos e innovaciones en sistemas de embalaje cerámicos. Este evento espera la visita de profesionales nacionales e internacionales interesados en soluciones avanzadas para automatizar y mejorar la logística específicamente de los sectores cerámico y materiales de construcción.

Tras la positiva respuesta de la primera edición en 2024, este Innova Showroom reafirma el «compromiso de la empresa por ofrecer al mercado sistemas avanzados y eficientes, diseñados para responder los requerimientos y exigencias del sector de la construcción».

En esta segunda edición, Innova Group dará a conocer maquinaria de diversa tipología, desde soluciones automatizadas para cargas de gran tamaño hasta líneas de embalaje completas para cerámica. Desde la compañía reseñan cuáles serán las principales novedades que se podrán ver en funcionamiento en el *showroom*:

1. *Stretch Hood* para cargas XL. Este sistema presenta una solución totalmente automatizada para un sector con un embalaje complejo, ya que permite enfundar de manera automática cargas de grandes formatos cerámicos, como



Innova Showroom es el nombre de las jornadas que la compañía organiza para sus clientes.

losas, encimeras y otros formatos en caballete, o bien cargas XL de construcción, como paneles de aislamiento.

2. Línea de embalaje para cerámica. En el evento se verá una línea completa de embalaje especializada en cerámica compuesta de sistema *Stretch Hood*, sistemas automatizados de flejado y envolvente automática, específicamente desarrollados para cargas cerámicas.

3. Banco de *testeo* de Innova Lab. Durante el *showroom* también estará en

funcionamiento el banco de pruebas de Innova Lab, donde se podrá ver el enfundado de varios formatos de palets y de diferentes formatos.

Esta nueva edición del Showroom de Innova ofrece una exposición más ampliada, en las nuevas instalaciones de la empresa. Este año, el objetivo de Innova es ofrecer un punto de encuentro a aquellos visitantes, clientes y *partners* que aprovechan la semana de Cevisama para conocer los últimos desarrollos y

novedades de maquinaria cerámica. Durante la semana, los visitantes podrán ver demostraciones en vivo y recibirán asesoramiento personalizado sobre cómo aplicar los sistemas de embalaje de Innova a sus productos.

La asistencia al encuentro es gratuita, pero para la organización del mismo se requiere inscripción previa. Los interesa-

El certamen exhibirá desde soluciones automatizadas para cargas de gran tamaño hasta líneas de embalaje completas

dos pueden registrarse a través de la página habilitada por la empresa: Innova Showroom. En la página de registro se solicitará información básica como nombre, empresa, sector y día de preferencia para asistir.

Cabe recordar que Innova Group es un fabricante referente de sistemas de embalaje para el final de línea, con presencia en varios sectores industriales en España, Europa, Latinoamérica y Norteamérica. Cuenta con instalaciones en grandes grupos internacionales como Grupo Mohawk, Lamosa, Pamesa, Porcelanosa Grupo, Argenta, Grespania y Grupo Cedasa, entre otros.

Laminam crece y asume el control de su distribuidora española

El fabricante compra **Iberstone**

Laminam, especialista en piezas de gran formato, ha adquirido la participación mayoritaria en Iberstone, firma liderada por la familia Zapatero. La compra representa «un paso más en el camino de crecimiento e internacionalización» del fabricante.

En continuidad con la gestión anterior, los nueve centros logísticos de Iberstone, todo su personal y todos los activos comerciales han sido transferidos a la nueva empresa Iberstone Lam, de la que Laminam es el principal accionista y

la familia Zapatero posee «una participación significativa». La nueva estructura empresarial «garantizará así la continuidad en la dinámica comercial, con José Luis Zapatero y su hijo Rubén Zapatero continuando como directores de la empresa», apuntan desde Laminam.

Cabe recordar que Iberstone cuenta en España con nueve centros logísticos ubicados en Barcelona, Valencia, Madrid, Mallorca, Zaragoza, Valladolid, País Vasco, Asturias y Gran Canaria. El comunicado de prensa emitido por Laminam



Laminam ha adquirido a la familia Zapatero una participación mayoritaria de la española Iberstone.

repasa que «gracias a la exitosa asociación con la familia Zapatero, Laminam ha logrado una fuerte presencia en un mercado de gran importancia estratégica. La nueva empresa se unirá a las otras doce filiales extranjeras que cubren los mercados internacionales.

«La compra de Iberstone es la evolución natural de una fructífera asociación y amistad profesional que se ha funda-

mentado en la confianza y en el respeto mutuos, lo que ha permitido que ambas empresas crezcan y se consoliden», ha expresado Alberto Selmi, CEO de Laminam. «Esta operación nos permite fortalecer nuestra presencia en un mercado estratégicamente importante y combinar nuestra experiencia con un equipo que comparte nuestros valores y visión», ha comunicado Selmi.

Dpi Cretaprint presenta sus instalaciones en Castellón

La compañía inicia su andadura en el epicentro del clúster azulejero y celebra una jornada de puertas abiertas en su nueva sede ubicada en **Onda**

Durante el mes de enero se ha materializado el desembarco oficial en la provincia de Castellón de Dpi, compañía china especializada en la impresión digital en vidrio, madera y textil. Durante el segundo semestre de 2024, la firma incorporó a su catálogo de activos la marca Cretaprint (la división cerámica de la multinacional Efi) y ahora ha presentado a clientes y colaboradores del clúster el equipo humano y sus nuevas instalaciones ubicadas en el Camino de Miralcamp, número 69, de Onda.

Con el fin de transmitir las líneas maestras del proyecto, Dpi ha celebrado una jornada de puertas abiertas en la que los profesionales de la compañía han aportado a los asistentes todos los detalles de la ambiciosa iniciativa empresarial. El encuentro ha contado con la presencia de Eddie Chang, CEO de Dpi; Moli Li, directora general de Dpi Spain; Samir Khaouinniaam, responsable de Ventas en Europa; y Pablo Espinosa, responsable de Ventas en Europa.

«El objetivo es volver a hacer de Cretaprint lo que fue, grande otra vez, después de unos años en que ha estado algo parada, pero vamos a ir a más», resumen desde la firma, al tiempo que señalan que «Cretaprint sigue funcionando como antes, como en la época de Efi, y desde la sede en Onda no solo aportamos servicio técnico y venta de repuestos, sino que también vendemos en España,

«El principal objetivo es volver a hacer de Cretaprint lo que fue, grande otra vez», señalan desde la firma tecnológica

Italia y África las máquinas que ya estamos fabricando en Foshan (China)».

PREVISIÓN DE FACTURACIÓN

Con una estimación de facturación de entre 8 y 10 millones para el año 2025, desde Dpi Cretaprint manifiestan que «en esta nueva etapa mantenemos muchos clientes con los que ya trabajábamos y nuestra intención es la de llegar a más a partir del conocimiento preciso que tenemos de las necesidades de cada empresa y desde la seguridad de ser más amigables y cercanos con un servicio impecable y un diálogo constante en búsqueda de la satisfacción del cliente».

Otro pilar del proyecto de Dpi es la innovación. En el encuentro recalcaron que «vamos a dedicar más recursos a I+D tras unos años en lo que no había nada nuevo en Cretaprint; esto ha cambiado notablemente; de hecho, el esfuerzo en materia de innovación es ya una realidad y ahora estamos lanzando nuevos productos que mostraremos próximamente en Ceramics China, feria que se celebrará

en junio». En concreto, anticipan que «presentaremos un plóter y una máquina de esmalte digital, entre otros proyectos que se han puesto en marcha en poco tiempo». «Está yendo todo más rápido de lo que habíamos imaginado», apostillan.

La delegación en España ya está operativa y, durante los próximos meses, la compañía también tiene previsto llevar a cabo la apertura de una nueva delegación, en este caso en India para atender y dar servicio a este país, además de a Bangladesh y Sri Lanka.

Durante la jornada de puertas abiertas acudieron a las primeras instalaciones de Dpi Cretaprint en la provincia de Castellón representantes de numerosas compañías referentes del sector de los esmaltes y fabricantes de azulejo, caso de Esmalglass-Itaca, Colorobbia España, Smalticeram, Torrecid, Vidres, Caesarstone, Vives Azulejos y Gres, Supercerámica, El Barco, Marazzi, Cristal Cerámicas o Equipe Cerámicas, entre muchas otras, así como la alcaldesa de Onda, Carmina Ballester.



Durante la jornada de puertas abiertas acudieron a las instalaciones de Dpi Cretaprint representantes de Esmalglass-Itaca, Colorobbia, Smalticeram, Torrecid, Vidres, Caesarstone, Vives, Marazzi o Equipe.

Tiles360, un nuevo impulso para Amadis Fine Tiles

El ERP de la empresa castellanense **IT.Backing** se ha convertido en una herramienta clave de la firma cerámica

Tiles360, el nuevo ERP desarrollado por IT.Backing como evolución de su experimentado ITB-Tiles, ha revolucionado la gestión empresarial en el sector cerámico durante su primer año de vida. Creado sobre la innovadora tecnología de Microsoft Dynamics 365 Business Central, Tiles360 ya acompaña a fabricantes y distribuidores en sus retos más ambiciosos.

Una de las empresas que está experimentando una transformación significativa gracias a Tiles360 es Amadis Fine Tiles, especializada en la creación de azulejos de pequeño formato de tipo artesanal que dispone de una de las ofertas de producto más exclusivas del sector.

Con el impulso de un experimentado equipo humano y el apoyo de varios fabricantes especialistas, la marca Amadis ya dispone de un reconocido liderazgo creativo en mercados como Estados Unidos, Canadá y Reino Unido. En este sentido, Ignacio Alonso, CEO de Amadis, asegura que estos logros requerirán dar un paso más a nivel organizativo: «La exigencia de los clientes de primer nivel en esos mercados y nuestra apertura a toda Europa exigía la implantación de un nuevo ERP con un alto *know-how* del sector cerámico, ya que nuestros procedimientos exigen un alto grado de especialización».

Además, como empresa distribuidora, Amadis enfrentaba retos complejos



Amadis Fine Tiles, con sede en Onda, está especializada en azulejos de pequeño formato.

como la integración de la gestión de compras y logística de varios fabricantes en una única plataforma: «El compromiso con los clientes de un suministro de calidad y en un plazo adecuado, exige no sólo planificación sino una mejora continua de los procesos», asegura. Al mismo tiempo, añade un aspecto clave: «Para asumir el reto de un crecimiento ordenado y sostenible a largo plazo necesitábamos un entorno de *software* solvente

apoyado por un *partner* que fuese cercano y ágil en los procesos de diseño, implantación y soporte. Eso fue lo que nos llevó a la elección de IT.Backing y su ERP Tiles360».

ENTORNO 'CLOUD' DE BUSINESS CENTRAL

Tiles 360 es una solución desarrollada sobre Microsoft Dynamics 365 Business Central. Gracias a este producto, el sector azulejero y el de materiales de construc-

ción pueden disponer de una herramienta específica siempre actualizada y certificada por Microsoft, que se integra en el amplio ecosistema de aplicaciones del gigante tecnológico y opera sobre una de las plataformas más seguras del mercado. «Esto aporta la solvencia y la proyección a futuro que buscábamos. Como entorno en la nube, Tiles360 se adapta a

Esta solución

integral adaptada a las necesidades concretas del sector azulejero está certificada por Microsoft

nuestros procesos habituales como el teletrabajo y la conexión durante viajes comerciales», afirma Ignacio Alonso.

INCREMENTO DE LA EFICIENCIA

En lo referente al proceso de adaptación y de implantación de esta herramienta con IT.Backing, desde Amadis aseguran que la experiencia y la cercanía de la compañía castellanense ha aportado más que un servicio tecnológico: «Tiles360 nos ha obligado a repensar muchos de nuestros procesos de gestión para ser más eficientes. Eso en sí mismo es una increíble aportación de valor».

Levantina Techlam

nombra a Daniel

Sánchez nuevo CCO

Liderará la **estrategia comercial**

Levantina Techlam ha anunciado a finales del mes de enero el nombramiento de Daniel Sánchez como nuevo Chief Commercial Officer (CCO). Esta designación en la primera línea ejecutiva de la compañía «refuerza su apuesta por situarse a la cabeza en el sector de los materiales innovadores de construcción y diseño de interiores», indican desde la marca.

En un comunicado, Levantina ha expresado que «Daniel Sánchez liderará

la estrategia comercial de Levantina Techlam tras una extensa trayectoria en el sector de la piedra sinterizada, a lo largo de la que ha asumido cargos de responsable de ventas tanto en exportación como en mercado nacional, dirección comercial y dirección general para distintos mercados en todo el mundo». Sánchez ha estado vinculado en los últimos 24 años a empresas punteras en el sector, donde ha ocupado cargos de alta dirección incluyendo el de CCO y CEO.



Daniel Sánchez, nuevo Chief Commercial Officer (CCO) de Levantina.

La nota emitida durante el mes de enero por Levantina detalla que «Sánchez asume el cargo de CCO de la compañía en un momento de evolución, marcado por la ampliación de sus capacidades productivas y la apuesta por productos diferenciales y sostenibles».

Levantina ficha a Sánchez con el reto de potenciar sus plantas de piedra sinterizada y contrarrestar la caída productiva de su división de piedra natural. De hecho, a finales del año 2024 presentó un ERE, que afecta a las fábricas de Alicante y Porriño (en la provincia de Pontevedra), en el que excluye a la planta castellanense Nules, ya que Techlam está reorientando esfuerzos para crecer con este segmento, según remarcan desde la firma.

La sociedad, nacida en Novelda en 1959, creó Techlam en el año 2007 con el objetivo de desarrollar y comercializar piedra sinterizada. Esta marca se encuentra presente en 100 países y contempla un catálogo de productos que fusionan la innovación técnica con diseños elaborados con tecnología de impresión.

El ITC remodela y amplía sus líneas estratégicas

El Instituto de Tecnología Cerámica incorpora una rama de investigación dedicada a la **química sostenible**

El Instituto de Tecnología Cerámica (ITC) se encuentra inmerso en la remodelación y ampliación de sus principales líneas estratégicas de I+D+i, basadas en el modelo de los criterios ASG y con la finalidad de que sea más ágil transferir la tecnología a las empresas. Ante ello está desarrollando su actividad a través de ocho líneas generales que, a su vez, se dividen en varias sublíneas, ampliando una línea de investigación en 2024 y creando otra nueva que va a impulsarse en lo sucesivo.

La línea estratégica 1 está dedicada a la construcción resiliente y sostenible, y entre los proyectos que abarca se pueden citar Bioconcer, que plantea sistemas de láminas cerámicas para la construcción basados en materiales naturales y respetuosos con el medio ambiente; Ecosiscer, que desarrolla sistemas constructivos cerámicos para una arquitectura y un entorno urbano sostenible; o Think Tank, a través del cual paneles de expertos han abordado la construcción industrializada y la inteligencia artificial.

La línea estratégica 2 se enfoca a los materiales cerámicos y aborda iniciativas como Cherokee, que desarrolla *smart-objects* u objetos inteligentes mediante tecnologías digitales sobre sustratos no cerámicos. También el proyecto Recrimat, que desarrolla nuevos procesos de obtención de materias primas críticas; y Tech Transfer, por el que se está



El ITC remodela líneas de I+D+i con el fin de potenciar la transferencia tecnológica a las empresas.

implantando un sistema de identificación y seguimiento del conocimiento generado en la I+D independiente.

La línea 3 se centra en la industria hipocarbónica e investiga en diferentes tecnologías de hipocarbónicas para la cerámica. Además de ello se está trabajando en el desarrollo de prototipos para la descarbonización del clúster.

La línea estratégica 4 se dirige a la diversificación y se enfoca hacia la digita-

lización en la industria, otro de los grandes campos de trabajo del ITC, donde destaca el proyecto Gaiatec, basado en el desarrollo de un sistema inteligente para el manejo y análisis de conocimiento en tecnología cerámica. La inteligencia competitiva y los diferentes sistemas de diversificación y de vigilancia, así como el Observatorio de Tendencias, también se engloban en este campo de estudio de la entidad con sede en Castelló.

La línea 5 abarca todos los estudios sobre calidad ambiental en entornos Industriales, con el proyecto Gaia como ejemplo de los diferentes proyectos desarrollados, ya que su objetivo es centrarse en los factores clave para garantizar la sostenibilidad en entornos industriales.

Por otra parte, en la línea de investigación estratégica 6, los esfuerzos se orientan hacia el desarrollo de acciones para la promoción y transición a la economía circular también en entornos industriales. Destaca Batecat, cuyo objeto de estudio es la regeneración de cátodos y síntesis de pigmentos a partir de baterías usadas; y el proyecto Circer, que está llevando a cabo un análisis para la mejora de la circularidad en el clúster cerámico: ecodiseño y simbiosis industrial.

La línea 7 se ha ido planteando y creando en el 2024 y se dedica a la modelización de procesos. Se plantea la adecuación de las medidas adoptadas para potenciar la transición energética en el sector cerámico mediante prototipos virtuales, así como asistir al diseño de equipos y a la toma de decisiones.

También se ha creado una nueva línea 8 de química sostenible ante la necesidad de desarrollar procesos y tecnologías químicas más sostenibles. En la actualidad, la necesidad del sector químico para ofertar soluciones innovadoras radica en su capacidad única para diseñar, desarrollar y suministrar productos y tecnologías que aborden desafíos críticos relacionados con la sostenibilidad. En esta nueva área estratégica del Instituto de Tecnología Cerámica se enmarcarían proyectos antes vinculados a otra línea como serían Batecat y Recrimat.

Juan Roig entra en la firma de inteligencia de mercado xNova

Inversión en la 'startup' tecnológica

XNova International, *startup* de inteligencia de mercado para empresas exportadoras, ha anunciado durante el mes de enero el cierre de una ronda de financiación de 1 millón de euros. La ronda ha sido liderada por Abac Nest, con la participación de Angels (sociedad de inversión del empresario Juan Roig), BStartup (Banco Sabadell), junto a otros *business angels* e inversores previos que han reafirmado su confianza en la empresa.

Esta compañía ha desarrollado un *software* de inteligencia de mercado para atender las necesidades de las empresas exportadoras. A través del análisis de millones de datos de comercio internacional, ayuda a las empresas exportadoras a identificar oportunidades y anticipar riesgos en mercados internacionales.

xNova participó con un espacio de promoción en la edición 2023 de Cevisama, que albergó una zona especializada en soluciones tecnológicas para el



xNova International ha cerrado en enero una ronda de un millón de euros liderada por Abac Nest.

sector en su Area Startup Cevisama.

Fundada en el año 2022 por Amado Villar y Miguel Ortega, xNova ha ayudado a la transformación de los departamentos de exportación de sus clientes con un *software* de inteligencia de mercado que ayuda a identificar oportunidades y anticipar riesgos en mercados internacionales. Entre sus clientes se encuen-

tran líderes de sectores clave como alimentación y materiales de construcción. «En xNova estamos redefiniendo la forma en que las empresas exportadoras acceden a mercados internacionales, apoyándoles con datos y tecnología en un mercado global cada vez más competitivo», comenta Amado Villar, CEO y cofundador de xNova International.



Uno de los espacios de baño dentro del 'showroom' de Porcelanosa en la isla de Madeira, en Portugal. Ambiente 'luxury house' en Porcelanosa Marbella, reabierto recientemente en la provincia de Málaga.

Porcelanosa **aumenta su** **red y supera las 1.200 tiendas**

La firma realiza en 2024 más de **20 aperturas** y prevé inaugurar establecimientos en Suecia, Bélgica y Andorra

Porcelanosa Grupo ha mantenido en 2024 la inversión destinada a la ampliación de su red de tiendas. Con más de 1.200 puntos de venta, la multinacional española ha seguido consolidando su posicionamiento en todo el mundo, con soluciones integrales para interiores y exteriores, en proyectos residenciales, *retail* y *contract*.

La firma ha realizado en los últimos 12 meses más de 20 aperturas, incluyendo la reforma de espacios ya existentes y nuevos establecimientos. A lo largo del 2024, Porcelanosa ha inaugurado y reabierto varios *showrooms* en el territorio nacional. Entre ellos destacan Marbella, Salamanca y A Coruña. Estos espacios dan continuidad a la línea marcada por la firma de establecimientos situados en el centro de las grandes ciudades españolas. Una estrategia que comenzó en 2022 con la apertura de las tiendas de la calle Concha Espina, en Madrid; de la avenida Diagonal, en Barcelona; y frente al Mercado de Colón, en València.

En el plano internacional, Estados Unidos, América Latina y Europa han sido los focos en la expansión de Porcelanosa a través de tiendas propias y de programas con asociados. En este sentido, se han abierto puntos de venta en Atlanta, Houston, Charlotte, Scottsdale y New York en Estados Unidos; Puebla (México); Montevideo (Uruguay); Saint-Étienne y Aix-en-Provence (Francia); Chester (Inglaterra) o Verona (Italia).

En los próximos meses, Porcelanosa pondrá en marcha una nueva fase en su plan de expansión con nuevas localizaciones, tanto en España como en el resto del mundo. Por lo que concierne al mercado nacional, la firma tiene previsto abrir nuevos establecimientos en Bilbao, Oviedo, Huelva, Cáceres y Gijón.



Diferentes ambientes de las nuevas instalaciones de la compañía en A Coruña.



Una de las cocinas que están a la venta en el espacio comercial de Porcelanosa en Uruguay.

«Las nuevas tiendas que tenemos previsto abrir en 2025, están pensadas para que profesionales y particulares se sientan como en casa. Desde Porcelanosa ofrecemos soluciones integrales para cada tipo de proyecto, y nos aseguramos de que cada cliente viva una experiencia única en nuestros *showrooms*», explica Manolo Rubert, director Filiales Nacionales en Porcelanosa Grupo.

En el resto de mercados internacionales se reformarán las tiendas de Ramsey y Paramus, en Estados Unidos; Rue du Bac y Lorient, en Francia; y Croydon, en Inglaterra. Del mismo modo, la multinacional española habilitará en 2025 nuevos puntos de venta en Estocolmo (Suecia), Bruselas (Bélgica), Cascáis (Portugal) y Andorra.

«Hemos reforzado nuestra posición en mercados internacionales que tienen un peso significativo para la compañía, al

La multinacional
tiene previsto abrir
en 2025 nuevos
puntos de venta en
Bilbao, Oviedo, Huelva,
Cáceres y Gijón

mismo tiempo que estamos accediendo a nuevos países con potencial de crecimiento», tal y como señala Silvestre Segarra Soriano, el director de Filiales Internacionales en Porcelanosa Grupo.

Los nuevos puntos de venta abiertos en 2024 y 2025 buscan transformar la experiencia de compra de las personas que acuden a ellos. Estos nuevos espacios se centran en el «diseño de proximidad», con áreas abiertas y personalizadas.



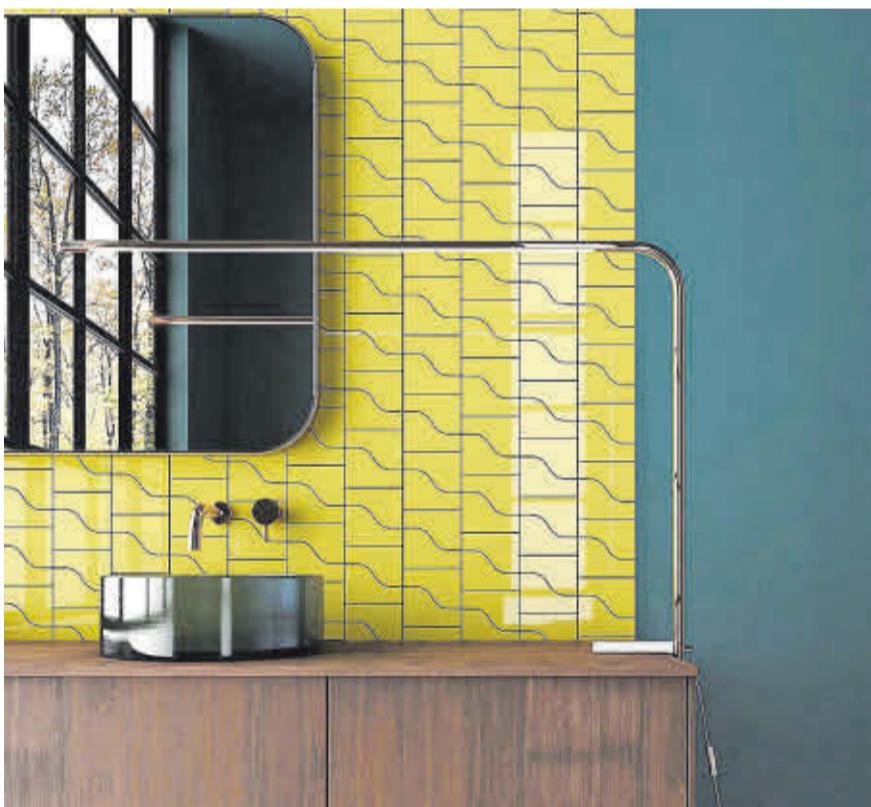
El acabado natural que ofrece 'Canela Roma' (160x160 y 162x324 cm), de la marca Coverlam.



'Tribeca', de Gayafores, ejemplo de cómo un pavimento es capaz de aportar máxima calidez.

Tendencias cerámicas para aportar calidez en invierno

Desde **Tile of Spain** resaltan cómo el azulejo contribuye a generar atmósferas confortables y, a la vez, vistosas



Las originales y coloristas formas de la colección 'Curve' (8,3x12 cm,) de Equipe Cerámicas.



'Twister' y 'Love Affairs', de la firma cerámica Wow.



'Quebec' (30x150 y 23x120 cm), de Alaplana.

Durante el invierno, y con la bajada progresiva de las temperaturas, es imperativo disponer de espacios cálidos. En este sentido, la cerámica española contribuye a generar atmósferas apropiadas con una amplia gama de opciones. Los materiales empleados determinan en gran medida el aspecto y la esencia de una habitación, por lo que la apuesta por la cerámica es clave para generar ambientes acogedores en la época más fría del año.

La cerámica es también un material que destaca por su resistencia, calidad y fácil limpieza, además de ser una opción con gran versatilidad en diferentes diseños o colores. Así pues, este material permite dotar a cada lugar de un toque singular y adaptado a las necesidades o gustos de cada uno. Desde Tile of Spain destacan las siguientes:

1. En busca de ambientes confortables. Las cocinas, comedores o salones son el corazón del hogar durante esta

época. Estas estancias se convierten en puntos de reunión y de encuentro durante las festividades, por lo que la selección de materiales se antoja como fundamental si se quiere propiciar un entorno lo más acogedor posible.

Es interesante el uso de piezas cerámicas en tonos tierra, cálidos o de inspiración madera. Estas opciones generan ambientes agradables y transmiten una sensación de confort y serenidad. Además, los acabados con tonalidades

neutras son fácilmente combinables entre sí y con otros elementos de decoración, permitiendo crear espacios ideales para compartir momentos durante estas fechas.

2. Juego de texturas y relieves. Además de los colores y los estampados, el uso de texturas y relieves en las piezas cerámicas también es una buena elección para dar un toque aún más personal y diferenciador a cualquier espacio. Un ejemplo de ello sería el uso de piezas con acabados en variaciones volumétricas, los cuales contribuyen a crear efectos sensoriales en las estancias. Otra alternativa consistiría en centrarse en los acabados de las piezas, con la combinación de elementos mate y brillantes para crear ese resultado original y único.

3. Variedad de estampados y formas. Existen piezas cerámicas con infinitud de estampados y formas, lo que contribuye a generar espacios originales con una esencia que los hace inolvidables. La combinación de piezas estampadas y formatos ayuda a romper la monotonía de los espacios.

Además, también pueden combinarse entre sí para crear efectos visuales sorprendentes o con otros elementos neutros para centrar todo el impacto en una zona del espacio a la que queramos dar más protagonismo.

4. En invierno también se disfruta fuera de casa. Por mucho que el invierno sea una época del año en la que refugiarse en el interior, eso no implica que los exteriores no puedan ser acogedores. Junto con una manta o un calefactor exterior, la combinación de cerámicas con acabados de inspiración natural ayudan a que los porches o terrazas tengan un aspecto más confortable y apetecible a la hora de disfrutarlos.

Las piezas con acabados de este tipo, en general, aportan sensación de calidez, la cual se puede reforzar con el empleo de colores terracota o piedra, que consiguen, además, integrarse con el entorno exterior que le rodea.



Ponentes como la directora de IA de Stellantis, Anabelle Gerard, y el presidente en Europa de Benteler, Ricardo García, abordarán los retos y tendencias actuales dentro del cambiante sector industrial.

Un evento para descubrir la última tecnología industrial

Advanced Factories y AMT abren acreditaciones para su próxima edición del 8 al 10 de abril en Fira Barcelona

Advanced Factories, evento especializado en automatización y robótica industrial, abre acreditaciones para su novena edición. Una nueva entrega que se celebrará simultáneamente con AMT 2025, la feria comercial de máquina-herramienta para la industria metal mecánica de Barcelona, del 8 al 10 de abril.

Durante tres días, Advanced Factories prevé reunir a más de 30.000 profesionales industriales que acudirán con el objetivo no solo de encontrar soluciones para mejorar la productividad de sus fábricas, sino también en busca de conocimiento y herramientas para implementar con éxito la automatización y la industria 4.0 en sus plantas de producción.

Para ello, más de 420 expertos subirán a los escenarios del Industry 4.0 Congress con el fin de tratar los principales retos a los que se enfrenta el sector industrial hoy en día: el desarrollo de *smart factories*, la integración de la digitalización industrial en los procesos productivos y en la estrategia corporativa, la aplicación de la IA generativa en la industria, el uso de humanoides y la robótica avanzada, colaborativa y móvil, y la descarbonización del sector.

Entre los ponentes confirmados destacan Anabelle Gerard, directora global de IA de Stellantis; Ricardo García, presidente en Europa y COO de Benteler Automotive Modules; Víctor Moreno, jefe de Ingeniería de Fabricación de Jaguar Land Rover (Nitra); Alejandro Segué, director de Digitalización de



Oferta comercial, divulgación y 'networking' confluyen en la propuesta de valor de Fira Barcelona.

Operaciones de Atlas Copco; y Jose Juste, director de Tecnología de BSH España.

El congreso contará con 10 foros enfocados a diferentes industrias en los que también se analizará como está impactando la revolución de la automatización en las fábricas, la robótica y la logística avanzada. Asimismo, se volverá a celebrar una nueva edición del CIO's Summit, en el que se abordará la integración de diferentes tecnologías como la

IA, gemelos digitales en la estrategia corporativa, metaverso industrial, computación cuántica, o interoperabilidad IT/OT dentro de la estrategia de la compañía; el Plant Managers Summit, que presentará las tecnologías avanzadas que están transformando las plantas de fabricación; el Foro de Ciberseguridad Industrial, o el Congreso Nacional de Gestores de Polígonos Industriales.

Además, la sostenibilidad y la descar-

bonización en la industria también tendrán un papel destacado con el uso de energías renovables, la sostenibilidad industrial, la reducción de residuos, la economía circular y la mejora de la eficiencia tanto operativa como en materia de sostenibilidad.

MÁS DE 570 FIRMAS EXPOSITORAS

Además del congreso, Advanced Factories contará con un área expositiva en la que más de 570 firmas expositoras mostrarán sus últimas novedades en robótica, automatización, IA, visión artificial, 3D Printing, gemelos digitales, IoT, big data, *cloud* industrial, *blockchain*... así como soluciones para la integración de los sistemas de producción, cibersegu-

La convocatoria centrará su atención en la IA, la integración de la producción, los humanoides y la descarbonización

ridad, mantenimiento predictivo y mejora de la eficiencia energética.

El amplio sector de la máquina-herramienta también estará representado con la celebración simultánea de AMT - Advanced Machine Tools, donde los asistentes profesionales podrán descubrir maquinaria de última generación para la renovación de sus equipos.

Arquitectura consciente con cerámica de APE Grupo

El estudio **Oooox Arquitectura**, radicado en República Checa, firma este proyecto que se ha alzado con el premio en los APE Grupo Architecture

Lanzarote es un milagro que quiero preservar, donde la arquitectura debe ser un homenaje al paisaje y no una agresión a su belleza natural». Así expresaba el icónico artista y arquitecto de la isla volcánica César Manrique su compromiso con la preservación del medio ambiente y su búsqueda de la belleza con la esencia única de la isla. Villa Amonita, del estudio de arquitectura Oooox de Chequia, es, sin lugar a dudas, una magistral representación de su filosofía, que la ha hecho merecedora del premio de la segunda edición de los APE Grupo Architecture Awards.

Desarrollar un proyecto arquitectónico en Lanzarote, una isla cuyo entorno debe preservarse, de recursos limitados y transporte restringido, planteó un desafío significativo que llevó a los arquitectos checos a realizar un ejercicio profundamente consciente y sostenible.

Antes de iniciar el diseño, el equipo de Oooox dedicó un año completo a estudiar la zona, explorando sus matices, su identidad arquitectónica y su conexión

con el entorno natural. Respetar la identidad única de la isla, su esencia volcánica y el equilibrio entre la arquitectura y el paisaje que defendió César Manrique, se convirtió en el fondo de la cuestión y en un compromiso personal.

«Hemos intentado aprovechar al máximo todo lo local, tanto por sostenibilidad como por respeto al paisaje», explica Radka Valová, arquitecta de la vivienda. Esta fuerte apuesta ha asegurado la integración del diseño en el entorno y refleja la filosofía de preservar y potenciar la belleza natural y arquitectónica de la isla.

Villa Amonita se concibe como una extensión del paisaje volcánico de Lanzarote. La vivienda parece emerger del terreno, respetando las formas y colores naturales. Los muros de piedra de lava establecen un diálogo visual entre el paisaje circundante y la arquitectura contemporánea, creando una conexión armónica entre lo natural y lo construido. Esta integración resalta la singularidad del enclave y refleja el respeto meti-

culoso con el lugar.

«El proyecto se fundamenta en un principio claro: conectar cada diseño con la tradición local del lugar donde se ubica», explica la arquitecta. Villa Amonita toma como referencia la obra de Manrique, cuya huella define el alma de la isla. El uso de colores tradicionales —blanco y verde— y materiales locales, como la piedra volcánica, enriquece la relación entre la construcción y su entorno. La piedra negra de lava, utilizada tanto en muros como en detalles decorativos, enfatiza el carácter singular de Lanzarote y crea un diálogo visual entre la vivienda y el paisaje circundante.

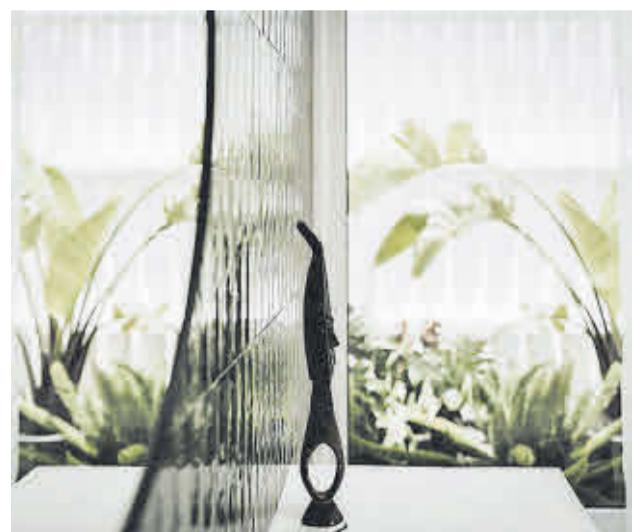
La cerámica de APE Grupo juega un papel crucial en el respecto por la arquitectura del lugar, especialmente empleada en baños y zonas húmedas, donde las piezas de formato pequeño de un intenso color verde, propio de la arquitectura de Lanzarote, aportan vitalidad y evocan la herencia artística de Manrique.

«La cerámica de formato pequeño es un material muy funcional que permite

la creación de patrones visuales que enriquecen la belleza de los espacios; el verde que utilizamos en el proyecto es muy expresivo y conecta directamente con el paisaje de la isla», comenta Radka Valová, quien destaca también su practicidad y durabilidad para las condiciones climáticas de la isla.

La renovación de esta villa, construida originalmente en el año 2000, incluyó modificaciones parciales en la distribución para maximizar su funcionalidad. Se redujeron los espacios comunes para crear más dormitorios y se estableció una conexión entre el interior y el exterior. La casa cuenta con una terraza que incluye cocina de barbacoa, comedor y una piscina, elementos que potencian el disfrute del clima constante de la isla.

Los patios interiores y las terrazas abiertas conectan el interior con el exterior, permitiendo que la luz y el paisaje se conviertan en protagonistas del espacio habitable. Estos elementos refuerzan la experiencia de vivir en plena armonía con la naturaleza.



Detalles de Villa Amonita, donde los recubrimientos cerámicos, la piedra volcánica, la vegetación natural y su diseño vinculan la arquitectura con la esencia de la isla de Lanzarote.

Gresmanc Group difunde sus diseños en Alemania

La empresa toledana ha promocionado sus últimas propuestas en **cerámica extrusionada** en la feria internacional BAU, celebrada en Múnich



La gran apuesta de Gresmanc Group en BAU se ha centrado en Favemanc, su marca de fachada ventilada cerámica integrada por soluciones de última generación ideadas para la arquitectura.

Gresmanc Group ha desplegado un amplio y original espacio comercial en la reciente edición de BAU, la feria especializada en el sector de la construcción que se ha celebrado en la ciudad alemana de Múnich a mediados de enero.

La gran apuesta de Gresmanc Group en esta nueva cita se ha centrado en Favemanc, su marca de fachada ventilada cerámica. Las novedades más destacadas en soluciones para fachada ventilada están ligadas a los grandes formatos: placas cerámicas de hasta 3 metros de longi-

tud que permiten su instalación de forjado a forjado con una sola pieza, en línea con las actuales demandas de la construcción industrializada.

GRANDES FORMATOS EN MÚLTIPLES ACABADOS

«Los grandes formatos se presentan tanto en placas lisas, como en lamas y celosías, así como en placas volumétricas, con geometrías impensables en otro tipo de materiales y que sólo son posibles gracias al potencial de fabricación por extrusión cerámica», destacan desde el fabricante con sede en Los Yébenes (Toledo).

Edificios en todo el mundo cuentan ya con fachadas con los más ambiciosos diseños y volúmenes de Favemanc, creados a medida de las ideas de los arquitectos para crear proyectos singulares. La extrusión cerámica permite crear placas con volúmenes y figuras que respondan a los deseos de funcionalidad y estética para las envolventes de los edificios.

Así, el catálogo comercial de volúmenes de Favemanc continúa ampliándose con propuestas con valor añadido. «Esmaltes reactivos, acabados metalizados y efectos iridiscentes se han sumado

al poder de la extrusión cerámica en nuestro stand en la última edición de BAU», revelan desde la firma española.

PAVIMENTOS, ESCALERAS, PISCINAS...

El stand de Gresmanc Group en el evento de Múnich ha contado también con una selección de todas sus colecciones desarrolladas para su instalación en pavimentos, escaleras y piscinas, ámbitos en los que la firma suma años como referente en con soluciones constructivas en gres extrusionado para entornos más residenciales y de uso privado.

14 firmas cerámicas trasladan el 'made in Spain' a Maison&Objet

Participación agrupada en París

Tile of Spain ha participado con un stand informativo por primera vez en la edición de enero de la feria Maison&Objet, que se ha celebrado en París. Este evento cuenta con dos ediciones cada ejercicio, en enero y septiembre, y hasta la fecha la participación de compañías del sector adheridas a Ascer se enmarcaba en la edición del mes de septiembre.

El stand de Tile of Spain en el evento ha acogido un área de exposición de pro-

ducto en el que 14 empresas mostraron una selección de sus propuestas de diseño. Las empresas representadas han sido Arcana, Azteca, Cerámica Elias, Cevica, Cristacer, Decocer, El Barco, Estudio Cerámico, Gayafores, Grespania, Mainzu, TAU Cerámica, Togama y Vives. En el stand se incorporó también un espacio en el que el público visitante pudo interactuar con los productos y elaborar sus propios *collages* y *moodboards* de inspiración con el sello Tile of Spain.



Francia es actualmente el segundo destino de las exportaciones del sector cerámico español.

Maison&Objet es una de las mayores ferias para profesionales de la arquitectura y la decoración en Francia, con una gran variedad de productos expuestos. Los visitantes son de un perfil internacional, dentro del mundo profesional de la distribución y la prescripción.

Entre enero y octubre del 2024, Francia se ha situado en el segundo puesto del ranking de destinos de exporta-

ción de los azulejos y pavimentos cerámicos españoles con unas ventas por valor de 350 millones de euros. En 2023 se registraron unas ventas totales a Francia de 455,2 millones de euros.

La presencia de Tile of Spain en Maison&Objet se incluye en el Plan de Internacionalización del sector desarrollado conjuntamente por Ascer e Icx, España Exportación e Inversiones.



Este avanzado sistema de monitorización se presenta como una herramienta clave para optimizar la gestión de los edificios, además de minimizar costes de mantenimiento y el impacto medioambiental.

'BuildingEye system' vigila el estado de los edificios

Emac ha desarrollado una solución tecnológica sostenible que permite la monitorización de la salud estructural de los inmuebles en tiempo real

BuildingEye system ha sido la propuesta estrella de Emac en 2024 y promete ser una de las novedades más exitosas de la firma este año. Esta solución tecnológica avanzada permite la monitorización de la salud estructural de los edificios. El sistema se sitúa en las juntas estructurales y su función es medir parámetros de especial relevancia que permitan diagnosticar patologías o anomalías de forma preventiva para evitar un deterioro acelerado que pueda afectar a la estabilidad y seguridad de la estructura.

Esta herramienta ha sido desarrollada con la tecnología de Internet de las Cosas (IoT), permitiendo una monitorización continua y una integración completa en edificios inteligentes. De este modo, el usuario puede acceder a la información de los puntos críticos estructurales desde la sala de control del edificio (SCADA) o

desde un dispositivo con acceso a internet. BuildingEye system ha sido desarrollado en colaboración con la Universidad Politécnica de Valencia.

Su enfoque es 100% sostenible, ya que el sistema tiene como objetivo detectar posibles patologías en los edificios registrando un histórico de datos para entender cuál es su comportamiento a través de un gemelo digital. Al detectar patologías desde el principio, se logra un gran ahorro en las reparaciones puesto que, al ser menores, serán más fáciles de solucionar, reduciendo los costes».

Esta solución se compone de:

1. Nodos de medición: Estos nodos están equipados con sensores de precisión para registrar datos en tiempo real, incluyendo movimientos estructurales, temperaturas, humedad relativa, inclinaciones y vibraciones.

2. Nodos de comunicación: Estos

nodos recopilan datos de los nodos de medición distribuidos por el edificio y los transmiten a la Plataforma BuildingEye o al sistema SCADA del edificio. El protocolo de comunicación es Modbus mediante cableado RS-485.

3. Plataforma BuildingEye: Esta plataforma almacena, interpreta y presenta los datos a través de una interfaz intuitiva, permitiendo a los usuarios acceder y gestionar la información desde cualquier dispositivo conectado a Internet.

La implementación de BuildingEye system «mejora la seguridad de la estructura y proporciona a arquitectos, ingenieros y técnicos el conocimiento detallado del comportamiento del edificio con la incorporación de un gemelo digital. Esto facilita la toma de decisiones informadas y mejora el mantenimiento y diseño estructural», destacan desde Emac.

Con BuildingEye system, «los propie-

tarios y gestores de edificios disponen de una herramienta que promueve un enfoque preventivo para el mantenimiento, asegurando una mayor optimización de recursos y reducción de costes».

PRESENCIA EN FERIAS INTERNACIONALES

Emac ya ha iniciado en 2025 las promociones de BuildingEye system y del resto de las soluciones comerciales de su catálogo. No en vano, en enero ya ha participado en Las Vegas (EEUU) en la feria The International Surface Event (TISE) y en febrero hará lo propio con su amplio stand en Cevisama.



Más información:

Escanea el QR para visualizar el vídeo de presentación de la innovadora solución 'BuildingEye system'.



Sobre estas líneas, parte del equipo de Emac Grupo en la feria The International Surface Event, celebrada en enero en Las Vegas. Arriba, la delegación de la compañía valenciana en Cersaie 2024.

BdB Azulejos Aurora **estrena** **'showroom'** en Ciudad Real

Fundado en 1985, el distribuidor da un impulso adicional a su negocio con la apertura de sus instalaciones de producto en **Alcázar de San Juan**



Tres imágenes del estreno del establecimiento manchego, al que acudieron representantes de la central del Grupo BdB, de numerosos proveedores de toda España, así como clientes de la zona.

BdB Azulejos Aurora, asociado de Grupo BdB en Alcázar de San Juan, en la provincia de Ciudad Real, ha materializado recientemente la inauguración de su nuevo *showroom* de producto, un espacio expositivo de 350 metros cuadrados, con una selección de marcas de cerámica y baño. El evento congregó a cerca de un centenar de asistentes, entre ellos clientes, familiares, amigos y proveedores referentes como es el caso de firmas azulejeras de la talla de Keraben, Ecoceramic o Cerámica Ribesalbes.

Al frente de esta inauguración y del proyecto han estado los hermanos

Pulpón Sanz: Óscar Pulpón Sanz y Jesús Miguel Pulpón Sanz, gerentes de BdB Azulejos Aurora.

«UN ESPACIO DE INSPIRACIÓN»

En palabras de Óscar Pulpón Sanz, gerente de BdB Azulejos Aurora, «esta inauguración es un paso adelante que no solo refuerza nuestra presencia en la región, sino que está encaminada a ampliar nuestra capacidad para llegar a un mayor número de clientes. Con este nuevo *showroom* queremos ofrecer un espacio innovador y funcional que inspire a quienes buscan las mejores soluciones en cerámica y baño».

El evento contó también con la presencia de representantes de la central del Grupo BdB, entre ellos José Durá, director general; María José Valero, subdirectora general; y Violeta Pons, responsable del departamento de Compras de Cerámica y Baño. En sus palabras, Violeta Pons destacó que «teníamos que estar aquí en un día tan importante para el asociado, apoyándole y conociendo este nuevo *showroom*. Confiamos en que será una iniciativa exitosa, ya que cuentan con un gran surtido de cerámica y baño, incluyendo productos de gama alta, con líneas elegantes, y productos de mucha calidad. En definitiva, supondrá

un paso adelante y un plus en materia de servicio para el cliente».

Fundada en 1984, Azulejos Aurora comenzó su andadura empresarial de la mano de Jesús y Aurora en la localidad manchega de Pedro Muñoz. Desde entonces ha mantenido su posición en el mercado con la dedicación y el compromiso como señas de identidad. A ello hay que sumar unas instalaciones renovadas y un equipo de profesionales capacitado para ofrecer asesoramiento en todo tipo de materiales para llevar a cabo tanto proyectos de obra nueva como de reforma. El distribuidor manchego está adherido a Grupo BdB desde el año 2010.

Luto por Fernando Peña, referente de la distribución cerámica

Fue el fundador de **Azulejos Peña**

El pasado 19 de febrero se conoció la noticia del fallecimiento de Fernando Peña Catalán, conocido empresario de la localidad castellonense de l'Alcora, a los 93 años de edad. Tanto su faceta de empresario vinculado al sector cerámico como la de ganadero, y amante del mundo taurino en general, lo convirtieron en un vecino ilustre de la población.

Su infancia y parte de su juventud las pasó en l'Alcora, en la casa familiar de la

plaza San Roque, aunque por su espíritu emprendedor marchó muy joven a Madrid, donde pronto mereció un espacio muy destacado dentro del sector de la distribución cerámica, con la apertura de tiendas en lugares tan distinguidos como la avenida Castellana de la capital. No en vano, fue el fundador de Azulejos Peña, una de las mayores distribuidoras del país y a la que se le atribuye el mérito de ser una de las que más metros cuadrados de cerámica logró vender.



Fernando Peña, fallecido a los 93 años, siempre mantuvo sus lazos con l'Alcora y el azulejo.

En Madrid, de forma paralela a su carrera empresarial, logró ser una personalidad de éxito por su vinculación con la tauromaquia, a la que dedicó buena parte de su vida. Primero, como empresa-

rio de la plaza madrileña de Vista Alegre, y, posteriormente, como ganadero de dos hierros: primero, el de Fernando Peña y, después, El Jaral de la Mira.

Los toros de la familia Peña pastan en la finca Palomarejos, en el término de Calera y Chozas, muy cerca de Talavera de la Reina (Toledo). Allí siempre se apostó por el encaste Núñez, concretamente Torrestrella, base actual de la vacada, aunque ha habido cruces con sangre Domecq a través de Algarra y Torreherberos.

Era bien conocida su gran amistad con empresarios como Federico Gaya y Vicente Nomdedeu, de Azulejos Sanchis, así como de toda la familia Vives, entre otros muchos reconocidos nombres de la historia del azulejo de Castellón. De hecho, eran populares sus reuniones en el Ateneo de la plaza España de l'Alcora, donde hasta hace poco tiempo tenía vivienda propia en la localidad.

Compromiso, trabajo y discreción han sido las señas de identidad que guiaron sus pasos y cuyo legado han recogido sus hijas y sus nietos. Fernando Peña pertenecía a una generación de empresarios pioneros que supieron brillar en un contexto muy complejo. Descanse en paz.



El grupo distribuidor cerámico Jorge Fernández refuerza su presencia en la provincia de Vizcaya. La firma de origen vitoriano ha anunciado la adquisición de la almacenista Loiumat.

Jorge Fernández compra un almacén de materiales

La red de la firma distribuidora crece con la integración de **Loiumat**, empresa con sede en la localidad de Derio

El distribuidor Jorge Fernández, especializado en materiales de construcción y con instalaciones en Vitoria, San Sebastián, Galdakao, Miranda de Ebro y Logroño, ha confirmado durante el mes de enero la adquisición de Loiumat, empresa distribuidora con sede en la localidad de Derio (Vizcaya) y con una trayectoria de más de una década en el sector.

Álvaro Montejo, consejero delegado en Jorge Fernández Grupo, ha señalado que «nos complace anunciar la integración en nuestro grupo de Loiu Materiales

Álvaro Montejo:
«Con esta integración buscamos expandir nuestra oferta de productos para los clientes de Vizcaya»

de Construcción, conocida comercialmente como Loiumat. Esta compañía es una distribuidora de referencia dentro de la provincia de Vizcaya, especializada en la venta de materiales de construcción y en sistemas para la rehabilitación de fachadas, SATE».

«Esta adquisición refuerza nuestra posición en el mercado y subraya nuestro compromiso continuo con la excelencia en la distribución de materiales de construcción de alta calidad. Loiumat ha demostrado consistentemente su dedicación a la innovación y al servicio al cliente,

valores que compartimos profundamente», ha indicado Álvaro Montejo.

EXPANSIÓN EN TERRITORIO VASCO

El consejero delegado en Jorge Fernández Grupo también comunica que «con esta integración, buscamos expandir nuestra oferta de productos y mejorar el acceso a soluciones avanzadas para nuestros clientes en Vizcaya y en el resto de nuestras sociedades». «Estamos entusiasmados con las oportunidades que esta adquisición nos brinda para crecer juntos y servir mejor a nuestros clientes. Agradecemos a nuestros clientes, empleados y socios comerciales por su continuo apoyo y confianza en nosotros. Continuaremos trabajando con la misma pasión y compromiso que siempre nos han caracterizado», finaliza Montejo.

Crean nuevas tintas 'inkjet' con metales pesados reutilizados

Soluciones más **sostenibles**

El Instituto de Tecnología Cerámica (ITC) ha finalizado «con éxito», tras más de dos años de trabajo, el proyecto Metamorph. La iniciativa se planteó como un «desafío para la valorización de materias primas críticas en tintas cerámicas inkjet, mediante el desarrollo de nuevos productos cerámicos basados en la reutilización de metales pesados presentes en estos residuos».

Desde la entidad con sede en la provincia de Castellón destacan que «como

principal logro, el equipo de investigación ha conseguido desarrollar tintas inkjet que incorporan los metales pesados extraídos, logrando sustituir parte de los empleados tradicionalmente».

Asimismo recalcan que «además de reducir los costes económicos asociados al uso de materias primas críticas, este avance permite minimizar el impacto ambiental de la industria cerámica, alineándose con las directivas europeas sobre economía circular y gestión de resi-



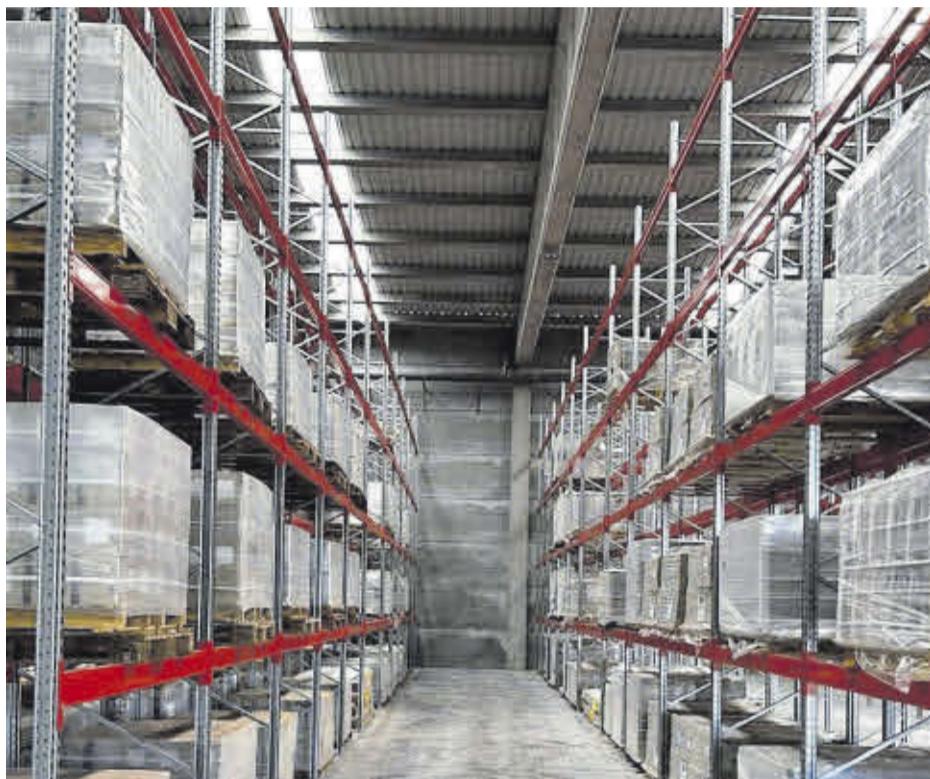
El ITC ha concluido con «éxito» Metamorph, proyecto para desarrollar tintas 'inkjet' más sostenibles.

duos. La metodología desarrollada combina tratamientos fisicoquímicos innovadores que garantizan tanto la sostenibilidad como la viabilidad de la solución a escala industrial».

Desde el Instituto de Tecnología Cerámica reseñan que «el éxito del proyecto Metamorph ha despertado el interés de numerosas firmas nacionales, lo que ha impulsado al ITC a iniciar pro-

puestas para su puesta en mercado».

Metamorph se ha llevado a cabo con el apoyo del Instituto Valenciano de Competitividad e Innovación (Ivace+i) y los Fondos Europeos de Desarrollo Regional (Feder). Asimismo han colaborado en la iniciativa de forma decisiva empresas como Neptury Technologies, Akcoat Recubrimientos Químicos, Estudio Cerámico y Ferro Coverlink.



La central está potenciando las entregas directas desde el punto estratégico del Ibricks Center en Onda hasta las instalaciones de parte de su red de asociados en la geografía española.

Ibricks lanza el servicio

logístico de rutas en destino

Esta iniciativa de la cadena permite **entregas directas** en las puertas de los almacenes adheridos a la central

Gruppo Ibricks continúa fortaleciendo su oferta logística con el lanzamiento del servicio de rutas en destino, creado para «atender la necesidad de transporte directo a los almacenes asociados». Este servicio «combina la eficiencia, calidad y compromiso que caracterizan a la central, ya que ofrece una solución integral que abarca desde la recogida en el Ibricks Center, hasta la entrega final en la puerta de los almacenes».

La ubicación clave de Ibricks Center, en el epicentro de la cerámica en Onda (Castellón), permite a los asociados «centralizar sus recogidas de producto de estoc permanente y de los fabricantes de la zona, así como beneficiarse de rutas optimizadas de transporte, con lo que consiguen reducir costes y maximizar su competitividad».

Actualmente, el servicio de rutas en destino cuenta ya con cuatro rutas activas que cubren Cataluña, Valencia, Asturias y Baleares, operando con un total de ocho viajes semanales. Para el primer semestre de 2025, Grupo Ibricks prevé ampliar el servicio hasta alcanzar 20 rutas totales con entre 40 y 50 viajes semanales, consolidando su «compromiso con la expansión y profesionalización del servicio logístico».

El nuevo servicio de rutas «no solo mejora la eficiencia logística, sino que también optimiza tiempos y reduce los



Este servicio optimiza la logística y consigue reducir costes estructurales y tiempos de entrega.

costes estructurales para los almacenes. Gracias a este sistema, los asociados reducen su estoc utilizando Ibricks Center como una extensión de su propio almacén y les permite ofrecer un servicio de entregas garantizadas a sus clientes».

Ana Belén Madrid, gerente de Materiales de Construcción Madrid Hermanos (Alicante), comenta que

«cuando Ibricks ofreció su servicio de transporte no tuvimos duda en probar por su seriedad y compromiso. De ahí el buen resultado: puntualidad, sin retrasos y la mercancía en perfecto estado. Además, es un servicio extra que se da a los asociados con muy buen precio».

El lanzamiento del Servicio de Rutas en Destino se suma a otros servicios

logísticos ofrecidos por Grupo Ibricks, como Delivericks, el servicio de paquetería y palettería exprés, haciendo posible la ampliación del Centro Logístico que se está llevando a cabo duplicando las instalaciones a 40.000 m², prevista su finalización para el primer trimestre del año.

Pere Creixell, gerente de Creixell (Girona), afirma que «el factor definitivo para utilizar este nuevo servicio ha sido reducir costes estructurales y aumentar productividad. Llevamos ya varias entregas y, sinceramente, todo perfecto. Este

Ya cuenta con cuatro rutas activas que cubren Cataluña, Valencia, Asturias y Baleares, con ocho viajes semanales

servicio nos aporta un valor adicional junto a los que ya nos ofrecía el Grupo. Sin duda, animo al resto de asociados a que lo prueben».

Alejandro Rodríguez, director de Logística de Grupo Ibricks, concluye que «hemos iniciado con gran aceptación el servicio. Tenemos un potencial logístico enorme y en 2025 nuestro objetivo es conseguir que la logística de Ibricks sea referente en el sector gracias al amplio catálogo de servicios».

ARGENTA



WESTONE series

La nueva serie Westone & Eastone está inspirada en la belleza natural de la piedra Portland, una caliza que destaca por su cuidado detalle y el uso de la tecnología Artech.

