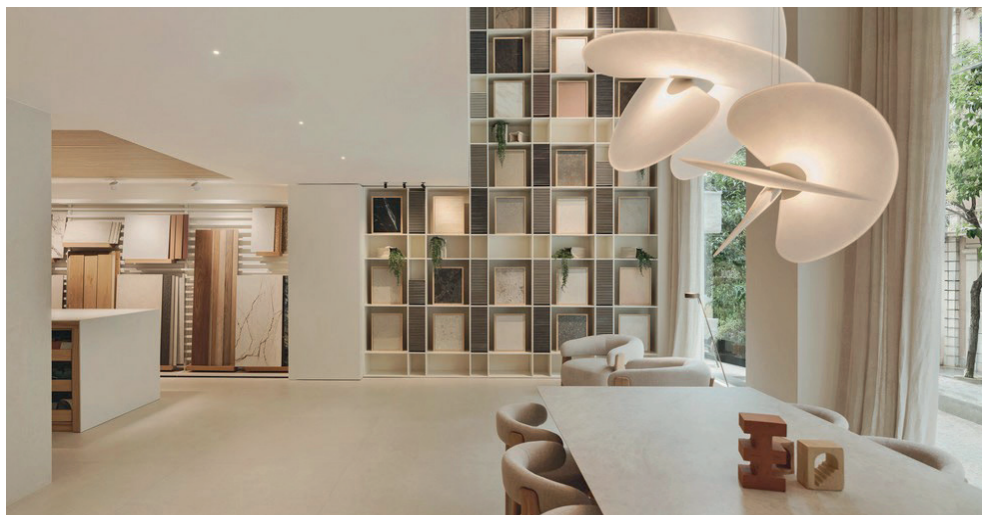


Jòdul abre en Barcelona su nuevo showroom

800 m² que convierten la elección de materiales en un acto de diseño

Pág. 62



BigMat abre su nuevo punto de venta de Getafe

que combina superficie comercial, zona drive-in y plataforma logística

Pág. 26



Entrevistas



Tomeu Gomila

Jefe de ventas nacional Canal
Distribución de SOPREMA

Pág. 38



Luis Alberto García-Escudero

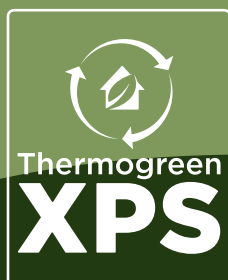
Director Comercial de Edificación de
SAINT-GOBAIN PLACO E ISOVER

Pág. 50

FRONTEK da vida al nuevo Mercat de l'Abaceria



Página 70



100% RECICLADO
100% RECICLABLE
100% XPS

www.thermogreen.com



La menor huella de
carbono del mercado
XPS con el máximo
aislamiento térmico.

Cubierta plana	SL / Thermobeton
Cubierta inclinada	BT / CR
Fachada cámara de aire	FV / MC
Fachada SATE	SATE
Suelos	500
Suelo radiante	SL

RÁPIDA COMO UN DISPARO

GAMA PULSA

NEVER STOP
BUILDING

MÁS LIGERA Y COMPACTA

10.000 DISPAROS POR CARGA

SIN EMISIONES DE POLVO

EVITA LESIONES MUSCULARES



Instalación
8x1 más rápida
que el anclaje tradicional



PULSA 40P+

PULSA 65

PULSA 27P



APP i-PULSA



www.spitpaslode.es



ITW ESPAÑA SLU - SPIT SAS





BARCELONA
20/05 al 22/05
CONSTRUMAT
NIVEL 0 PAB. 2
STAND : C42



Perfil para proteger y decorar esquinas con luz.

**Novoescuadra
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.

Novoescuadra Eclipse® Sunset, crea tus propios momentos.



SOCIO CORPORATIVO



AIDIMME
INSTITUTO TECNOLÓGICO



Foro de Marcas
Renombradas
Españolas

**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

65
SINCE 1961

KAPATAZ

**Tools for
professionals**

DEC Mititieri, S.A.
Pg. Lleó Bergadà, n. 7
Pol. Ind. La Gelidense
08790 Gelida Telf. 937790250
hola@kapataz.com - www.kapataz.com



TU PARTNER TECNOLÓGICO

30 AÑOS DIGITALIZANDO EL SECTOR DE
ALMACENISTAS CON LAS MEJORES
HERRAMIENTAS



www.lsisoluciones.com
info@lsisoluciones.com

LSI Barcelona: C/Aragó 383 8ªC 08013
LSI Palma: C/Gran Vía Asima 17, 1º Izquierda 07009
Teléfono: 971 20 42 00



AGENTE DIGITALIZADOR



PARTNER TECNOLÓGICO
andimac

FIXCER y tú, el mejor equipo

¿Qué necesitas?

Cementos de alta calidad para construir y rehabilitar piscinas, terrazas e interiores. Soluciones para conseguir una **impermeabilización** perfecta. **Pegado** y **rejuntado** experto de gres porcelánico en todo tipo de superficies. Tratamiento del **hormigón**. Asesoría para proyectos especiales.

Elige **FIXCER** porque fabricamos el producto más adecuado para cada fase constructiva. Nuestra misión es hacerte la vida más fácil, las construcciones más sólidas y el futuro más sostenible.

*¡Contacta
con nosotros!*

fixcer.com
fixcer@fixcer.com
+34 93 580 20 00
+34 900 64 92 26

APP



UNICO

CUBREMUIROS Y VIERTEAGUAS



- ✓ PIEZAS DE 1 M DE LARGO
- ✓ 10 ANCHOS DE PARED
- ✓ GOTERÓN INTEGRADO
- ✓ HIDROFUGADO EN MASA
- ✓ PIEZAS SIN ARMADURA
- ✓ ACABADO PULIDO
- ✓ RESISTENTE Y DURADERO
- ✓ 6 COLORES DE ACABADO

**¡NO ES HORMIGÓN
POLÍMERO, ES
HORMIGÓN VIBRO-
PRENSADO Y
PULIDO!**

TE GUSTARÍA SER DISTRIBUIDOR OFICIAL DE IMER?

www.imerprefabricados.es
+34 937 728 787

 **IMER**[®]
PREFABRICADOS



**SISTEMA
BIO-ARQUITECTURA**

KX 18 COLORS

**BIO-REVOCO MONOCAPA
HIDROFUGADO A BASE DE CAL
COLOREADO**

KX 18 COLORS

*Bio-revoco monocapa
altamente hidrofugado a base
de cal hidratada coloreado*

- Disponible en blanco + 8 colores
- Aplicación a máquina
- Sin necesidad de pintar
- Elevado rendimiento
- Transpirable
- Acabados: Raspado, fratasado y fratasado con esponja

www.fassabortolo.es



**FASSA
BORTOLO**
CALIDAD PARA LA CONSTRUCCIÓN

NO SE PUEDE ESPERAR MÁS. HAY QUE “PENSAR EL PUNTO DE VENTA”.



RAMÓN CAPDEVILA

Director de L'informatiu

¿Qué es el retail? El retail, o comercio minorista, es la venta de productos o servicios directamente al consumidor final para su uso personal. Es el último eslabón de la cadena de suministro, conectando directamente a fabricantes y distribuidores con el cliente.

En una entrevista, un periodista le pregunta a un experto en retail:

¿Cómo subir las ventas de una tienda?

Y el experto le responde:

“Siendo amables”.

No, ya no. Esta contestación podía ser perfectamente válida hace unos años, pero ahora ya no sirve. El mercado, con la irrupción de las grandes superficies, ya no funciona así. ¿O alguien piensa que el grupo ADEO, que se ha convertido en el tercer grupo mundial del sector y dueño de marcas tan conocidas como Leroy Merlin, Obamat y Decathlon, ha llegado donde ha llegado siendo amables?

Las grandes superficies especializadas son establecimientos dedicados a una única categoría de productos (como electrónica, deportes o bricolaje) y son conocidos también como *category killers*, es decir, que dominan el mercado gracias a sus precios competitivos y a ofrecer un catálogo sumamente amplio y profundo gracias a las condiciones más ventajosas de compras que con los proveedores por su volumen de negociación.

Hasta aquí nada nuevo, lo sé. Pero ahora me gustaría detenerme un momento para centrarme en una

cuestión que llevo insistiendo hace algún tiempo: el punto de venta. Fundamental de cara al futuro. Ni amabilidad ni gaitas: lo más importante ahora es el punto de venta. Estamos en un momento en que, como nunca antes, tenemos que “pensar” el punto de venta. Un punto de venta “muy bien pensado” en cuanto a marcas y gamas de producto.

Les voy a explicar un ejemplo. Recientemente han abierto en la localidad de Salt, en la provincia de Girona, un nuevo punto de venta de Obamat. Lógicamente los almacenes de la zona se han puesto en guardia. Y no es para menos. Hablando con uno de ellos me decía: Ramon, he hablado con algún proveedor, y he conseguido las mismas condiciones que Obamat, pero, aun así, me he dado cuenta de que no puedo tener esta misma marca que ellos. ¿Qué pasará cuando Obamat haga ofertas, descuentos y promociones de este producto? Esta es la cuestión.

También, me detengo un momento para felicitar a los grupos de compras porque casi todos han empezado a “pensar el punto de venta” con iniciativas para potenciar las áreas de ferretería y exposición de sus socios. Es una buena iniciativa.

Como decía, Emilio Duró, consultor y uno de los conferenciantes más famosos de España, conocido por sus charlas motivacionales sobre el optimismo inteligente, la actitud proactiva y el sentido de la vida: “si no ligas, es que tus tácticas de caza, no funcionan. Tendrás que cambiarlas”. Pues eso.

EDITA: Publicaciones del Canal Construcción, SLU

DIRECCIÓN: Ramon Capdevila • rcapdevila@canalconstruccion.es

ADMINISTRACIÓN, REDACCIÓN Y PUBLICIDAD: c/ Mallorca, 1, Planta 1ª • 08014 Barcelona • Tel. 93 101 71 43 • www.almacenesconstruccion.com

DISEÑO Y MAQUETACIÓN: www.estudigenis.es **IMPRESIÓN:** Gráficas Andalusi **PERIODICIDAD:** Bimestral, Núm. 142 Junio 2026 • Depósito legal: B29179-94

Material Building by EMCCAT pone en marcha un proyecto de implantación de ferretería de la mano de Elektro3



Los socios de Material Building by EMCCAT realizaron recientemente una visita a las instalaciones de Elektro3 en la localidad de Vila-Seca, en la provincia de Tarragona.

Elektro3 es un importante distribuidor mayorista para el canal profesional que importa, distribuye y exporta ferretería, bricolaje, suministro industrial y suministros para la construcción desde hace más de 35 años, abasteciendo al canal con más de 26.680 referencias propias y de las grandes marcas, en stock y listas para enviar en 24 horas.

Con 4.000 m² de exposición y 30.000 m² de almacén logístico, las instalaciones de Elektro3 reflejan la capacidad operativa de una empresa que ha convertido la eficiencia y la amplitud de referencias en sus señas de identidad. Recorrerlas fue también, para los socios de Material Building by EMCCAT, una oportunidad para entender **qué puede aportar este proveedor a los almacenes del grupo y cómo integrarlo de forma estratégica.**

Según fuentes de Material Building by EMCCAT la jornada se cerró con un acuerdo para trabajar las bases de un nuevo modelo de implantación comercial diseñado para **activar la ferretería como una línea de negocio real** dentro de los almacenes de sus socios. Elektro3 aportará una infraestructura logística de primer nivel, con una amplitud muy importante

▲ Foto de grupo de los socios de Material Building by EMCCAT.



▲ Los socios en un momento de la visita a las instalaciones de Elektro3.

de referencias y la plataforma e-commerce. Por su parte, Material Building by EMCCAT aportará su red de puntos de venta y el conocimiento del cliente local de sus socios.

Para **Material Building by EMCCAT**, “**proyectos** como este nacen de relaciones que van más allá de la transacción comercial. Y es precisamente esa forma de entender la colaboración la que convierte una visita en el punto de partida de algo más sólido”.

**es hora
de dar
el salto!!!**

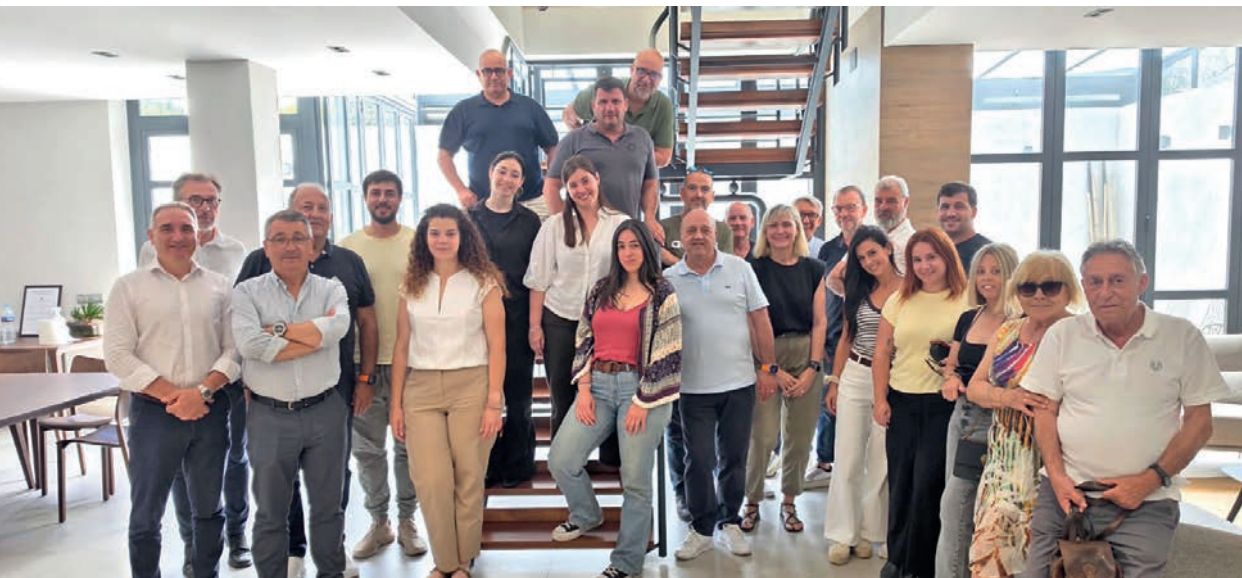


**crece con
nosotros**  **Material
Building**

www.emccat.cat

  **@emccat.grup**

Material Building by EMCCAT refuerza su conocimiento de producto en las instalaciones de Keraben



◀ Socios de Material Building by EMCCAT en las instalaciones de Keraben.

Hay productos que se entienden mejor cuando los ves nacer. Los socios de Material Building by EMCCAT lo comprobaron de primera mano el pasado mes de mayo durante una jornada en las **instalaciones de Keraben**, que fue mucho más que una visita: fue **una inmersión completa en el proceso cerámico**, desde la materia prima hasta el acabado final. Keraben es uno de los referentes del sector cerámico a nivel mundial, y conocerlo desde dentro cambia la perspectiva. El recorrido por planta permitió seguir cada fase del proceso productivo y entender la tecnología, el rigor y las decisiones de diseño que dan forma a sus colecciones de alta gama.

La jornada se completó con dos formaciones especializadas: la primera centrada en **diseño, acabados y nuevas aplicaciones** y, la segunda, en el **proceso creativo y técnico de cada pieza**, desde el concepto inicial hasta los relieves, gráficas y pulidos que la definen. Formación práctica y aplicada, directamente trasladable al punto de venta. Porque en un mercado donde el asesoramiento marca la diferencia, saber de dónde viene un producto y qué lo hace distinto es una ventaja real. Y eso es precisamente lo que resume esta jornada: **“la formación en origen es la mejor forma de trasladar valor al punto de venta”**. Una idea que guía la relación de Material Building by EMCCAT con los fabricantes que forman parte de su red.

La colaboración **con Keraben es un ejemplo del modelo de trabajo que impulsa el grupo**. Unas relaciones directas con la industria, una formación continua y un compromiso claro con la calidad y la innovación en cada eslabón del proceso.



▲ La jornada se completó con dos formaciones especializadas dirigidas a los socios de Material Building by EMCCAT.

gronpes[®]
group



ESTANKA
HIGH PERFORMANCE DOORS



años
gronpes[®]
distribución

Cerámica en Vivo se consolida como un espacio estratégico de negocio para los Asociados de Grupo BdB



BdB ha celebrado una nueva edición de **Cerámica en Vivo**, un encuentro que, año tras año, sigue ganando peso dentro de la categoría de cerámica y baño. La cita, que ya alcanza su **cuarta edición**, ha vuelto a reunir a Asociados y Proveedores homologados en unas jornadas muy dinámicas, centradas en el intercambio de ideas, la formación y el contacto directo con el producto.

Durante dos días, los asistentes han podido **visitar instalaciones y showrooms de referencia del sector**, participar en demostraciones y compartir experiencias en un ambiente mucho más cercano y participativo. Precisamente ese formato más reducido es uno de los aspectos que más valor aporta al evento, ya que facilita las conversaciones, el **networking** y el trabajo conjunto entre Asociados, Proveedores y el equipo de la Central.

Además de conocer novedades y tendencias del mercado, las jornadas también han servido para abordar cuestiones relacionadas **con la exposición de producto, la organización del espacio comercial y nuevas oportunidades de negocio dentro de la categoría**. Todo ello acompañado de espacios más distendidos que han favorecido el intercambio de impresiones y la creación de nuevas sinergias.

▲ Foto de familia de los Asociados de BdB que participaron en la cuarta edición de Cerámica en Vivo.



▲ Asociados Bdb en diferentes Cerámica en Vivo momentos del encuentro



Cerámica en Vivo sigue consolidándose como una cita muy valorada por los Asociados de Grupo BdB



La implicación de los Proveedores participantes, **Kerakoll, Prissmacer, Bellota o Keraben**, entre otros, ha sido también clave en el desarrollo del encuentro, aportando contenido técnico, innovación y una visión muy cercana de hacia dónde evoluciona el sector. El evento está organizado para abordar todo lo relacionado con la cerámica y el baño, desde azulejos, pasando por herramientas de colocación, adhesivos o marketing para vender.

Para **Miriam Carretero**, responsable del departamento de Comunicación y Marketing de BdB y una de las organizadoras del evento, “este tipo de encuentros son muy importantes porque permiten al Asociado salir de su día a día, compartir experiencias con otros profesionales y volver a su negocio con nuevas ideas, enfoques y herramientas que realmente puede aplicar en su punto de venta”.

En la misma línea, **Violeta Pons**, responsable del departamento de Cerámica y Baño de Grupo BdB, destaca que “Cerámica en Vivo se ha convertido en un espacio donde el Asociado no solo descubre producto y tendencias, sino que también adquiere nuevas habilidades y una visión más amplia de hacia dónde evoluciona el sector. Al final, el objetivo es aportar valor real y ayudarles a seguir creciendo y diferenciándose en sus negocios”.



▲ Vista de alguno de los stands de los proveedores que participaron en esta edición de Cerámica en Vivo.

BdB Meeting 2026 generó más de 5 millones de euros en compras

La undécima edición de BdB Meeting, organizada por Grupo BdB en Feria Valencia, ha generado un balance muy **positivo con un volumen de compras superior a los 5 millones de euros** según datos facilitados por la Central La cita, celebrada los días 26 y 27 del pasado mes de marzo combinó un congreso profesional y una feria comercial en la que participaron más de 90 proveedores líderes del sector, distribuidos en una superficie expositiva superior a los 4.000 metros cuadrados.

Tras el éxito alcanzado en esta edición, Grupo BdB ya trabaja en la organización de su próximo gran encuentro sectorial. **La duodécima edición de BdB Meeting se celebrará los días 8 y 9 de abril de 2027.**

En palabras de **José Durá, director general de Grupo BdB**, “BdB Meeting se ha consolidado como una cita imprescindible para nuestros Asociados y Proveedores y, más allá de las cifras, que este año han superado los 5 millones de euros en compras, el verdadero valor del encuentro reside en la capacidad de generar oportunidades, compartir conocimiento y seguir construyendo juntos el futuro del sector”.



▲ Equipo de BdB que hizo posible el éxito del BdB Meeting 2026 celebrado el pasado mes de marzo en las instalaciones de Feria Valencia.

La Súper Semana BdB 2026 bate récords de participación y consolida su crecimiento

Grupo BdB ha cerrado con éxito una nueva edición de la Súper Semana BdB, una de las campañas comerciales más importantes del año para su red de Asociados. La iniciativa ha logrado mejorar los resultados obtenidos en años anteriores debido al aumento del impacto, **que ha alcanzado, según datos de la Central, a más de 7,5 millones de personas** a través del conjunto de acciones desarrolladas tanto en el ámbito digital como en los puntos de venta.

Este año, el evento congregó a un gran número de puntos de venta BdB distribuidos **por más de 30 provincias de toda España**, desde Cádiz hasta Guipúzcoa, con especial presencia en Valencia, Islas Baleares y Andalucía.

La Súper Semana BdB ha vuelto a consolidarse como una acción de referencia dentro del sector gracias a la combinación de promociones especiales, presencia en los puntos de venta, acciones digitales y colaboraciones con creadores de contenido.

Crecimiento en redes sociales y notoriedad de marca

La presencia de la campaña **en redes sociales ha sido uno de los principales motores de crecimiento**. Este crecimiento ha permitido reforzar la notoriedad de la marca BdB y aumentar el conocimiento de la campaña entre clientes potenciales, y cumple uno de los principales objetivos marcados para esta edición. **Los resultados obtenidos también se reflejan en la valoración realizada por los propios Asociados** y las encuestas efectuadas tras la campaña muestran una mejora generalizada respecto a la edición anterior en aspectos como el interés generado entre los clientes, la notoriedad de marca y el soporte recibido por parte de la Central.

«Estamos **muy satisfechos con los resultados alcanzados en esta edición. La implicación de los Asociados, el trabajo coordinado con el equipo de la Central** y la respuesta de los clientes nos permiten seguir consolidando la Súper Semana BdB como una de las campañas más importantes para nuestra red”, en palabras de José Durá, director general de Grupo BdB.

FORMAR PARTE LO CAMBIARÁ TODO



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

ÚNETE A GRUPO BdB, CENTRAL DE COMPRAS Y SERVICIOS

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



Tu tienda especialista
en construcción

GAMMA crea un showroom de su modelo de autoservicio 2.0 de la construcción

GAMMA ha creado en su Central ubicada en la localidad de Sallent (Barcelona) un Showroom de su modelo de Autoservicio de Construcción 2.0, un espacio diseñado para trasladar de forma real y experiencial el modelo que la compañía viene desarrollando desde 2007.

Este nuevo showroom refleja cómo el autoservicio de construcción ha ido perfeccionándose a lo largo de los años hasta convertirse en un concepto totalmente estructurado, eficiente y adaptado a las necesidades actuales del profesional.

Mucho más que una exposición de producto, **el showroom reproduce exactamente el concepto de autoservicio profesional desarrollado por GAMMA**: una propuesta basada en la organización inteligente del espacio, la mejora de la experiencia de compra, la optimización de la operativa y una implantación totalmente estudiada y estandarizada. Además, **uno de sus elementos más diferenciales es la rapidez y agilidad** en la implementación del modelo, lo que permite transformar el punto de venta en un tiempo reducido, muy por encima de los plazos habituales en reformas de exposiciones o almacenes dentro del sector.

Con esta iniciativa, GAMMA vuelve a situarse a la vanguardia del sector, apostando por un formato pensado específicamente para responder a las nuevas necesidades del cliente profesional: rapidez, autonomía, facilidad de compra y especialización. **El showroom permitirá que los asociados puedan conocer el modelo en funcionamiento antes de implantarlo en sus almacenes**, visualizar categorías, recorridos, mobiliario, comunicación visual y planogramas, además de entender cómo se adapta cada proyecto al espacio y al tipo de cliente de cada punto de venta.

El nuevo showroom nace también con un claro enfoque forma-



▲ Visita dirigida a toda la plantilla de GAMMA, en la que se explicó tanto el origen del proyecto como el trabajo que se está realizando actualmente en los asociados que ya han implantado el modelo.

tivo y estratégico. A partir de ahora, será un **espacio pensado para recibir visitas de asociados**, realizar sesiones técnicas, formaciones comerciales y encuentros internos alrededor de un modelo que representa la **evolución natural del autoservicio de construcción desarrollado por GAMMA durante años**. Un proyecto que refleja la apuesta constante de la compañía por seguir innovando, profesionalizando el sector y ofreciendo herramientas reales de crecimiento a sus asociados.



▲ Imágenes del nuevo showroom que reproduce exactamente el concepto de autoservicio profesional desarrollado por GAMMA

GAMMA transforma el punto de venta con su modelo de Exposición 5.0



Hoy, el cliente busca tiendas atractivas y actualizadas, quiere productos de tendencia y espera vivir una experiencia de compra que vaya más allá del simple acto de adquirir un producto. En **este contexto, la exposición se convierte en una herramienta clave de captación, prescripción y cierre de venta.** Este nuevo **modelo 5.0 va en la misma línea que el modelo de autoservicio 2.0 que GAMMA también está impulsando.** Ambos conceptos son la evolución de modelos que se han ido desarrollando y perfeccionando a lo largo de los años, y responden a un mismo objetivo: transformar el punto de venta para hacerlo más eficaz, más atractivo y alineado con las nuevas necesidades del cliente.

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

El modelo “Tienda de Exposición 5.0” nace precisamente para dar respuesta a este nuevo escenario. Se trata de una propuesta integral que transforma el punto de venta en un espacio más atractivo, atemporal, funcional y moderno, donde el diseño y la presentación del producto juegan un papel fundamental. Uno de los pilares clave de este modelo es su implantación integral. GAMMA acompaña al asociado en todo el proceso, desde el diseño hasta la fabricación, logística, montaje, gestión de pedidos, decoración e imagen. Todo ello bajo un formato “llave en mano” que garantiza rapidez, control y eficiencia.

► La apuesta del modelo 5.0 por un enfoque minimalista, con colores neutros y un cuidado diseño volumétrico, permite reducir el ruido visual y poner el foco en lo verdaderamente importante: el producto.



GAMMA reúne a 90 profesionales del sector en una jornada organizada junto a AFEB

La jornada permitió a las empresas asociadas conocer de primera mano el modelo de negocio de GAMMA, su estrategia y la capacidad logística de uno de los principales grupos de distribución del sector.

AFEF, Asociación de Fabricantes de Bricolaje y Ferretería, celebró el pasado 2 de junio una nueva edición de sus Encuentros con la Distribución, en esta ocasión junto a GAMMA GROUP, reuniendo a cerca de 90 profesionales del sector en una jornada **diseñada para fortalecer la relación entre los fabricantes y la distribución**, compartir conocimiento y generar nuevas oportunidades de colaboración. El encuentro comenzó en Torre Busquet (Manresa), donde los asistentes **fueron recibidos por el equipo directivo de GAMMA GROUP**. Durante la apertura institucional, Carlos Martín, presidente de AFEB, y Juan Pedro Resino, responsable del Comité de Relaciones con la Distribución de la asociación, destacaron la importancia de este tipo de iniciativas para seguir impulsando un sector más conectado, colaborativo y competitivo. Como muestra del compromiso de GAMMA GROUP con esta iniciativa, AFEB hizo entrega a la compañía del distintivo Distribuidor ORO, una distinción por su participación activa con la asociación y su contribución al fortalecimiento de las relaciones entre fabricantes y distribuidores.

Durante la primera parte de la jornada, **el equipo de GAMMA GROUP presentó la evolución de la compañía, sus principales líneas estratégicas** y los proyectos que marcarán su crecimiento en los próximos años. Posterior-



▲ Los participantes a la jornada visitaron los diferentes áreas y departamentos de GAMMA GROUP atendiendo a las explicaciones de sus responsables.

mente, los asistentes se trasladaron a las oficinas centrales de GAMMA GROUP en Sallent, **donde pudieron conocer de primera mano la organización interna de la compañía y, posteriormente, la visita continuó en la plataforma logística**, donde los participantes descubrieron los procesos operativos que permiten dar servicio a toda la red de almacenes de GAMMA GROUP.

La jornada concluyó con un cóctel networking, que ofreció un espacio distendido para seguir intercambiando experiencias, estrechar relaciones y favorecer nuevas oportunidades de colaboración entre los profesionales asistentes.





NUEVA GAMA DE CORTADORAS BELLOTA



GAMMA refuerza su expansión con su primer asociado en Melilla

GAMMA GROUP da un nuevo paso en su proceso de expansión con la llegada a Melilla de la mano de **GAMMA Juan Montes**, que se convierte en el primer asociado del grupo en la Ciudad Autónoma. Esta incorporación marca un hito relevante para GAMMA al ampliar, con esta incorporación, su cobertura en un territorio singular más allá de la península.

La **apertura en Melilla tiene un valor estratégico especial por tratarse de una ubicación clave que permite a GAMMA** reforzar su presencia en otro continente, consolidando así su posicionamiento como grupo de referencia en la distribución de materiales de construcción y reforma.

La llegada de este nuevo asociado refuerza la red GAMMA al aumentar su capilaridad y fortalecer su presencia global, aportando valor tanto al conjunto del grupo como a los profesionales de la zona. Además, operar en un territorio con características propias como Melilla **permite a GAMMA sumar conocimiento y experiencia, enriqueciendo la organización y reforzando** su capacidad de adaptación a diferentes mercados.

Con esta nueva incorporación, GAMMA continúa ampliando su red de asociados, manteniendo su compromiso de crecimiento sostenido y de apoyo al profesional de la construcción y la reforma en todo el territorio.



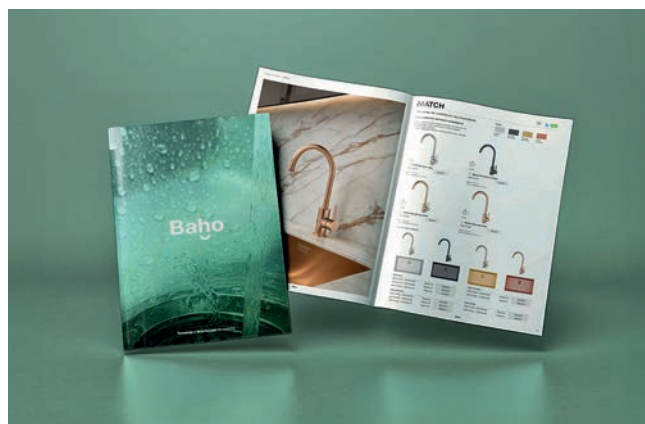
▲ Instalaciones del nuevo asociado GAMMA Juan Montes en Melilla

GAMMA refuerza su propuesta de cocinas de su marca BAH0

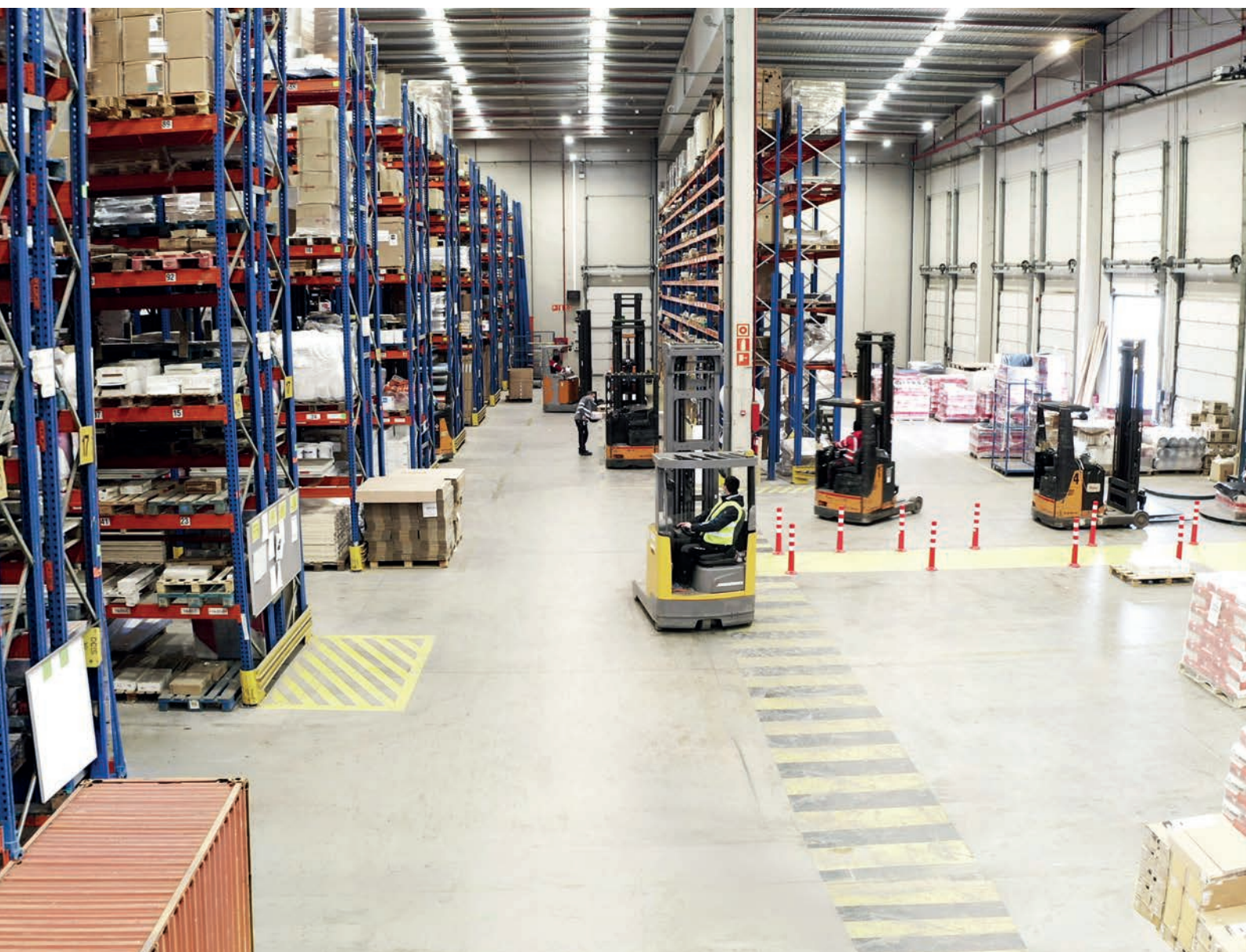
GAMMA presenta la nueva tarifa 2026 de griferías y fregaderos de su marca exclusiva Baho, **una edición que, por primera vez, se presenta de forma independiente**. Hasta ahora integrada dentro de la tarifa de baño, esta nueva estructura responde a una necesidad de mayor practicidad y usabilidad en el punto de venta, facilitando la consulta y el trabajo diario de los profesionales.

La nueva tarifa reúne una completa selección de grifería y fregaderos de cocina diseñados para aportar estilo, funcionalidad y durabilidad a cada proyecto. Con soluciones actuales, materiales de alta calidad y opciones versátiles, Baho permite crear propuestas adaptadas a las necesidades del día a día, alineadas con las tendencias del mercado.

Además, la propuesta pone **el foco en la venta cruzada, fomentando la combinación de fregaderos y grifería** a conjunto. Este enfoque facilita al punto de venta ofrecer soluciones completas y coherentes, incrementando el valor de cada proyecto y mejorando la experiencia del cliente final.



▲ Diseñada para ofrecer soluciones accesibles, funcionales y alineadas con las tendencias actuales, BAH0 se ha convertido en un pilar estratégico para los asociados.



Plataforma propia de logística integral / más de 50.000 referencias en stock / 2 entregas semanales / sin coste ni mínimos

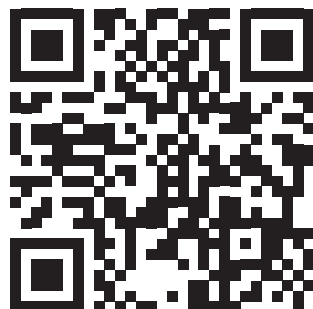
**Más de 35 años de experiencia
no caben aquí...**



Exposición / diseño integral / optimización del espacio / primeras marcas



Autoservicio Construcción 2.0 / surtido profesional y especializado / todo en stock / rapidez en la entrega y montaje



...pero sí donde te lleva este QR



GAMMA

GROUP

La primera central de compras
desde 1989

BigMat abre su nuevo punto de venta de Getafe concebido para ofrecer un mejor servicio a los profesionales

El nuevo espacio combina superficie comercial, zona drive-in y plataforma logística en un entorno diseñado para ofrecer una experiencia de compra más ágil, especializada y adaptada a las nuevas necesidades del sector.



BigMat abrió las puertas del nuevo punto de venta de Getafe el pasado 19 de junio. Las nuevas instalaciones cuentan con una parcela de aproximadamente 35.000 m² y más de 22.000 m² construidos, consolidándose como una de las principales actuaciones impulsadas por BigMat durante este año. Las instalaciones cuentan con una **superficie comercial de 3.500 m²**, una **zona drive-in de 2.000 m²** y una **oferta superior a 12.000 referencias en stock**, entre las que destacan más de **1.200 productos de marca BigMat**.

Además, las instalaciones disponen de un parking con capacidad para cerca de 200 vehículos, facilitando el acceso y la operativa diaria de los clientes.

Con este proyecto, BigMat refuerza su capacidad de servicio en la zona centro y continúa avanzando en la modernización de sus puntos de venta mediante espacios más amplios, funcionales y, sobre todo, adaptados a las necesidades actuales del mercado profesional. Con esta apertura, BigMat culmina el traslado de la actividad comercial a unas instalaciones más amplias y modernas, concebidas para ofrecer un mejor servicio a profesionales de la reforma y construcción, así como a clientes particulares.

► Detalle de uno de los pasillos perfectamente identificados y rotulados, donde se puede apreciar una identificación del producto muy fácil y ágil.

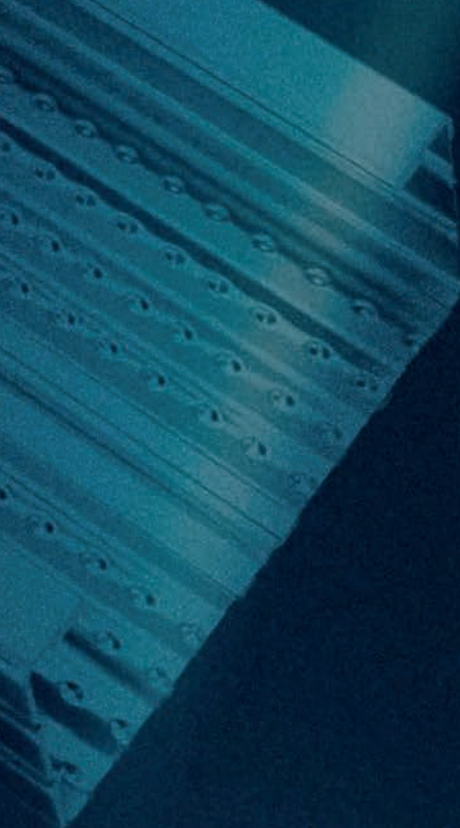
Un proyecto impulsado por el esfuerzo de numerosos equipos

La apertura de la nueva tienda de Getafe ha requerido meses de planificación y coordinación entre distintas áreas del Grupo. Equipos de Operaciones, Compras, Logística, Comercial, Sistemas, Marketing y Dirección han **participado activamente en el desarrollo de un proyecto que ha abarcado desde la definición de los espacios comerciales** y el surtido hasta la implantación de producto, la organización operativa y la preparación de la apertura.

Este trabajo conjunto ha sido fundamental para garantizar una transición ordenada y asegurar que la tienda inicie su actividad con plenas garantías de servicio desde el primer día.

▲ Impresionante el aspecto del nuevo punto de venta de BigMat en Getafe.





EGA

perfil

amixalan

CONSTRUCCIÓN

— Perfiles tabiques, techos y trasdosados
Perfiles techos registrables
Trampillas y accesorios

STEEL FRAME

— Perfiles de acero conformados
en frío para sistemas
constructivos Steel Framing

BigMat refuerza su modelo de crecimiento con una nueva fase de encuentros regionales

Tras el arranque del calendario de reuniones por región, que tuvo como hito destacado la primera reunión de la nueva Regional Balears, BigMat avanzó con una nueva fase de reuniones regionales. Esta segunda fase, que se desarrolló durante el pasado mes de junio, supuso un paso adelante en el **despliegue de la estrategia del Grupo**: las iniciativas compartidas en la primera etapa comienzan ya a materializarse en herramientas y soluciones concretas para el socio.

Entre ellas, destaca el “Programa de Sucesión y Desarrollo de Gerentes BigMat” de la “BigMat Academy”, ya en marcha y con la incorporación de nuevos participantes. **Esta iniciativa, orientada a garantizar la continuidad del negocio del socio, pone el foco en el relevo generacional** y la profesionalización del sector; impulsando la formación de nuevos perfiles directivos desde un modelo de aprendizaje vertical y apoyado en la estructura del Grupo. Con ello, BigMat refuerza su apuesta por el talento, la gestión empresarial y la evolución del punto de venta hacia modelos más competitivos y sostenibles en el tiempo.

A este avance se suma el impulso de nuevas actuaciones orientadas a reforzar el posicionamiento comercial y la visibilidad del socio en su mercado local, mediante el acceso a soluciones y herramientas que facilitan su adaptación a un entorno cada vez más competitivo y digitalizado. Para ello, la central cuenta con la **participación directa de los responsables de las áreas de Marketing y Merchandising** (esta última en pleno proceso de transformación) y ambas orientadas a impulsar el crecimiento del negocio desde el punto de venta, con un despliegue ya en marcha en distintos puntos de la red que permitirá a cada socio aumentar su alcance, atraer más clientes y reforzar su propuesta de valor en su zona de influencia.



▲ El Grupo continúa avanzando en el despliegue de su modelo organizativo, con un papel cada vez más activo de los subdirectores regionales en la implementación de la estrategia y en la cercanía al socio.

El Grupo refuerza el papel de las áreas de Marketing y Merchandising para impulsar el crecimiento del negocio de sus socios desde el punto de venta

Este desarrollo se enmarca en uno de los pilares estratégicos definidos por la Dirección General en la Junta General de junio de 2025, **que sitúa la digitalización y la mejora del punto de venta como palancas clave** para fortalecer el negocio y la propuesta de valor del socio.

Hoy, competir no es solo cuestión de producto y precio, sino también de visibilidad, posicionamiento y de la capacidad de activar el punto de venta como palanca de atracción y conexión con el cliente.

Estas reuniones de socios se consolidan como espacios de trabajo orientados a estrategia y resultados, donde no solo se comparte estrategia e iniciativas, **sino que se hace seguimiento de su implementación y se acompaña al socio** en su aplicación real para mejorar su competitividad y asegurar su crecimiento a futuro.

USB CHARGING

CT-eLIFTER

Ventosa automática a batería

Apta para superficies rugosas

Empuñadura

Manómetro

Base de goma

Lengüeta de desanclaje

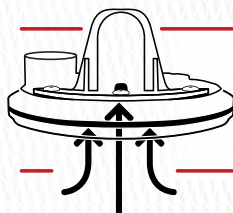
Conector de carga de la batería



200 mm



85



Succión automática
ante la pérdida de presión

www.tomecanic.es

Pol. Ind Can Roca - c. Mottle, 2-4
08292 Esparreguera — Barcelona | España

cons
Tools

TOMECANIC
HISPANIA S.A.

BigMat impulsa la profesionalización del sector con una nueva Plataforma de Talento y Personas



◀ BigMat ha lanzado su nueva Plataforma de Talento y Personas, una iniciativa desarrollada junto a Morgan Philips para ayudar a los socios del Grupo en los procesos de captación, selección e incorporación de profesionales.

BigMat ha lanzado su nueva Plataforma de Talento y Personas, una iniciativa desarrollada junto a Morgan Philips para ayudar a los socios del Grupo en los procesos de captación, selección e incorporación de profesionales, en un contexto de creciente transformación y especialización del sector.

El proyecto es el resultado de más de un año de trabajo conjunto entre los equipos de la división tecnológica de BigMat, The BigTech, el departamento de RRHH del Grupo y Morgan Philips, firma internacional especializada en consultoría de talento y selección de profesionales.

Con esta nueva plataforma, **BigMat refuerza su compromiso de ofrecer soluciones y servicios de valor añadido a su red de socios**, facilitando herramientas y acompañamiento orientados a responder a uno de los grandes retos actuales del sector: la atracción y fidelización del talento. La iniciativa busca ayudar a los socios a afrontar con mayores garantías los procesos de incorporación de profesionales, contribuyendo al desarrollo de equipos preparados para responder a las nuevas necesidades del mercado.

“La gestión del talento se ha convertido en un elemento clave para el crecimiento y la competitividad de las empresas. **Desde BigMat queremos seguir acompañando a nuestros socios también en este ámbito**, aportando soluciones que les ayuden en su día a día y

La Plataforma de Talento y Personas forma parte de la estrategia de BigMat orientada a seguir desarrollando servicios de apoyo a sus socios

contribuyan al fortalecimiento y sostenibilidad del sector”, **señala Carlos Bernaldo de Quirós, director de Recursos Humanos de la compañía.**

La Plataforma de Talento y Personas forma parte de la estrategia de BigMat orientada a seguir desarrollando servicios de apoyo a sus socios, impulsando iniciativas que favorezcan la profesionalización del sector, la innovación en los servicios y el crecimiento sostenible de la red que conforma el Grupo. Además, **esta iniciativa permitirá reforzar la capacidad de los socios para atraer y consolidar talento en sus respectivas zonas de influencia**, contribuyendo al desarrollo del tejido empresarial local y a la generación de empleo especializado en un sector clave para la actividad económica.

Con este lanzamiento, BigMat continúa avanzando en su apuesta por generar herramientas y recursos que aporten valor real a sus socios y refuercen el posicionamiento del Grupo como referente dentro del sector.



BAIXENS

baixens.com

*Testing the
difference*

25 años PISANDO FUERTE

baixens.com



Impermeabilizante
POLIURETANO
antigoteras
Listo al uso.



Impermeabilizante
ACRÍLICO
antigoteras
Listo al uso.



Impermeabilizante
de BASE CEMENTOSA
antigoteras y
antihumedad
Aplicable sobre fondos húmedos.

100% transitables

Las tiendas BigMat La Plataforma culminan un ambicioso proceso de renovación y modernización

BigMat La Plataforma ha transformado integralmente sus espacios comerciales con nuevas implantaciones, áreas Drive In y exposiciones para mejorar la experiencia de compra del cliente profesional y particular.



▲ Zona de Drive In en el punto de venta de BigMat La Plataforma en Alcorcón.



▲ Detalle del interior de BigMat La Plataforma en Alcorcón.

BigMat continúa avanzando en la evolución de su modelo comercial con la culminación de un importante proceso de renovación y modernización de su red de tiendas BigMat La Plataforma, **una transformación integral que ha supuesto la actualización de los espacios interiores y exteriores**, nuevas implantaciones comerciales y el impulso de áreas especializadas Drive In en prácticamente la totalidad de sus puntos de venta, reforzando así su posicionamiento en el canal de reforma y construcción.

Durante el último año, la compañía ha llevado a cabo la renovación interior de todas sus tiendas de Madrid, Barcelona y Castilla-León, incorporando una nueva imagen más moderna, funcional y alineada con las necesidades actuales tanto del cliente profesional como del particular. A esta actuación se suma **también la actualización exterior de los establecimientos, destacando especialmente las renovaciones** realizadas en centros de Alcobendas y Fuenlabrada (Madrid).

El proceso de transformación también ha incluido la implantación de nuevos conceptos comerciales en tienda, con una reorganización integral de lineales, cabeceras y espacios expositivos, orientados a mejorar la experiencia de compra, la visibilidad del producto y la eficiencia en el recorrido comercial del cliente.

Uno de los ejes principales de esta **evolución ha sido la expansión del modelo Drive In**, un formato diseñado para ofrecer una experiencia de compra más ágil, cómoda y adaptada a las necesidades del profesional de la reforma y construcción. En el último año, BigMat La Plataforma ha impulsado nuevos espacios Drive In en las tiendas de Alcobendas, Alcorcón, Getafe, Alcalá, Sabadell, Sant Adrià, Valladolid y Palencia, además de encontrarse en fase final las actuaciones en L'Hospitalet y Sant Just.

La renovación **de espacios expositivos ha sido otro de los pilares de esta transformación**, impulsada por iniciativas como la nueva exposición de la tienda de Alcorcón y la consolidación de diversos espacios comerciales en los últimos años.

Además de la renovación de espacios, **las tiendas BigMat continúan reforzando su propuesta de valor a través de un asesoramiento experto y una extensa gama de soluciones adaptadas a cualquier proyecto** de obra o reforma. La compañía pone a disposición de sus clientes más de 1.200 referencias de marca BigMat y más de 12.000 referencias en stock, garantizando disponibilidad, especialización y una respuesta ágil para profesionales y particulares.



Atrévete a
formar parte
de algo mas
GRANDE.



8 centros logísticos, 2 entregas semanales, +12.000 referencias en stock, +550 proveedores homologados.



Marca BigMat con 1.200 referencias de alta calidad y diferenciación.



Todos los servicios para impulsar tu negocio: desarrollo del punto de venta, marketing, recursos humanos y más.



Una red que conecta más de 360 puntos de venta.

Forma parte de la mayor central de compras de materiales de reforma y construcción como socio y propietario de BigMat.

Ibergroup presenta Conecta, su nuevo proyecto de digitalización

Ibergroup ha anunciado la presentación de **Conecta Ibergroup**, su nuevo proyecto de digitalización orientado a transformar la gestión de la información de producto dentro del grupo y reforzar la conexión entre proveedores, asociados y equipos comerciales. La iniciativa nace con el objetivo de establecer un catálogo de producto único, estructurado y siempre actualizado, que sustituya el uso disperso de documentos PDF, archivos Excel, fichas enviadas por correo, imágenes sueltas o referencias duplicadas. De este modo, Conecta se convierte en un punto de referencia común para toda la información de producto utilizada en los procesos comerciales del grupo.

Con este proyecto, **Ibergroup avanza en su estrategia de transformación digital y da respuesta a una necesidad clave del sector:** disponer de datos fiables, completos y normalizados para vender mejor, reducir errores y mejorar la eficiencia en el día a día de distribuidores y proveedores.

Un catálogo común para hablar el mismo idioma

Conecta se articula sobre un estándar de catálogo que define los campos mínimos obligatorios, la identificación de producto, los atributos técnicos, formatos, unidades, documentación e imágenes, además de una taxonomía común

por familias, subfamilias y atributos. **Este modelo permite evitar duplicidades, nombres distintos para un mismo producto o información desactualizada, facilitando la búsqueda, el filtrado y el uso comercial de cada referencia** por parte de los asociados.

El proyecto contempla también distintas vías de conexión para los proveedores. Aquellos que ya dispongan de un sistema PIM podrán conectar su catálogo para sincronizar la información con Ibergroup.

En el caso de proveedores que todavía no cuenten con una solución de este tipo, el grupo ofrecerá una vía de incorporación adaptada para facilitar la carga, organización y mantenimiento de sus datos de producto.

Más eficiencia para proveedores y asociados

Para los proveedores, la iniciativa permite aumentar la visibilidad de sus productos dentro del ecosistema Ibergroup, reducir tareas administrativas y mejorar el control sobre la información que llega al punto de venta.

Para los asociados, Conecta supone disponer de información técnica y comercial más completa, fiable y accesible, facilitando la elaboración de presupuestos, la comparación de productos y la atención al cliente final.

Ibergroup presenta su nueva mampara Diva

Ibergroup amplía la propuesta de baño de su marca Diva con la incorporación de una nueva mampara de ducha **integrada en la serie Natura**, una línea orientada a ofrecer soluciones funcionales y adaptadas a las necesidades actuales del canal profesional.

La nueva mampara está disponible en tres configuraciones que permiten resolver instalaciones entre paredes, soluciones laterales abiertas y composiciones en esquina, ampliando así las posibilidades de adaptación a diferentes espacios de ducha y mejorando la capacidad de prescripción de la serie **Natura dentro del conjunto de soluciones Diva para baño**.

Con esta nueva incorporación, Ibergroup continúa desarrollando la gama de baño Diva dentro de la serie Natura, reforzando una propuesta cada vez más completa, coherente y alineada con las necesidades actuales del canal profesional y del mercado. Con **más de 105 puntos de distribución, Ibergroup refuerza Diva** como una propuesta de baño que combina diseño, funcionalidad y cobertura comercial.



▲ La nueva gama se compone de tres modelos: H8, AH y PH, disponibles en dos acabados, negro y silver, y en diferentes medidas.

IBERGROUP

IMPULSANDO EL ÉXITO COLECTIVO
EN LA INDUSTRIA DE LA CONSTRUCCIÓN

ELEVAMOS EL VALOR DE TUS PROYECTOS
A TRAVÉS DE SOLUCIONES INTEGRALES

chafiras

construdeco

DISCESUR

DURAN

SUMINISTROS
IBIZA

JORGE FERNÁNDEZ

laguardia
& moreira

LAVIN

manau
MATERIALS PER A LA CONSTRUCCIÓ I LA LLAR

matteria
CERÁMICA Y BAÑOS

montejo

pérezlázaró

terrapilar
MATERIALES PARA CREAR

UNAMACOR



www-ibergroup.com.es



915 391 881



Velázquez 157 - 1ª planta | Madrid

TPA consolida su presencia en el mercado con la incorporación de PLB Distribuciones

TPA Central de Compras de Distribución Especialista, S.L. ha anunciado la incorporación de un nuevo asociado a su red nacional de almacenes especialistas en placa de yeso laminado, aislamientos y sistema constructivos. Se trata de **PLB Distribuciones**, una compañía con una sólida trayectoria en el sector y una destacada implantación en Cataluña. La empresa cuenta con tres puntos de venta estratégicamente ubicados en **Barcelona, Viladecans (Barcelona) y Reus (Tarragona)**, con un total de **9.000 m² de superficie** y una **plantilla de unas 30 personas**. PLB obtuvo un volumen de negocio cercano a los **12 millones de euros de facturación anual**, un volumen que refleja tanto su capacidad operativa como su posicionamiento en el mercado. Su crecimiento sostenido se apoya en la calidad del servicio, la especialización técnica y una clara orientación a las necesidades del cliente. La incorporación de PLB supone un paso significativo para TPA, que refuerza de manera notable su presencia en Cataluña, ampliando su capilaridad territorial y su capacidad de generación de volumen.

TPA es una central de compras especializada en sistemas de construcción seca, placa de yeso laminado, aislamientos y soluciones técnicas para el profesional. Fundada en 2017, integra actualmente **37 socios con 70 puntos de venta distribuidos en el territorio nacional**, configurando una red altamente especializada orientada al servicio, la proximidad y la eficiencia operativa.



▲ De izqda. a dcha.: Juan Palacios y Juan Ramón Lozano, de PLB Distribuciones; Josep Calabuy, de Diaterm Distribuciones; y Joan Torres, director general de TPA.

NORUSTXL

ELIMINA ÓXIDO DE CUALQUIER MATERIAL,
INCLUSO EN SUPERFICIES DELICADAS



FILA SOLUTIONS IBERIA S.L. 12592 Chilches (Castellón)

+34 964.590101 | filaiberia@filasolutions.com | www.filasolutions.com | @filasolutionsiberia

Cuatro nuevos almacenes se incorporan a Mas Obra

Mas Obra, enseña del Grupo BigMat especializada en la distribución de materiales de reforma y construcción, continúa ampliando su red con la incorporación de **cuatro nuevos almacenes en Andalucía**. Estas nuevas adhesiones refuerzan la presencia de Mas Obra en la región y refuerzan su compromiso.

Las nuevas incorporaciones corresponden a **Pertor Materiales y Servicios, S.L.**, en Estepona; **Materiales de Construcción Atencia Escobar El Cámara, S.L.**, en Torrox Costa; **Almacenes Benamiel24, S.L.**, en Arroyo de la Miel, y **Materiales de Construcción DIMAS, S.L.**, en Baza. Con estas nuevas altas, Mas Obra sigue fortaleciendo su implantación y desarrollo en el territorio y reafirma su **compromiso con los almacenes independientes**, proporcionándoles acceso a mejores condiciones de compra, acuerdos con proveedores de referencia y servicios orientados a mejorar su competitividad y desarrollo del punto de venta en sus respectivas zonas de influencia.

Con la suma de estas cuatro nuevas altas, Mas Obra supera los **90 almacenes asociados**, alcanza más de **115 puntos de venta** y una superficie conjunta superior a los **450.000 m²**, repartidos por todo el territorio nacional e islas, con una **facturación agregada que supera los 215 millones de euros**.



▲ Miguel Hortelano, responsable comercial de Mas Obra con los responsables de Almacenes Benamiel24, S.L.



▲ Miguel Hortelano con el equipo de Pertor Materiales y Servicios, S.L.



**Per a un
futur
més sòlid**

ABP
BUILDING FUTURE

Una arena única

Una arena única i amb gran valor afegit gràcies a les característiques pròpies del nostre jaciment.



973 320 041 | info@arenesbellpuig.com
Ctra. d'Ivars, Km. 1,5 | 25250 Bellpuig (Lleida)
www.arenesbellpuig.com

TOMEU GOMILA

JEFE DE VENTAS NACIONAL
CANAL DISTRIBUCIÓN DE SOPREMA

“La formación es un pilar fundamental y en SOPREMA apostamos firmemente por ello a través de SOPRACADEMY”

Nacido hace 45 años en Mallorca, aunque reside en Barcelona desde el 1998, a Tomeu se le nota este aire mediterráneo que tienen los nacidos en esta preciosa isla balear conocida antiguamente como “La isla de la calma”.

Texto: Ramon Capdevila / Fotos: L'informatiu



¿Encuentra a faltar a su querida Mallorca?

Mucho. Y este año seguramente un poco más... Mi madre falleció el pasado mes de marzo y desde la distancia aún se vive peor. Allí tengo a toda mi familia más cercana y los amigos "de siempre". Sin embargo, la frecuencia de vuelos es muy notable y esto me ha permitido ir casi cada fin de semana y estar con ellos.

¿Cómo nos presentarías a SOPREMA?

SOPREMA es un grupo internacional con más de 100 años de experiencia especializado en soluciones para la construcción, especialmente en impermeabilización, aislamiento, revestimientos, pavimentos y sistemas técnicos para la envolvente del edificio. A lo largo de nuestra trayectoria, nos hemos consolidado como un referente global gracias a una apuesta constante por la innovación, la calidad y la sostenibilidad.

Uno de nuestros pilares estratégicos es el canal de distribución, con el que trabajamos de manera muy cercana. Nuestro objetivo es ser más que un fabricante: queremos ser un socio fiable y confiable que aporte valor, con soporte técnico, formación y una amplia disponibilidad de producto.

Háblenos de vuestro portafolio.

El portafolio de SOPREMA es uno de nuestros grandes diferenciales. Ofrecemos una gama muy completa que cubre prácticamente todas las necesidades del sector de la construcción.

En impermeabilización contamos con soluciones bituminosas, membranas sintéticas y sistemas líquidos, adaptados tanto a obra nueva como a rehabilitación. En paralelo, disponemos de una amplia oferta de aislamiento térmico y acústico, que incluye desde soluciones más tradicionales como XPS, EPS o PIR hasta materiales

más sostenibles como la lana de madera PAVATEX o la guata de celulosa Univercel.

Además, desarrollamos soluciones específicas para cubiertas, obra civil, drenaje y aplicaciones técnicas. Esto permite a la distribución trabajar con un único proveedor capaz de dar respuesta a múltiples tipologías de proyecto, lo que simplifica la gestión y aporta un alto valor añadido.

¿Nos adelantas las novedades que tenéis en el horizonte?

En SOPREMA estamos en constante evolución y recientemente hemos lanzado varias novedades importantes que refuerzan nuestro posicionamiento. Por un lado, hemos estrenado una nueva web corporativa, mucho más intuitiva y orientada al usuario profesional. Facilita el acceso a la información técnica, mejora la experiencia de navegación y permite localizar soluciones de forma mucho más ágil.

En cuanto a producto, hemos desarrollado una nueva gama

eficientes y adaptadas a las necesidades reales del mercado y de la distribución.

¿Gozan de buena salud nuestros edificios en temas de aislamiento e impermeabilización?

En general, todavía hay margen de mejora. Aunque en los últimos años se ha avanzado mucho, especialmente en obra nueva gracias a las exigencias normativas, una parte importante del parque edificatorio existente presenta carencias tanto en aislamiento como en impermeabilización. En España, gran parte de los edificios fueron construidos antes de la entrada en vigor de normativas más exigentes en materia de eficiencia energética, lo que se traduce en pérdidas energéticas, problemas de confort y, en muchos casos, patologías asociadas a la humedad.

En impermeabilización, seguimos viendo incidencias derivadas de soluciones envejecidas o mal ejecutadas, especialmente en cubiertas y zonas enterradas. Esto genera problemas que no solo

“Es clave contar con un portafolio amplio y soluciones adaptadas a cada situación, y con el asesoramiento técnico adecuado”

de aislamiento reflexivo, que destaca por su ligereza, facilidad de instalación y eficiencia térmica, especialmente en proyectos de rehabilitación o espacios reducidos. Otra de las grandes novedades es la incorporación de la poliurea a nuestro portafolio. Se trata de una solución de impermeabilización líquida de altas prestaciones, muy resistente y rápida de aplicar, que permite ejecutar superficies continuas sin juntas. En conjunto, todas estas novedades responden a nuestra estrategia de ofrecer soluciones cada vez más completas,

afectan a la durabilidad del edificio, sino también a su habitabilidad. Este contexto representa un reto, pero también una gran oportunidad para el sector y, en particular, para la distribución. La rehabilitación energética y la mejora del parque existente están impulsando la demanda de soluciones más eficientes, fáciles de aplicar y con mayor durabilidad.

Por eso es clave contar con un portafolio amplio y soluciones adaptadas a cada situación, así como con el asesoramiento técnico adecuado. Desde nuestro punto de



vista, el papel de la distribución es fundamental para trasladar estas soluciones al mercado y contribuir a mejorar la calidad y el rendimiento de nuestros edificios.

¿Cómo valora la situación actual de la reforma y rehabilitación en España?

La reforma y rehabilitación están viviendo un momento claramente dinámico en España, impulsado por varios factores. Por un lado, existe una necesidad real de rehabilitar un parque edificatorio envejecido, y por otro, las exigencias en materia de eficiencia energética están acelerando este proceso. Además, las ayudas europeas y los programas de rehabilitación han contribuido a activar el mercado, especialmente en actuaciones relacionadas con la mejora del aislamiento térmico y la envolvente del edificio. Esto ha generado una mayor concienciación tanto en profesionales como en el usuario final sobre la importancia de invertir en soluciones de calidad. En este contexto, la distribución juega un papel clave, ya que actúa como canal tractor de estas soluciones. La demanda no solo crece, sino que

también se vuelve más técnica, lo que obliga a contar con gamas más completas y asesoramiento especializado.

¿Cómo analiza las expectativas de futuro?

Las perspectivas son positivas, especialmente a medio y largo plazo. Todo apunta a que la rehabilitación seguirá ganando peso dentro del sector de la construcción, convirtiéndose en uno de sus principales motores. La combinación de normativas más exigentes, objetivos de descarbonización y el encarecimiento de la energía seguirá impulsando la necesidad de mejorar el rendimiento de los edificios existentes. A esto se suma un cambio progresivo en la mentalidad del mercado, donde cada vez se valora más la durabilidad, la eficiencia y el confort. Para la distribución, esto representa una gran oportunidad, pero también un desafío. Será fundamental adaptarse a un entorno más especializado, con productos más técnicos y soluciones cada vez más completas. En nuestro caso, vemos este escenario como una oportunidad para seguir aportando

valor a través de la innovación, la ampliación de nuestro portafolio y el acompañamiento técnico al canal, con el objetivo de dar respuesta a las nuevas demandas del mercado.

¿Tenemos suficiente conciencia de la importancia de la sostenibilidad?

La conciencia ha evolucionado de forma significativa en los últimos años, pero todavía no es homogénea en todo el sector. Cada vez existe una mayor sensibilidad, impulsada por la normativa, los fondos europeos y, también, por una preocupación social creciente. Sin embargo, aún queda camino por recorrer, especialmente en determinados segmentos del mercado donde el precio sigue siendo el principal factor de decisión. La sostenibilidad ya no se entiende solo como un valor añadido, sino como un requisito imprescindible. En este sentido, materiales más eficientes, sistemas duraderos y soluciones que contribuyan a reducir el consumo energético están ganando protagonismo.

“La distribución ha evolucionado mucho en los últimos años y está cada vez más profesionalizada”

¿Por qué cree que España ha sido un país poco sensible a estos temas?

Históricamente, España ha tenido un modelo constructivo muy orientado al corto plazo, donde factores como el clima o el coste inicial han condicionado las decisiones. Durante años, la eficiencia energética o la durabilidad no han estado en el centro del debate como sí lo han estado en otros países europeos. Además, la normativa llegó más tarde y con menor exigencia en etapas anteriores, lo que ha generado un parque edificatorio con importantes carencias. A esto se suma una menor cultura de mantenimiento y rehabilitación frente a la obra nueva. No obstante, esta tendencia está cambiando de forma clara. Hoy el mercado es más exigente, está más informado y camina hacia estándares más alineados con Europa.

¿Cree que hace falta un poco de pedagogía ante el cliente final sobre la importancia de un buen aislamiento térmico y acústico?

Sin duda. La pedagogía es clave. El cliente final todavía no siempre percibe el valor real de un buen aislamiento más allá del coste inicial, cuando en realidad tiene un impacto directo en el confort, el ahorro energético y la revalorización del inmueble. Es importante trasladar el mensaje de que invertir en aislamiento no es un gasto, sino una inversión a medio y largo plazo. Aquí, tanto fabricantes como distribución y profesionales tenemos una responsabilidad compartida: explicar, asesorar y acompañar al cliente en la toma de decisiones.

¿Está preparada la distribución para la venta de sus productos?

La distribución ha evolucionado mucho en los últimos años y está cada vez más profesionalizada. Sin embargo, el crecimiento de soluciones técnicas y la complejidad

de algunos sistemas exige un esfuerzo constante de adaptación. Hoy en día, no basta con disponer de producto; es necesario aportar conocimiento, asesoramiento y servicio. En este sentido, vemos una distribución cada vez más capacitada, pero también consciente de que la especialización será clave para seguir siendo competitiva.

¿Cuál tiene que ser el papel de la distribución en este contexto?

El papel de la distribución es absolutamente estratégico. Actúa como nexo entre el fabricante y el aplicador o cliente final, y por tanto tiene una gran capacidad de prescripción.

En el contexto actual, su rol va más allá de la venta: debe ser capaz de asesorar, recomendar soluciones adecuadas y aportar valor técnico. Además, la cercanía al mercado le permite detectar necesidades y tendencias de forma muy rápida.

Por eso, creemos que la distribución debe posicionarse como un socio técnico, no solo como un punto de suministro.

Importancia de la formación SOPRACADEMY

La formación es un pilar fundamental en este proceso de evolución del sector. En SOPREMA apostamos firmemente por ello a través de SOPRACADEMY, nuestra plataforma de formación dirigida a distribuidores y profesionales. El objetivo es proporcionar conocimiento técnico sobre sistemas y aplicaciones, pero también ayudar a entender mejor las necesidades del mercado. Creemos que una distribución bien formada no solo vende mejor, sino

que aporta un mayor valor al cliente y contribuye a mejorar la calidad global de la construcción.

No me gustaría terminar esta entrevista sin pedirle su opinión acerca del sector de la distribución. ¿Cómo ve, en general, a los grupos de compra?

Los grupos de compra han ganado relevancia y juegan un papel importante dentro del sector. Han contribuido a profesionalizar la distribución, mejorar la competitividad y optimizar procesos. Desde nuestro punto de vista, son estructuras que aportan valor, especialmente en un entorno cada vez más exigente. No obstante, el reto está en combinar esa capacidad de negociación con la especialización técnica y el servicio, que son factores diferenciales clave. El equilibrio entre precio, producto y conocimiento será determinante para su evolución futura.

Alguna reflexión final sobre el sector de la construcción...

El sector de la construcción se encuentra en un momento de transformación, marcado por la sostenibilidad, la rehabilitación y la creciente tecnificación de las soluciones. En este escenario, la colaboración entre fabricantes, distribución y profesionales será clave para dar respuesta a los retos actuales. Desde SOPREMA, vemos el futuro con optimismo, apostando por la innovación, la formación y un portafolio cada vez más completo que permita acompañar al canal de distribución en su crecimiento y evolución.

G#color

Las mejores juntas vienen en sacos pequeños

Cambiamos el tamaño de nuestros envases y mejoramos la calidad



Envase realizado
con materiales
sostenibles



Disponible en
hasta 30 colores



Óptimo formato
para tus nuevas
necesidades



¡Descarga la app GECOL Juntas!



DISPONIBLE EN
App Store



DISPONIBLE EN
Play Store

GAMMA El Pantano impulsa su transformación con el autoservicio de construcción 2.0

La evolución del punto de venta en el sector de la construcción sigue dando pasos firmes dentro de GAMMA. Así, **GAMMA el Pantano se ha convertido en el segundo almacén asociado en implantar el nuevo modelo de Autoservicio de Construcción 2.0**, una apuesta estratégica que ya está demostrando su impacto tanto en la operativa del almacén como en la experiencia del cliente profesional. Un proyecto integral, estudiado, diseñado y montado por la Central en tan solo 3 días.

Desde el primer momento, el equipo tuvo claro que quería formar parte del proyecto. “La innovación siempre ha formado parte de nuestra manera de entender el negocio. Cuando **nos presentaron el proyecto vimos claramente que suponía una oportunidad real de mejora para nuestra tienda y para el servicio al cliente profesional**”, explican desde Gamma El Pantano.

Un modelo pensado para ganar tiempo

El rediseño del espacio y la organización del producto permiten una circulación mucho más intuitiva, donde el cliente localiza lo que necesita de forma rápida. **“Sobre todo se nota en la rapidez. La nueva organización y la mejor ubicación del producto facilitan mucho el recorrido por el almacén”**, señalan desde el asociado.

Uno de los aspectos más destacables de la implantación ha sido **la rapidez con la que el cambio se ha trasladado al comportamiento del cliente**. Este efecto refuerza la idea de que el Autoservicio de Construcción 2.0 no es solo una mejora estética, sino una herramienta real para optimizar la experiencia de compra y aumentar la eficiencia del servicio.

Respaldo de GAMMA en todo el proceso

Otro de los puntos que destacan desde **GAMMA el Pantano es el acompañamiento recibido durante toda la implantación**, un factor clave en este tipo de transformaciones. “El servicio, la atención y la ayuda durante todo el proceso es algo que se agradece muchísimo y aporta mucha tranquilidad”.

En este sentido, el **asociado también pone en valor aspectos como la agilidad del proyecto, la facilidad de implantación y el soporte global de la central**.



▲ Equipo de GAMMA Central; de izqda. a dcha.: Pere Sadurní, Mustà el Abdi; Marta Caldach; Nacho Ramos; Gerente de GAMMA El Pantano; Josué Cid, Retail Project Manager y Cristian Jauregui, responsable del departamento técnico.

Para GAMMA el Pantano, el Autoservicio de Construcción 2.0 no es una solución puntual, sino un modelo que define el futuro del almacén de materiales. **“Es un autoservicio más visual, más dinámico y mucho más alineado con la forma de trabajar del profesional actual”**. En definitiva, “significa agilidad en la gestión y en los pedidos y, sobre todo, un gran apoyo con atención constante al asociado”. Y lo tienen claro: recomendarían el modelo sin dudar. “Ofrece mucha comodidad sin necesidad de contar con un gran stock, el proceso es ágil y el respaldo de GAMMA es total, además de contar con facilidades de financiación”.



▲ Dos imágenes con diferentes zonas de la implantación llevada a cabo por GAMMA El Pantano.

Gran acogida en el “IV Congreso y Feria Canal de Instalaciones de la Región de Murcia” organizado por Rodríguez Valero



▲ Mesa redonda de debate, bajo la temática: “Crisis de la vivienda en España”, compuesta por Ana María García, directora general de CONAIF; Sebastián Molinero, secretario general de ANDIMAC; Mari Carmen González, directora general de Mercados en la firma Airzone y vocal de AFEC; y José Isidoro Marín en representación del Colegio oficial de Ingenieros Industriales de la Región de Murcia.

El IV Congreso y Feria de Instalaciones de la Región de Murcia organizado por el distribuidor Rodríguez Valero y celebrado el pasado mes de mayo en Murcia, superó nuevamente las expectativas con la asistencia de más de 300 personas y un total de 42 expositores de las principales marcas del sector.

El acto fue inaugurado por Jorge García Montero, Consejero de Fomento e Infraestructuras de la Región de Murcia, quien destacó positivamente el papel estratégico y esencial del colectivo allí congregado para afrontar el reto de la vivienda en España. Por su parte, **Sebastián Rodríguez, gerente de Rodríguez Valero, también dedicó unas palabras de agradecimiento a todos los asistentes y, en especial, a los ponentes de la mesa redonda y a todas las personas venidas de diversas regiones del país, recordando a todos los asistentes, la importancia que tiene este colectivo: “un gremio esencial para la sociedad, en el que todos nosotros aportamos de una forma u otra, servicios tan básicos y necesarios como son el agua, el ACS o la climatización. Tanto fabricantes, distribuidores como Rodríguez Valero e instaladores, trabajamos cada día para mejorar y promover la eficiencia energética de equipos y sistemas, contribuyendo también a la sostenibilidad y al cuidado del medio ambiente.”**

Máxima Individualidad.



Schlüter®-KERDI-BOARD-W

Diseño exclusivo y máxima flexibilidad: Schlüter-KERDI-BOARD-W es la forma más sencilla de crear su propio lavabo individual. El elemento prefabricado de KERDI-BOARD es extremadamente ligero, se puede cortar a la medida deseada y puede ser inmediatamente revestido de cerámica u otros recubrimientos. Contiene todos los componentes para una correcta impermeabilización y combina a la perfección con todos los acabados de los perfiles de drenaje KERDI-LINE-VARIO. Además, el lavabo de Schlüter es apto para su instalación entre tres paredes y esquinas de paredes y permite un montaje suspendido, que se puede ampliar opcionalmente con fijaciones de pared.

www.schlutersystems-soluciones.es



GAMMA El Mundo se pone de largo y renueva

El establecimiento, ubicado en Aspe (Alicante) presenta una transformación integral de su espacio de exposición, con una cuidada selección de producto y una imagen totalmente actualizada.



GAMMA continúa apostando por la mejora de los puntos de venta de sus almacenes asociados con la renovación integral de la tienda GAMMA El Mundo, **un proyecto que forma parte del modelo de tienda de exposición 5.0 de GAMMA que ha permitido modernizar y optimizar** por completo el espacio expositivo, mejorando tanto la experiencia de compra como la funcionalidad de las instalaciones.

El proyecto de renovación ha supuesto una transformación profunda de la exposición, actuando tanto sobre la distribución y la funcionalidad del espacio como sobre su imagen y equipamiento. **Entre las mejoras realizadas destacan la creación de un nuevo acceso directo desde la zona de aparcamiento, la renovación integral de la exposición y del pavimento,** la actualización de las instalaciones de climatización, electricidad e iluminación, así como la modernización de la fachada y la cartelería exterior.

La intervención también ha permitido optimizar la presentación del producto, reorganizando diferentes áreas expositivas e incorporando una amplia selección de **novedades, especialmente de Baho, la marca en exclusiva**

de los asociados GAMMA. Además, la tienda prevé incorporar próximamente una nueva zona técnica dedicada a la cerámica, reforzando su propuesta de valor para los profesionales del sector.

Gracias a esta actuación, **GAMMA El Mundo dispone ahora de un espacio más amplio, ordenado y funcional,** concebido para mejorar la experiencia de compra y facilitar la inspiración de clientes y profesionales en sus proyectos de reforma y construcción.

▲ Diferentes detalles de la nueva exposición de GAMMA El Mundo.



totalmente su exposición con el modelo 5.0



◀ Foto de familia con los equipos de GAMMA El Mundo y GAMMA Central.

▼ Aspecto de la jornada inaugural que reunió a familiares, amigos y profesionales del sector.

Una inauguración marcada por la ilusión y el orgullo compartido

La inauguración de la nueva exposición fue una jornada muy especial que reunió a familiares, amigos y profesionales del sector en un ambiente cercano, distendido y lleno de complicidad. El evento **contó también con la presencia de personal de GAMMA Central**, que quiso acompañar al asociado en un momento tan significativo.

Los asistentes pudieron descubrir de primera mano el resultado de la renovación, una tienda que destaca por su amplitud, orden y elegancia, con **una imagen moderna y coherente que refleja la esencia del proyecto**. Cada detalle ha sido cuidadosamente trabajado para crear un entorno inspirador y funcional, pensado tanto para el cliente particular como para el profesional.

Durante la celebración, los invitados disfrutaron de un catering que favoreció el intercambio de impresiones y la conversación entre profesionales de la construcción, colaboradores, amigos y familiares, convirtiendo el encuentro en una excelente oportunidad para compartir experiencias y celebrar esta nueva etapa.

La inauguración de **GAMMA El Mundo se convirtió así en una muestra del esfuerzo conjunto, la implicación y el trabajo** en equipo que han hecho posible este proyecto, dejando un recuerdo muy especial entre todos los asistentes y marcando el inicio de una nueva etapa para el establecimiento.



BigMat La Plataforma Odoricio celebra con éxito la cuarta edición de su feria de Proveedores

El pasado mes de mayo, **BigMat La Plataforma Odoricio** celebró por cuarto año consecutivo la espectacular **Feria de Proveedores**, que ya se ha convertido en todo un evento de referencia en la ciudad de Soria.

En esta edición tampoco faltaron las presentaciones de las últimas novedades de cada fabricante, **las demostraciones de producto y las ofertas especiales preparadas exclusivamente para esta cuarta edición**. Además, durante el transcurso del evento se realizaron sorteos de productos y regalos para todos los asistentes. También hubo un servicio de barbacoa, así como un speaker y música para amenizar el evento que se extendió a lo largo de la jornada. La repercusión del evento volvió a trascender el ámbito comercial, contando con **presencia en distintos medios de comunicación de Soria y Castilla y León**, incluyendo televisión, radio y medios digitales.

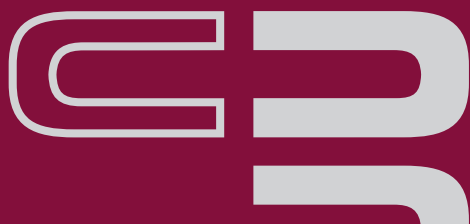
BigMat La Plataforma Odoricio cuenta con 12.000 m² de superficie total disponible, con una zona de venta de producto de 4.000 m² y una oferta de alrededor de 40.000 referencias. El distribuidor cuenta también con otro punto de venta en Soria dedicado exclusivamente a exposición de cerámica y artículos para el baño, y hace un año adquirió otro punto de venta, también en Soria, para la venta de materiales de construcción. Además, dispone de otro almacén de materiales en la localidad de Calatayud (Zaragoza) inaugurado en el año 2019.



▲ Roberto González, segunda generación al frente del negocio, atendiendo a los medios de Castilla León que acudieron a cubrir el evento.



▲ Vista general de la feria en las instalaciones de BigMat La Plataforma Odoricio en Soria y detalles de algunos de los momentos de esta edición.



SUPERBRICK

- Ladrillo perforado horizontal
- 11,5 cm de grosor (1/2 pie)
- Doble machihembrado
- Preparado para mortero cola

HOJA PRINCIPAL EN...

Fachadas ventiladas

Fachadas SATE

Paredes separadoras

Casetones de instalaciones



Sistema constructivo SUPERBRICK

Para fábricas autoportantes no estructurales y compuesto por piezas cerámicas machihembradas horizontalmente.

Indicado en distribuciones interiores y cerramientos de fachadas (obra nueva y rehabilitación).

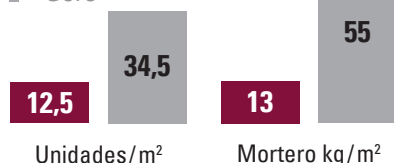
Mortero adhesivo SUPERBRICK

El sistema resuelve la unión entre piezas con un mortero adhesivo en base cemento.

AHORRO EN UNIDADES Y MORTERO

■ SUPERBRICK

■ Gero



Dimensiones (mm)	400 × 115 × 200	Resistencia (N/mm²)	8
Peso (kg)	9	Reacción al fuego	A1
ud./m²	12,5	Resistencia al fuego	EI-120 / EI-240 (*)
ud./palet	70	Aislamiento acústico (dBA)	43,4
m²/palet	5,6	Conductividad λ (W/mk)	0,29
Grosor muro (cm)	11,5	Resistencia térmica R (m²·K/W)	0,23

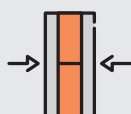
(*) DB SI Anejo F. Revoco 2 caras / Enyesado 2 caras

VENTAJAS de SUPERBRICK frente a la solución tradicional Gero

Ahorro en mano de obra, tiempo de grúa y medios auxiliares



Reducción del grosor de la fachada



Superficies con mayor planeidad



Mejor resistencia y conductividad térmicas



Elevadas prestaciones acústicas



Mayor sostenibilidad (etiqueta DAP)



LUIS ALBERTO GARCÍA-ESCUADERO

DIRECTOR COMERCIAL DE EDIFICACIÓN
DE SAINT-GOBAIN PLACO E ISOVER

“El distribuidor y el instalador son partners estratégicos para Placo[®], el eje sobre el que construimos nuestra oferta al mercado”

Soy **Ingeniero Civil por la Universidad Politécnica de Madrid**, una formación que me ha aportado una sólida base técnica y una visión estructurada de los procesos constructivos y de la gestión de proyectos. Complementé esta formación con un **MBA por la UNED**, que reforzó mi visión estratégica, mi capacidad de análisis y mi comprensión del funcionamiento de las organizaciones, especialmente en ámbitos como la gestión empresarial, la dirección de equipos y la toma de decisiones en contextos complejos. Además, cuento con un **Máster en Retail Management, Sales, Distribution and Marketing Operations por el Grupo IOE**.

Texto: Ramon Capdevila / Fotos: PLACO



¿Cómo nos presentaría a Saint-Gobain Placo?

Saint-Gobain Placo es un actor clave en el mercado, líder en el sector de la placa de yeso laminado y las soluciones en yeso para la construcción de tabiques, particiones, techos y fachadas. Placo® es sinónimo de **innovación**.

Tenemos una propuesta diferencial basada en soluciones y sistemas de **alto valor añadido**, capaces de satisfacer las más altas exigencias técnicas, estéticas y de sostenibilidad de los edificios. Con 6 instalaciones productivas en España, ofrecemos una amplia gama de soluciones completas para el acondicionamiento y construcción de edificios nuevos y en renovación. Estas soluciones contribuyen a optimizar la eficiencia energética de los edificios, minimizando el impacto medioambiental, integrando la economía circular como pilar de nuestra estrategia.

En Placo® formamos parte del Grupo Saint-Gobain, líder mundial en construcción ligera y sostenible que diseña, fabrica y distribuye materiales y servicios para los mercados residencial, no residencial y de infraestructuras. Con presencia en 80 países y más de 162.000 empleados, el Grupo obtuvo unos resultados de 46.500 millones de euros en ventas en 2025 y, además, está comprometido con el objetivo de cero emisiones netas de carbono para 2050.

¿Cómo definiría su posicionamiento actualmente en el mercado respecto a otros competidores?

En Placo® **somos el partner de referencia** de nuestros clientes distribuidores e instaladores. Para nosotros, **el distribuidor es un eje clave sobre el que desarrollamos nuestra estrategia**, por su papel fundamental en la llegada al mercado y en la generación de valor conjunto. Asimismo, buscamos **ser la marca de referencia para**

“Buscamos ser la marca de referencia para los instaladores del mercado, ofreciendo un servicio integral y soluciones completas desarrolladas de forma conjunta”

los instaladores del mercado, ofreciendo un servicio integral y soluciones completas desarrolladas de forma conjunta, que nos permitan dar una mejor respuesta a sus necesidades reales.

Placo® cuenta con una amplia cartera de soluciones de placa de yeso laminado, soluciones en yeso y perfilería que proporcionan **protección contra el fuego, aislamiento acústico, resistencia mecánica o resistencia a la humedad**, entre otros. Todas las soluciones han sido **ensayadas** y cuentan con DAP (Declaración Ambiental de Producto), marcado CE y la marca de calidad N de AENOR, adaptándose así a las exigencias del Código Técnico de la Edificación.

Nuestra apuesta por los **sistemas constructivos completos** es clara: las placas de yeso laminado, al combinarse con soluciones de lana mineral como aislamiento de Saint-Gobain Isover, dan como resultado sistemas de tabiquería y sistemas de fachada completos, ensayados, con un excelente nivel de prestaciones, garantizando un elevado rendimiento.

Con el objetivo de transformar la manera en que entendemos los edificios, desde Placo® apostamos por la **construcción ligera**, ofreciendo soluciones y sistemas con espesores y pesos reducidos, que mantienen excelentes prestaciones técnicas sin aumentar la carga del edificio. Nuestra apuesta por las soluciones ligeras permite optimizar la productividad en obra, reduciendo los errores de ejecución y simplificando los montajes. Asimismo, la **sostenibilidad** es

un pilar fundamental para Placo®. La placa de yeso laminado forma parte de los pocos materiales de construcción que se pueden reciclar en su fase de instalación en obra. Esta ventaja debe explotarse al máximo para salvaguardar las reservas naturales de las canteras de yeso de donde se extrae y minimizar la generación de residuos, reincorporándolos a la cadena de producción con el objetivo de fabricar más placa de yeso laminado u otros productos con mayor contenido en reciclados. Por ello, en 2017 lanzó su **servicio de reciclaje Placo® Recicla**, siendo pionero en España. Además, también fabricamos placas de yeso laminado que incorporan contenido reciclado, como **Placo® Planet futuRE**, transformando los residuos en recursos. Asimismo, somos el partner de referencia de arquitectos e ingenierías en materia de sostenibilidad, acompañándolos en el cumplimiento normativo y en todo el proceso de reciclaje, a través de apoyo técnico y certificaciones que avalan nuestras soluciones.

Alguna innovación o novedad de producto en el horizonte.

Nuestra conocida solución **Habito®** fue un hito clave en el mercado que marcó una nueva forma de concebir las placas de yeso laminado. Hoy, hemos ampliado nuestra **gama de placas robustas** para tabiquería interior, desarrollada para responder a los espacios con mayores exigencias de resistencia, durabilidad y uso intensivo. Nuestros clientes nos trasladaban que las necesidades de dureza de las placas variaban de un proyecto a otro, por eso, ponemos a su disposición diferentes soluciones



con diferentes niveles de robustez. Esta gama está compuesta por las placas **Habito®**, **Placo® Fénix y Placo® PPH**, tres soluciones que permiten diseñar sistemas de altas prestaciones mecánicas sin renunciar a la ligereza, la eficiencia constructiva y la calidad de acabado propias de la construcción en seco.

Para Placo® sigue siendo una prioridad diseñar soluciones cada vez más sostenibles. Placo® Planet fue la primera, una placa de yeso fabricada con contenido reciclado, y desde la marca seguimos apostando por ese camino. Ahora, esa placa forma parte del sistema completo de tabiquería **futuRE** de Saint-Gobain Isover y Placo®, el primer sistema completo para interiores **que reduce en un 20% su huella de carbono**, manteniendo las más altas prestaciones térmicas, acústicas, de robustez y de protección frente al fuego.

¿Cómo valora la situación actual de la reforma y la rehabilitación en España? ¿Queda todavía mucho por hacer?

La rehabilitación y reforma tienen un peso importante en la construcción en España. Es el principal motor de actividad del sector en el parque

edificatorio actual, donde nuestros sistemas de placa de yeso y aislamiento juegan un papel clave a la hora de garantizar el confort de los usuarios y mejorar la eficiencia energética de los edificios.

La rehabilitación energética de edificios ha cobrado una gran importancia tanto en el panorama nacional como en el internacional debido a múltiples factores, entre ellos, el cambio climático, el crecimiento exponencial de la población mundial y los recursos naturales limitados. En los países de la OCDE, la edificación es responsable de entre el 25% y el 40% del uso total de energía, cifra que pone de manifiesto la necesidad de hacer un uso racional de la misma en el sector constructivo.

Al hablar de rehabilitación, es cada vez más común encontrar usuarios que demandan que sus viviendas tengan un menor gasto energético. De hecho, según el Barómetro Saint-Gobain de los Hogares 2024, un estudio de mercado que recoge la opinión de la población española sobre su hogar, **el 73% de los encuestados en este estudio afirma haber reformado su vivienda** o tener intención de hacerlo próximamente, por lo que

la rehabilitación resulta clave en nuestro sector.

Prueba de ello es el desarrollo de nuestros **sistemas completos de fachada Placotherm®**, diseñados para dar respuesta a las necesidades actuales del mercado. Soluciones ligeras, rápidas de instalar y eficientes, que aportan altas prestaciones técnicas y constructivas, facilitando la ejecución de la fachada y garantizando un mejor rendimiento global del edificio. La normativa va impulsando la importancia de hacer una rehabilitación en la que se consideren cuidadosamente aspectos como el acondicionamiento térmico, el acondicionamiento acústico y la protección pasiva contra incendios, entre otros.

¿Tenemos suficiente conciencia de la importancia de la sostenibilidad y respeto ambiental al abordar proyectos de reforma y rehabilitación?

En los últimos años la población ha adquirido un mayor nivel de conciencia sobre la sostenibilidad y la eficiencia energética a la hora de acometer una reforma en su

vivienda, si bien es cierto que aún queda mucho camino por recorrer. Según el Barómetro Saint-Gobain de los Hogares 2024 de Saint-Gobain, **hay tres motivos principales que llevan a una persona a acometer una reforma en su vivienda: la mejora estética, la búsqueda de un mayor confort y la eficiencia energética.**

Como fabricante experto en sistemas de placa de yeso laminado y aislamiento y en agente activo implicado la construcción sostenible, somos conscientes de la importancia de ofrecer al mercado soluciones que contribuyan a reducir la demanda energética de los edificios. Es importante tener en cuenta que **son los sistemas completos los que garantizan las mejores prestaciones**, siempre avaladas por ensayos técnicos que certifican su idoneidad para optimizar el nivel de confort y seguridad.

¿Cree que hace falta un poco de pedagogía ante el cliente final sobre la importancia de un buen aislamiento térmico y acústico? ¿Cómo lo trabaja Saint-Gobain Placo?

Aunque la sensibilidad hacia la sostenibilidad y el confort ha crecido en los últimos años, muchos usuarios finales aún no comprenden plenamente el impacto que un buen aislamiento —tanto térmico como acústico— tiene en su bienestar diario, en la eficiencia energética de su hogar y en el valor a largo plazo de su vivienda. El aislamiento suele quedar “oculto” tras los acabados, y eso hace que se perciba como un elemento secundario, cuando en realidad es uno de los que más influye en la calidad del espacio interior.

Placo® apuesta por una **comunicación accesible**, que traduzca conceptos como aislamiento térmico y acústico, transmitancia térmica o eficiencia energética a un lenguaje cercano

“Nuestros sistemas completos de fachada Placotherm® están diseñados para dar respuesta a las necesidades actuales del mercado”

para el usuario final. El objetivo es que cualquier persona pueda entender por qué el aislamiento debe estar en el centro de cualquier reforma para incrementar el nivel de confort de los espacios. Asimismo, llevamos a cabo acciones de formación para profesionales con la **Academia Saint-Gobain**, una iniciativa para formar, sensibilizar y concienciar a los profesionales que construyen edificios: arquitectos, instaladores y distribuidores. También seguimos manteniendo una estrecha colaboración con los programas de educación de FP Dual, formando a los futuros profesionales instaladores.

¿Cuál tiene que ser el papel de la distribución en este nuevo contexto de futuro? ¿Cree que está suficientemente preparada a nivel de conocimiento de producto?

El **distribuidor es un partner estratégico para Placo®**, el eje sobre el que construimos nuestra oferta al mercado y el amplificador de nuestra marca en el día a día del sector. Por ello, resulta indispensable trabajar de forma conjunta, basándonos en una relación de confianza, cercanía y **escucha activa constante**, alineada con nuestras promesas de marca: cercanía con el cliente, innovación, rendimiento y sostenibilidad. En un contexto donde la distribución está inmersa en un proceso de transformación, cada vez más unificado para conseguir un alcance nacional, **adaptamos nuestra estructura y nuestra forma de trabajar para seguir siendo**

un socio sólido y fiable en esta transición, sin perder de vista las necesidades del distribuidor local. Lo hacemos apoyándoles con **formación continua** en sistemas, normativa, nuevo CTE y ensayos, manteniéndolos siempre al día de la evolución del sector. Asimismo, les facilitamos nuevas herramientas que les permitan trabajar de forma más eficiente y sencilla, ayudándoles a desarrollar sus negocios y a hacer crecer sus equipos. Acompañamos a nuestros distribuidores Placo® e Isover en todas las etapas, ofreciendo formación técnica en directo y un soporte continuo por parte de nuestros especialistas. Estamos presentes a lo largo de todo el proceso en el canal, apoyando tanto a instaladores como al desarrollo y cierre de obras. Somos el referente técnico y estratégico cuando el distribuidor lo requiere.

Alguna consideración final para compartir con todos los profesionales del sector...

Como director comercial del área de Edificación, mi principal objetivo es consolidar y potenciar el trabajo de los equipos comerciales de Isover y Placo® junto a nuestros distribuidores y empresas instaladoras, anticipándonos de forma proactiva a las necesidades del mercado de PYL y aislamiento. Estamos detrás de las marcas que marcan el camino, pero lo que realmente nos distingue es nuestra capacidad de acompañar a los clientes, anticipar los retos del sector y construir, juntos, el futuro de la edificación.



grupopuma

PEGOLAND PROFESIONAL MAX S1



CUIDA TU SALUD Y DEL MEDIO AMBIENTE



Máximo rendimiento
(60% más que adhesivo convencional).



Menos kg
para mismos m².



Materias primas
recicladas.



Menos impacto
en transporte.



Formato 15 kg,
más fácil de llevar.



Menos Huella
de Carbono.

Higinio Tabares: 60 años de historia, compromiso y crecimiento junto a Coarco y Grupo Ibricks

La empresa familiar, con más de 60 años de historia en Tenerife, ha sabido adaptarse a los cambios del mercado manteniendo la cercanía, el servicio y una fuerte vinculación con el territorio, reforzando hoy su competitividad gracias al respaldo de Coarco y Grupo Ibricks.



◀ Punto de venta de Higinio Tabares en la localidad tinerfeña de Adeje.

Hablar de Higinio Tabares e Hijos es hablar de una empresa que ha crecido junto a la propia transformación de Tenerife. Lo que comenzó en 1962 como un pequeño negocio ligado a la agricultura se ha convertido en una compañía referente en Tenerife manteniendo intactos valores como la cercanía, el esfuerzo y el compromiso con sus clientes. **Más de 60 años después, la empresa continúa siendo un proyecto familiar** que ya prepara el relevo generacional, manteniendo viva la forma de entender el negocio que la ha acompañado desde sus orígenes.

Tres generaciones unidas por una misma forma de entender el negocio

El relevo generacional ha sido una constante dentro de Higinio Tabares. La segunda generación asumió la responsabilidad de continuar el proyecto **familiar y hoy la tercera generación ya forma parte activa de la empresa,**

garantizando la continuidad de un negocio construido durante más de seis décadas. Más allá de la propia familia, la compañía ha conseguido generar un fuerte sentimiento de pertenencia entre sus trabajadores, reflejando la estabilidad y el compromiso que siempre la han caracterizado.

Canarias: una forma diferente de entender el servicio

Trabajar en un territorio insular obliga a desarrollar una visión distinta del negocio. La planificación, la gestión del stock y la capacidad de anticiparse adquieren una relevancia todavía mayor que en otros mercados. **“En Canarias, si no lo tienes, no lo vendes”, resume Nelso Tabares, reflejando una realidad que ha llevado a la empresa a desarrollar una operativa muy orientada a la previsión y a la rapidez de respuesta.** A ello se suma una forma de entender el negocio donde el asesoramiento y el

trato personalizado siguen siendo una de sus principales ventajas competitivas. En un entorno donde las grandes superficies tienen cada vez más presencia, **Higinio Tabares continúa apostando por ofrecer un servicio próximo y adaptado a las necesidades de cada cliente:** “Cuando competimos con las grandes superficies, la diferencia está en el servicio, la cercanía y el trato personal”, explica Nelso Tabares.

Más de 15 años creciendo junto a Coarco

La colaboración y el trabajo conjunto también forman parte de la historia reciente de Higinio Tabares. **La empresa se incorporó a Coarco (Cooperativa de Ferreterías de Canarias) en enero de 2010**, iniciando una etapa marcada por el crecimiento empresarial y el compromiso con el modelo cooperativo. Durante estos más de quince años, la compañía ha reforzado su presencia en el sur de Tenerife con **seis puntos de venta ubicados en Chío, Adeje, Guía de Isora y Llanos de Aridane - La Palma**, consolidando un servicio cercano y profesional. Esta evolución también les ha permitido ampliar su capacidad operativa, realizando envíos de material al resto de islas y dando respuesta a las necesidades de clientes en todo el archipiélago.

Su implicación dentro del proyecto cooperativo ha sido constante, contribuyendo a fortalecer la organización a través de la confianza, la participación y la apuesta por el trabajo conjunto. Una trayectoria que demuestra cómo la colaboración entre empresas independientes impulsa la competitividad y el desarrollo del tejido empresarial canario.

Grupo Ibricks: nuevas oportunidades sin perder la identidad

La alianza estratégica entre Coarco y Grupo Ibricks ha permitido a Higinio Tabares acceder a una estructura mucho más amplia de servicios y herramientas, reforzando distintas áreas del negocio sin renunciar a la identidad y a la forma de trabajar que han definido a la empresa durante toda su trayectoria. Actualmente, **la compañía ya se apoya en servicios impulsados por la central** como la gestión de redes sociales, el desarrollo web y otras herramientas orientadas a mejorar su visibilidad y competitividad en un entorno cada vez más exigente.

Pero, más allá de los servicios, uno de **los aspectos que más valoran es la transparencia con la que se construye la relación con el asociado**. Un modelo donde el almacén conoce qué obtiene, cuándo lo obtiene y puede planificar con mayor seguridad su negocio.



▲ Carlos Calvillo, responsable de zona Canarias de Grupo Ibricks, con Nelso Tabares, gerente de Higinio Tabares.

“Desde el primer momento hemos visto que Grupo Ibricks ofrece una rentabilidad real y un modelo transparente, donde el asociado sabe qué obtiene y cuándo lo va a recibir”, destaca Nelso Tabares. Una forma de trabajar basada en la transparencia, la previsibilidad y la confianza, tres pilares que se han convertido en algunos de los principales valores diferenciales de la central y que permiten a los asociados desarrollar su negocio con mayor seguridad y una visión a largo plazo.

Todo ello responde a una forma muy concreta de entender el crecimiento empresarial: poner al asociado en el centro de cada decisión y acompañarlo con herramientas, servicios y soluciones que le permitan seguir siendo competitivo sin perder su identidad. Después de más de 60 años de historia, Higinio Tabares continúa mirando al futuro con la misma mentalidad que ha definido toda su trayectoria: adaptarse, mejorar y seguir avanzando.



▲ Detalles de la zona de ferretería.

Construyamos juntos un futuro **SOSTENIBLE**



VIVIR CON CERO IMPACTO EN EL CAMBIO CLIMÁTICO

Hay una novedad para aquellos que quieren vivir con impacto cero sin sacrificar el rendimiento: un adhesivo, **Keraflex Extra S1**, y una lechada para juntas, **Ultracolor Plus**, con efecto nulo en el cambio climático. Para una instalación de alta calidad y sostenible de baldosas cerámicas. Desde hoy lo mejor para el medio ambiente es lo mejor para ti.

TODO **OK**
CON **MAPEI**

Conoce más en www.mapei.es



NUEVO

BATIDOR +
LIMPIADOR

2 EN 1

Mezcla homogénea

2025

INNOVACIÓN

MADE IN SPAIN



BATIDOR



LIMPIADOR

+ VER VÍDEO



REF: 08186

Creixell impulsa su crecimiento desde la cercanía, la especialización y el respaldo de Grupo Ibricks

La empresa dirigida por la segunda generación familiar, combina atención personalizada, especialización técnica y una clara orientación al canal profesional para seguir reforzando su posicionamiento en un mercado cada vez más exigente.



▲ La dimensión de la empresa se refleja en unas instalaciones que cuentan con 14.000 m² de patio, 2.000 m² de exposición, 2.000 m² de almacén y 500 m² de taller mecánico.

Creixell es una de las empresas de referencia dentro del sector de la construcción y la reforma en la comarca del Baix Empordà (Girona). Con origen familiar y una evolución constante desde 1970, la compañía ha construido un modelo sólido apoyado en la profesionalización, la cercanía al cliente y una propuesta integral pensada tanto para el profesional como para el particular.

Actualmente, **Pere Creixell, representante de la segunda generación familiar**, lidera la compañía desde hace más de 30 años, manteniendo los valores fundacionales e impulsando una evolución constante del negocio para adaptarse a las nuevas exigencias del mercado. Con la vista puesta en el futuro, la empresa ya prepara el relevo hacia una tercera generación.

Cercanía como ventaja competitiva

En un entorno donde cada vez pesa más la inmediatez, Creixell mantiene una forma de trabajar basada en la relación cercana y el trato directo. **Pere Creixell resume esa filosofía con claridad:** “Cada cliente y cada obra necesitan

una atención distinta. Lo importante es escuchar, entender lo que necesita y responder bien”.

Ese enfoque ha permitido a la empresa fidelizar durante años tanto al cliente profesional como al particular, construyendo una relación de confianza basada en la atención constante y el conocimiento del cliente.



▲ De izda.: a dcha.: Juan Palazón, director de compras de Grupo Ibricks; Pere Creixell, gerente y propietario de Creixell; y Eduard Márquez, área manager de Grupo Ibricks.



Segunda generación, misma esencia visión de futuro

Con Pere Creixell al frente desde hace más de 30 años, **la empresa ha reforzado su modernización, ampliando servicios y consolidando una propuesta cada vez más especializada sin perder la esencia familiar** que la caracteriza. Una evolución que mantiene las raíces del negocio y una forma de trabajar basada en la cercanía, el compromiso y la confianza construida durante décadas.

Esta trayectoria refleja la solidez de un proyecto familiar con vocación de continuidad, que ya mira hacia la incorporación de la tercera generación para seguir desarrollando el negocio con la misma visión y compromiso.



El valor estratégico de Grupo Ibricks

Como asociado de **Grupo Ibricks**, **Creixell encuentra un respaldo clave para seguir siendo competitivo sin renunciar a su identidad propia**. Más allá de la mejora en condiciones comerciales, la compañía valora especialmente el acompañamiento integral que ofrece la central, aportando herramientas, servicios y soluciones orientadas a mejorar la rentabilidad, la eficiencia y la capacidad competitiva del negocio. Un apoyo 360° que permite optimizar recursos y reforzar el posicionamiento del almacén manteniendo siempre su independencia y su forma de trabajar. *“Hoy la logística tiene un papel decisivo. Poder contar con una estructura como la de Ibricks nos ayuda a ser más rápidos, planificar mejor y ofrecer mejor servicio, especialmente en un contexto donde el sector exige cada vez más capacidad de adaptación, agilidad y eficiencia operativa”*, destaca Pere Creixell.

A ello se suma el acompañamiento y asesoramiento comercial profesional que Grupo Ibricks ofrece de forma cercana y constante, junto con acuerdos con proveedores líderes, herramientas digitales y soluciones adaptadas a la realidad diaria del almacén profesional.



▲ Detalles de la zona de la exposición.

Un referente preparado para seguir creciendo

Creixell representa a las empresas familiares que han sabido evolucionar sin perder su identidad. Su conocimiento del mercado y la especialización en cada proyecto explican una trayectoria sólida y reconocida en Cataluña. **Con el respaldo de Grupo Ibricks, la compañía afronta el futuro reforzando** aquello que mejor sabe hacer: acompañar al profesional, aportar valor en cada proyecto y seguir evolucionando desde la cercanía, la especialización y la confianza.

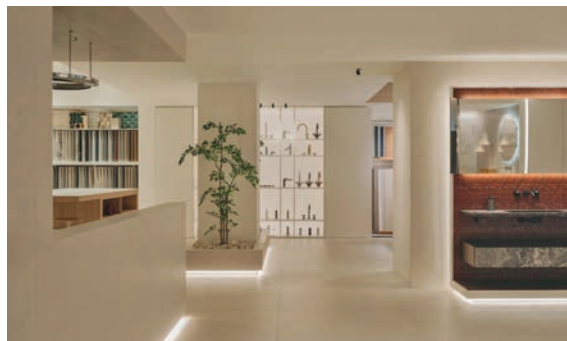
Jòdul abre en Barcelona

800 m² que convierten la elección de materiales en un acto de diseño.

La firma catalana debuta en Muntaner, 408 con un espacio de doble planta diseñado por Martí Nualart (Nualart Studio) que redefine la forma de seleccionar materiales y productos premium para arquitectura e interiorismo, presentados en ambientes reales, y que quiere convertirse en un punto de conexión e intercambio cultural para profesionales en Barcelona.

Uno de los principales retos del proyecto era **integrar una gran variedad de materiales y sistemas sin generar saturación visual**, creando al mismo tiempo **recorridos fluidos e intuitivos** que permitieran una lectura clara del espacio. Otro de los retos era equilibrar la funcionalidad comercial con una experiencia arquitectónica cuidada y coherente, teniendo en cuenta que el nuevo showroom debía acoger también **actividades de conexión, culturales y de formación** para profesionales del diseño.

La idea central del proyecto era crear un local en Barcelona donde el escaparate y la fachada se destinaran íntegramente a la parte más conceptual y espectacular: una **estantería de doble altura que funciona como metáfora** de la infinidad de posibilidades para el cliente.

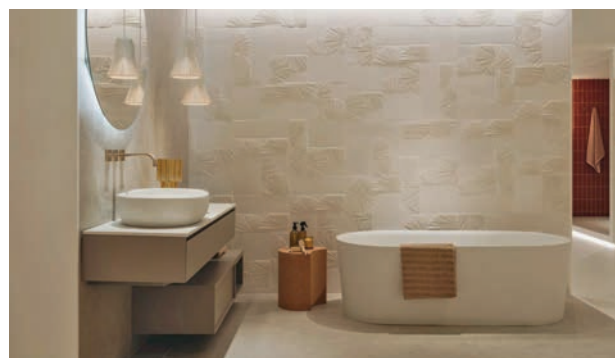


El espacio resultante transmite orden visual y **responde al objetivo de reflejar la evolución propia de Jòdul tres décadas después de su nacimiento**, destacando como lugar híbrido de exposición de producto y plataforma de conexión para profesionales que buscan asesoramiento técnico, formación, innovación e intercambio de conocimientos en eventos culturales -como su conocido ciclo de encuentros *Sobre taula*- y activaciones generadas desde Jòdul.

su nuevo showroom



Jòdul pertenece a GRUP MATDECO y cerró el 2025 con una facturación de 22 millones de euros, consolidando una trayectoria de crecimiento sostenido



Para entender completamente el nuevo espacio es imprescindible conocer la historia y evolución de la compañía, que **ha avanzado de la distribución hacia la prescripción, el diseño y la cultura de los espacios**. La empresa, 100% familiar, fue fundada en 1992 en Taradell (en el interior de Cataluña, a 1 hora de Barcelona), por **Josep Cabanas y Dolors Barfull**. De hecho, el nombre 'Jòdul', es fruto de la contracción de sus nombres de pila: Josep y Dolors, /dulors/ en catalán.

Este nuevo espacio inaugurado en Barcelona se complementa a la perfección con el showroom **que Jòdul inauguró en el año 2023 en las instalaciones de su sede central en la localidad barcelonesa de Taradell** y que la convirtió en el punto de referencia indiscutible para el sector de la construcción, la arquitectura y el interiorismo.



Se trata de un showroom de 1.500 m² renovado también por el estudio Nualart en colaboración con el propio equipo de Jòdul. El resultado son dos espacios inspiradores donde se pueden encontrar las últimas tendencias y con el que Jòdul reafirma su compromiso con la calidad y la excelencia en el sector. En la actualidad, Jòdul es una **empresa referente en el nicho de los materiales premium** y su papel como primer filtro de calidad de los mejores arquitectos e interioristas está consolidado.

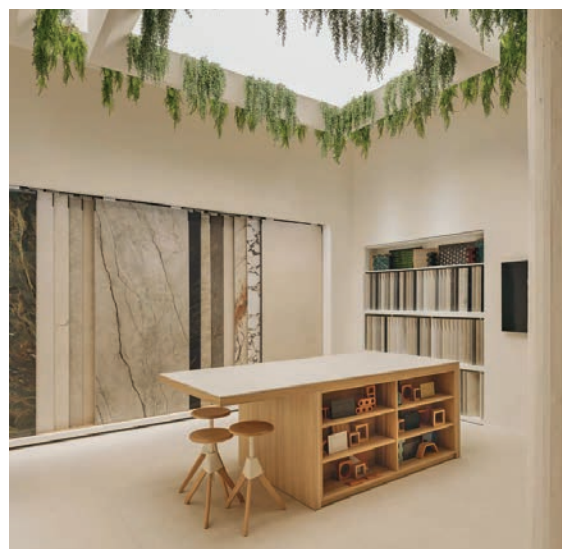
Jòdul puso por primera vez un pie en Barcelona en el año 2016 con su primer *Jòdul Lab*, un espacio de 200 m² en la calle Numancia que se convirtió en uno de los primeros laboratorios



Uno de los retos clave que la familia Jòdul trasladó a Nualart Studio era crear espacios personales e íntimos sin perder nunca la dimensión global del local, ni la visión de conjunto

de materiales de la ciudad. Ahora, diez años después, en palabras de **Aman Cabanas**, responsable comercial y marketing de Jòdul y segunda generación de la empresa familiar: *«esta iniciativa refuerza nuestra voluntad de trascender el ámbito puramente comercial, posicionándonos como un agente activo en la difusión de la cultura del diseño y en la creación de comunidad profesional en torno a la arquitectura y los materiales»*.

La sostenibilidad es parte inherente de su modelo: apuestan por fabricantes europeos, producción de proximidad, materiales duraderos y marcas con certificaciones ambientales y procesos responsables. Paralelamente, im-



pulsan actividades culturales y divulgativas vinculadas a la arquitectura, el diseño y la cultura de los materiales, apoyando el talento local y colaborando con asociaciones para fortalecer el tejido cultural y social del territorio.

GALERÍA FOTOGRÁFICA JÒDUL



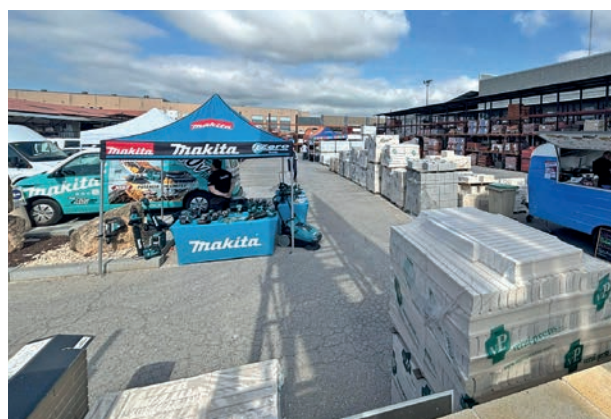
GAMMA Grup Tinalex organiza una Jornada Profesional para sus clientes



◀ Justo en el medio de la imagen, Marta y María Valldosera que ya representan la segunda generación de esta empresa familiar, y que ya se han incorporado a la dirección de la misma.

GAMMA Grup Tinalex organizó el pasado mes de mayo una Jornada Profesional para sus clientes en su punto de venta de Torredembarra (Tarragona). A la Jornada asistieron 9 proveedores que presentaron sus últimas novedades en un ambiente muy profesional y participativo: **Kerakoll; Velux; Schlüter Systems; Ceys; Attros; DeWalt; RUBI; Makita y Onduline.** La Jornada finalizó con un sorteo y con la entrega de diferentes premios de productos para la construcción. **Grupo Tinalex lo forman un conjunto de más de 40 personas distribuidas en 8 puntos de venta en la provincia de Tarragona y se han convertido en una de las marcas de referencia en la provincia de Tarragona.** La empresa tiene una historia de más de 30 años ayudando tanto a particulares como a profesionales en el desarrollo de cualquier proyecto de reforma y construcción

▼ Imágenes de los stands de los proveedores.





matdecó
GRUP

MUCHO MÁS QUE UN GRUPO DE COMPRAS

EN MATDECÓ TE ASEGURAMOS
LAS MEJORES CONDICIONES
CON LA MÁXIMA TRANSPARENCIA
Y COMPROMISO.

**JUNTOS SOMOS
MÁS FUERTES**

Amargant

almacenes
femenías

MATERIALS
GISBERT

JODUL


Oliveras
MATERIALS PER A LA CONSTRUCCIÓ


SERVICIOS
PALAU

solomat
construcción e interiores y decoración

CONSTRUCENTER
SUMCO
BRICOMARKET

También es noticia...



PREDECAT - PREFABRICATS DECORATIUS CATALUNYA PREMIADA POR SUS 35 AÑOS DE HISTORIA

Hay empresas que no hacen ruido, pero que dejan huella. PREDECAT es una de ellas. Desde la localidad de Masquefa (Barcelona) esta empresa especializada en piedra artificial y hormigón arquitectónico llega este 2026 a los 35 años de actividad con una trayectoria construida a base de oficio, exigencia técnica y capacidad de adaptación.

Los 35 años de Predecát no son sólo una efeméride. Son el reflejo de una trayectoria empresarial construida con perseverancia, especialización y visión de futuro. Una empresa que ha hecho del hormigón un lenguaje propio y que sigue demostrando que, incluso en los materiales más sólidos, existe espacio para la creatividad y la precisión.

◀ Miguel Angel Aceitón, gerente y propietario de PREDECAT - PREFABRICATS DECORATIUS CATALUNYA, recogiendo el reconocimiento en los Premios UEA a la Trayectoria Empresarial.

VALENCIA ACOGERÁ EL ENCUENTRO TPA 360, SU EVENTO MÁS IMPORTANTE

La Central de Compras de distribución especialista, TPA celebrará los próximos 16 y 17 de septiembre su habitual punto de encuentro entre asociados y proveedores en un **nuevo formato denominado “Encuentro TPA 360”**, que sustituye a las tradicionales Jornadas de Compras y que nace con la vocación de convertirse en el principal punto de encuentro anual entre distribuidores especialistas, fabricantes y profesionales del sector. El evento tendrá lugar en La Ciutat de les Arts i les Ciències de Valencia, y en palabras del presidente de TPA; Antonio Moreno: **“Encuentro TPA 360 representa la evolución natural de nuestra central de compras. Queremos construir un espacio donde el negocio siga siendo protagonista, pero donde también tengan cabida la colaboración, el conocimiento y las relaciones que generan crecimiento a largo plazo. Nuestro objetivo es convertir este encuentro en una referencia anual para todo el distribuidor especialista.”**



▲ El Encuentro se organizará en el marco incomparable de La Ciutat de les Arts i les Ciències de Valencia

BIGMAT GARRO CELEBRA CON ÉXITO LA SEGUNDA EDICIÓN DE SU TORNEO DE PÁDEL MIXTO

BigMat Garro celebró el pasado 12 de junio la segunda edición de su Torneo de Pádel Mixto. El encuentro tuvo lugar en las instalaciones de Padel Barcelona, en El Prat de Llobregat, **y reunió a clientes, colaboradores y profesionales del sector** en una jornada marcada por el deporte, la convivencia y el networking. Desde BigMat Garro valoran muy positivamente el éxito de esta segunda edición y reafirman su voluntad de seguir promoviendo iniciativas que fomenten la proximidad, la colaboración y las relaciones entre los profesionales del sector.

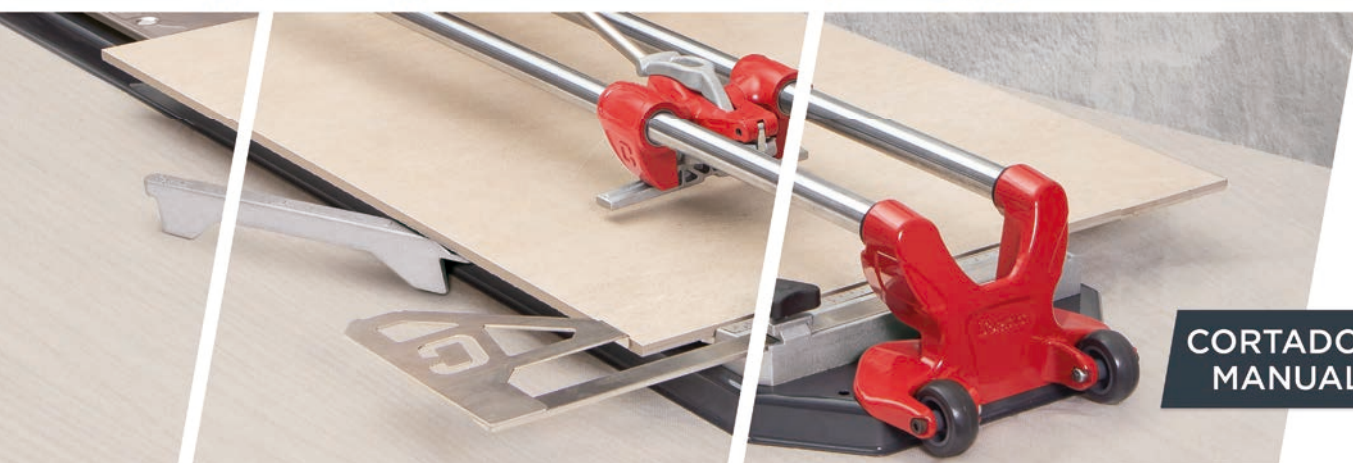


▲ Imágenes del Torneo de Padel celebrado en El Prat de Llobregat (Barcelona)

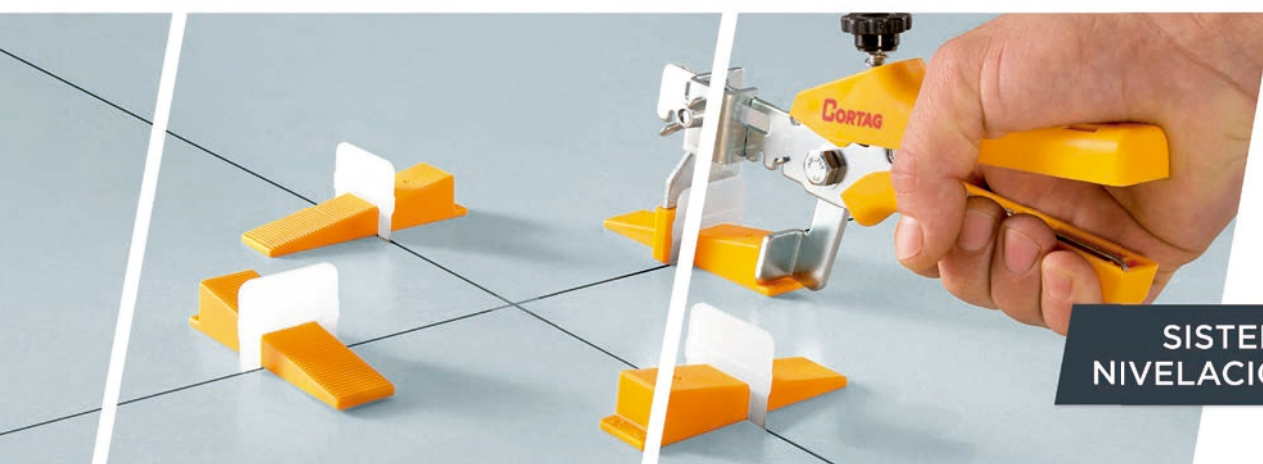
ESPECIALISTA EN HERRAMIENTAS Y ACCESORIOS PARA LA COLOCACIÓN DE REVESTIMIENTOS CERÁMICOS Y PORCELÁNICOS



CORTADORAS ELÉCTRICAS



CORTADORAS MANUALES



SISTEMA DE NIVELACIÓN SMART

Consulte nuestras líneas de productos en nuestro sitio web o en el QR CODE.
cortageurope@cortag.com



Síguenos en las redes sociales



CORTAG
REVOLUTION TOOLS

La pieza porcelánica FRONTEK da vida al nuevo Mercat de l'Abaceria con una cubierta ventilada de nueva generación

La rehabilitación del Mercat de l'Abaceria, uno de los espacios más emblemáticos de Barcelona, es un ejemplo de cómo la innovación en envolventes arquitectónicas puede transformar edificios existentes y adaptarlos a las exigencias actuales de sostenibilidad, eficiencia energética y durabilidad.



Tras unos meses de obras y una inversión cercana a los 486.000 euros, el mercado ha experimentado una renovación integral que ha permitido recuperar la funcionalidad y el atractivo de un edificio que, con el paso de los años, había perdido parte de sus prestaciones técnicas. El proyecto tenía como objetivo principal devolver la vida útil a este equipamiento público y convertirlo nuevamente en un punto de referencia para el barrio, mejorando al mismo tiempo su comportamiento energético y el confort de sus usuarios.

Cubierta ventilada y placas solares

La actuación más destacada se ha centrado en la cubierta, **donde el Grupo Greco Gres ha participado con uno de sus productos más**

destacados e innovadores de la firma, las piezas cerámicas Frontek, que se han instalado con un innovador sistema de cubierta ventilada realizado con piezas de porcelánico extruido alveolar de diferentes colores. Además de aportar una identidad visual singular al edificio, esta solución constructiva ofrece importantes ventajas técnicas. **Gracias a la cámara de aire generada por el sistema ventilado de Frontek**, se reduce significativamente la transferencia térmica entre el exterior y el interior, contribuyendo a mantener temperaturas más estables durante todo el año y disminuyendo la demanda energética del inmueble.

Otro de los elementos diferenciales del proyecto es la integración de pequeñas placas solares entre las piezas cerámicas Frontek de la cubierta. El sistema Lumers **permite incorporar**

▲ Impresionante el nuevo aspecto del Mercat de l'Abaceria después de su total renovación.

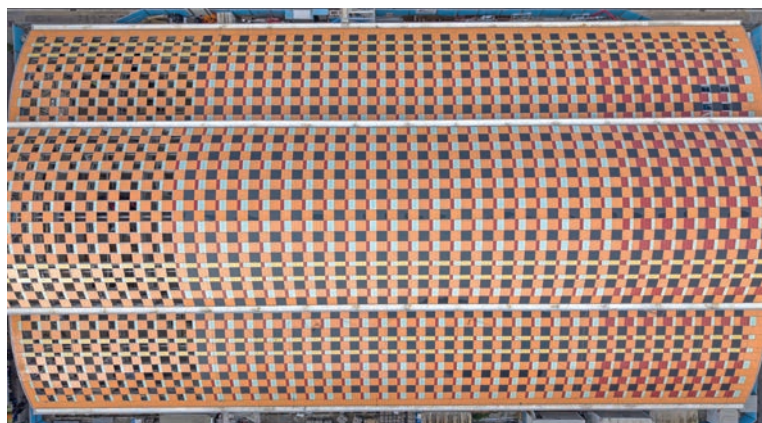


◀ Frontek (junto con paneles fotovoltaicos integrados) es el protagonista en la nueva y colorista cubierta del edificio, ubicado en el barrio de Gràcia de la Ciudad Condal.

paneles solares para la generación de energía renovable sin alterar la estética del conjunto, demostrando que la sostenibilidad puede integrarse de forma natural en la arquitectura contemporánea. En las imágenes se puede ver que estéticamente los paneles a penas se ven, quedando integrados a la perfección con el resto de piezas cerámicas de porcelánico Frontek que recubren la cubierta.

Para esta actuación, **los arquitectos responsables han confiado en el Grupo Greco Gres**, fabricante especializado en porcelánico extruido de altas prestaciones. y **en las soluciones de su cubierta ventilada, Frontek**. Además, la empresa ubicada en Toledo gracias a sus técnicas de producción, puede imitar todos los colores de la carta RAL, tomando como referencia el código seleccionado por los diseñadores. En este caso, han sido cuatro colores diferentes los que se han fabricado a medida para lograr el efecto deseado por los arquitectos.

Sus sistemas **destacan por su elevada resistencia frente a condiciones climatológicas adversas, su larga vida útil y sus reducidas necesidades de mantenimiento**, características especialmente valoradas en proyectos de rehabilitación y edificios de uso público. Además, la compañía ofrece una garantía superior a 20 años tanto para las piezas como para el sistema de instalación. Gracias a las características físicas de la pieza con los alveolos y las ranuras laterales, la colocación ha sido mucho más sencilla y rápida que con otro tipo de sistemas de instalación.



Esta mejora adquiere una relevancia especial en un espacio de uso intensivo como un mercado municipal, donde la apertura constante de puertas dificulta el control de la climatización interior. **Con la nueva cubierta, el edificio minimiza las ganancias térmicas procedentes del exterior**, permitiendo que los sistemas de climatización concentren sus esfuerzos en compensar únicamente las pérdidas derivadas del uso diario de las instalaciones.

La renovación del Mercat de l'Abaceria **confirma el papel que desempeñan las soluciones cerámicas ventiladas como Frontek en la construcción actual**, aportando eficiencia, sostenibilidad y valor arquitectónico. Un proyecto que demuestra cómo la rehabilitación puede combinar diseño, innovación y rendimiento para crear edificios más confortables, eficientes y preparados para afrontar los retos del futuro.

▲ Imagen de la cubierta y la colocación de las piezas.

RUBI celebra 75 años impulsando la innovación en el sector de la cerámica

La compañía, cuyo origen se remonta a la década de los años 50 con la invención de la primera cortadora manual del mundo por parte de los hermanos Boada, reafirma su compromiso con la innovación, la calidad de sus soluciones y la proximidad al profesional.

RUBI celebra este 2026 su 75 aniversario, un hito que pone en valor una trayectoria marcada por la innovación, la cercanía con los profesionales y el compromiso de desarrollar soluciones que contribuyan a la evolución del sector de la construcción. Su origen **se remonta a 1951, con la invención de la primera cortadora manual del mundo, bautizada como RUBI**. Esta herramienta fue creada por los hermanos Boada para dar respuesta a una necesidad real de los albañiles de la época, que cortaban el mosaico hidráulico rayándolo con un punzón y dando un golpe seco.

Aquella primera cortadora **RUBI supuso un antes y un después en la forma de trabajar de miles**

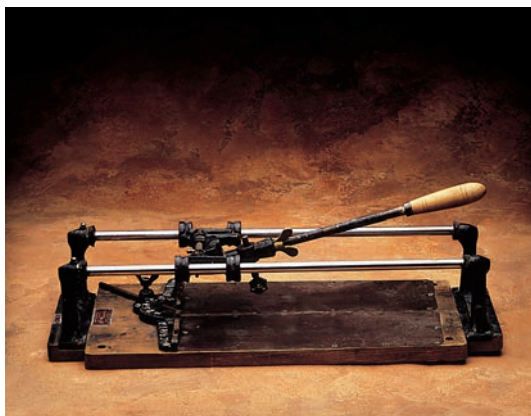
de profesionales, transformando para siempre el oficio y la manera de cortar el mosaico hidráulico. Este material, uno de los más representativos de la arquitectura modernista y del paisaje arquitectónico de Barcelona, está estrechamente ligado a una tradición artística y constructiva que figuras como Gaudí contribuyeron a convertir en icono. Décadas después, seguía planteando importantes retos en obra.

En ese contexto, RUBI supo aportar una solución innovadora que ayudó a los profesionales a trabajar con mayor precisión, impulsando así la evolución de las herramientas para la construcción.

Desde la invención de la primera cortadora a líderes del sector

Desde entonces, RUBI ha seguido creciendo junto a los profesionales, escuchando sus necesidades y desarrollando soluciones adaptadas a la evolución de los materiales, las tendencias constructivas y los retos en la obra. Setenta y cinco años después, la compañía se ha consolidado como referente internacional en herramientas y soluciones para el corte, la colocación y el mantenimiento de cerámica.

“Durante estos 75 años, RUBI ha construido su trayectoria sobre dos grandes pilares: la internacionalización y la innovación de producto. Hoy, en un entorno cada vez más cambiante, seguimos mirando al futuro con una visión más amplia, basada en la calidad, el servicio, la agilidad y la eficiencia, para continuar acompañando a nuestros mercados, clientes y usuarios. Este aniversario nos impulsa a seguir transformándonos junto al sector, manteniendo siempre al profesional en el centro de nuestra estrategia”, afirma Josep María Piera, director general de RUBI Group.



◀ Primera cortadora de RUBI lanzada al mercado en el año 1951.



▲ Guiada por su propósito Better Professionals. Better Places, RUBI mantiene la mirada puesta en el futuro y reafirma su compromiso de seguir impulsando la innovación en el sector, desarrollando soluciones que aporten valor al trabajo diario de los profesionales y contribuyan a crear mejores espacios.

RUBI GROUP

75
years

TRANSFORMANDO EL FUTURO JUNTOS

EN 1951 CREAMOS UNA SOLUCIÓN QUE CAMBIÓ
LA FORMA DE TRABAJAR DE MILES DE PROFESIONALES.
HOY SEGUIMOS MARCANDO EL CAMINO DEL SECTOR.



CALIBRIC ONE

BLOQUE CERÁMICO RECTIFICADO



- **Bloque cerámico rectificado.**

- **Colocación con junta fina.**
(Mortero cola calibric o aglutinante monocomponente califix).

- **Se utiliza en:**

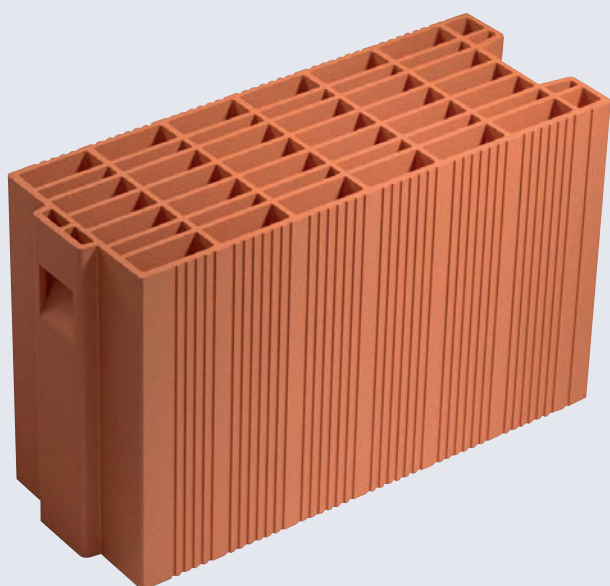
Muro de carga.

Acabado de fachadas

(ventiladas/SATE/revestimiento).

Paredes separadoras.

- **4,8 veces más aislante
que un ladrillo perforado:**
Apto para edificios de bajo consumo.
PASSIVHAUS



Invisible, pero mortal:

El radón es la segunda causa de **cáncer de pulmón** en España

Municipios con potencial radón superior a 300 Bq/m³

En los municipios señalados en naranja, la medición de radón en los centros de trabajo es **obligatoria**.

Si se superan los **300 Bq/m³**, deben tomarse medidas y volver a evaluar.

PROPAM® IMPE FLEX RADÓN es una de las medidas para hacer frente al radón.



Fuente: Mapa de zonificación por municipio de radón, CSN, 2026

PROPAM® IMPE FLEX RADÓN

Impermeabiliza y bloquea el radón en una sola aplicación

- Mortero impermeabilizante.
- Barrera contra el gas radón.





Para jugar con los grandes, mejor en equipo

- ▶ Los mejores proveedores
- ▶ Exclusivas condiciones de compras y servicios
- ▶ Productos Propios
- ▶ Respaldo de una gran marca

Únete a Divendi si quieres ser más competitivo, casi 150 empresas ya lo han hecho



C/ Uruguay, 13
Parque empresarial Magalia
Oficina A3
30820 — Alcantarilla (Murcia)

T. 868 948 784
M. 631 116 358

Info@divendi.es
www.divendi.es



divendi
central de compras



Ayudamos a los profesionales que lo necesitan.

(Aunque no lo reconozcan)



+Obra

Con casi 80 puntos de venta, aportamos soluciones para almacenistas y profesionales de la construcción. Con +Obra podrás utilizar la mejor plataforma logística del mercado, en la distribución de materiales de construcción.

Ayudanos a ayudarte.
info@masobra.es
916 586 453

confort en casa

🌡️ **Térmico**

🔊 **Acústico**



Tabiques



Trasdosados



Techos



Cubiertas



Fachadas

Aislamiento eficiente, seguro y accesible

La lana mineral Volcalis es un aislamiento sostenible y de alta calidad que, por sus propiedades, contribuye al confort y la eficiencia térmica y acústica en los edificios.

Es un producto ecológico, resistente al fuego, de fácil aplicación, libre de sustancias nocivas y que garantiza un ambiente interior saludable. Tener confort ahora es más fácil.



Volcalis tiene una clasificación **A+** en la calidad del aire interior, la mejor clasificación de calidad del aire interior, lo que significa emisiones muy bajas o nulas de sustancias en el aire interior.

Volcalis

volcalis.pt

Zona Industrial de Bustos · Aveiro · Portugal
T (+351) 234 751 533 · geral@volcalis.pt



URSA PUREFLOC



Lana mineral blanca
que se aplica por insuflado



Instalación
fácil y rápida



Natural y
suave al tacto



Inocuo y libre
de impurezas



Embalaje
optimizado



Sostenible
y reciclable



Gran eficiencia
energética

¡Haciendo
tu vida
más fácil!



DESIGNED TO **INSPIRE**
BUILT TO **LAST**

■ ■ ■
PORCELÁNICO
EXTRUSIONADO
ALVEOLAR
XXL hasta 100 x 300 cm

Frontek
VENTILATED FACADES



+34 925 50 00 54
contacto@grecogres.com

