



BdB Fabri, ejemplo de un modelo de negocio con una gestión estudiada

BdB Fabri es una empresa familiar fundada por Fabriciano Sancho en la localidad de Burgos en el año 1983. Hoy, este almacén ha sabido ganarse una imagen de garantía, calidad y servicio. Página 32

L'informatiu

www.almacenesconstruccion.com

AÑO 2023

JUNIO • Núm. 127

LA REVISTA DE LOS ALMACENES DE LA CONSTRUCCIÓN

Desnudamos a OBRAMAT, su historia y sus secretos

Página 10



ANDREAS FLEISCHHAUER

Director general de MAPEI SPAIN



“La distribución tiene que formarse porque cada vez será más necesario vender soluciones y no productos” Página 28

Víctor Manau elegido nuevo presidente de ANDIMAC

La Asociación renueva parcialmente su Junta Directiva y elige tres nuevos vicepresidentes. Página 38



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

CORTAG
REVOLUTION TOOLS

NUEVA GAMA PULSA

CLAVADORAS A GAS MULTIMATERIAL

NEVER STOP
BUILDING

AHORA
MÁS LIGERA
Y COMPACTA



PULSA 27E

PULSA IF

PULSA 40P+

PULSA 27P

PULSA 65



MÁS LIGERA Y COMPACTA

Ergonómico y más manejable en espacios más estrechos o posiciones complicadas



RÁPIDA Y AHORRO

Hasta 8 veces más rápido que el anclaje tradicional



ALTA AUTONOMÍA

Hasta 10.000 disparos por carga



SALUD Y SEGURIDAD

Todo son beneficios, trabaja casi sin polvo y menos vibraciones

Descarga la APP y compara



i-PULSA

Aplicación comparativa de costes de taladro VS clavadora





PAREDES y AISLAMIENTOS

CENTRO LOGISTICO y DISTRIBUCION PARA
ALMACENES

especialistas en placa pyl, aislamiento y
ceramica tabiqueria

PARA TENER ACTUALIZADA LA TARIFA CONSTANTEMENTE

La pueden bajar en nuestra web:

www.paredesyaislamientos.com

en el apartado descargar tarifa

contraseña: PAREDES

distribuidor Comunidad Valenciana:



Teléfonos y contactos: JESUS CLAVER 660 483 218

consultas : jclaver@paredesyaislamientos.com

facturación y contabilidad: info@paredesyaislamientos.com

Oficinas: 960 702 806 / 662 557 329 www.paredesyaislamientos.com

FIXCER Y TÚ, EL MEJOR EQUIPO

La constante innovación de Fixcer en adhesivos y productos químicos para la construcción nace de la estrecha colaboración con los fabricantes, profesionales e instaladores del sector de la cerámica.

Fixcer produce la más extensa gama de adhesivos para la colocación de cerámica, cementos de alta adherencia, látex y adhesivos.

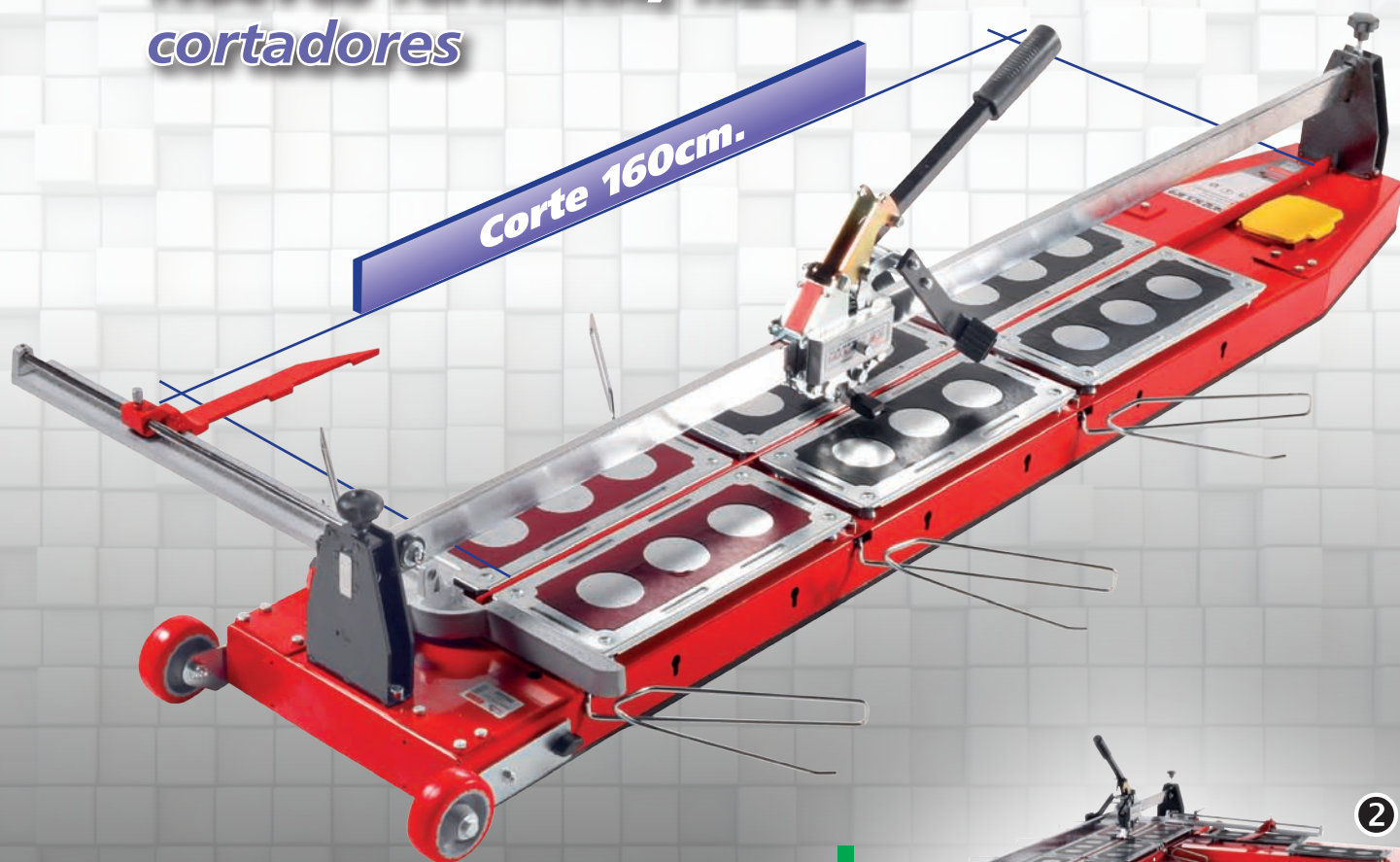

FIXCER
ADHESIVOS Y PRODUCTOS QUÍMICOS
PARA LA CONSTRUCCIÓN

Fixcer Products, S.A.
Ctra. de Sant Cugat, Km.3
08290 Cerdanyola del Vallès
Tel. 93 580 20 00
www.fixcer.com



MONSTER CUT

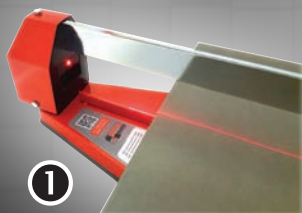
*Nuevos formatos, nuevos
cortadores*



MONSTER CUT

**Haz tu cortador más cómodo
y más completo:**

1. Laser trazador
2. Mesa lateral
3. Patas plegables



1

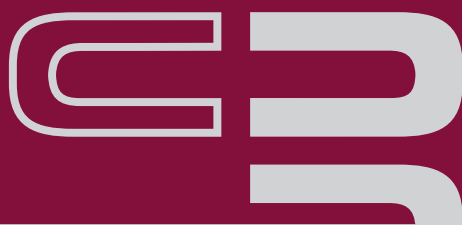


2

3

CONS
Tools

TOMECANIC
HISPANIA S.A.



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

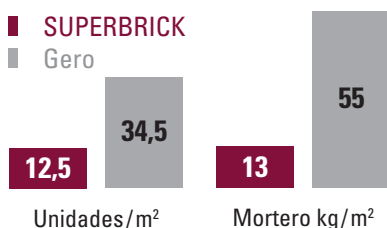
Para fábricas autoportantes no estructurales y compuesto por piezas cerámicas machihembradas horizontalmente.

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



Dimensiones (mm)	400 × 115 × 200	Resistencia (N/mm ²)	8
Peso (kg)	9	Reacción al fuego	A1
ud./m ²	12,5	Resistencia al fuego	EI-120 / EI-240 (*)
ud./palet	70	Aislamiento acústico (dBA)	43,4
m ² /palet	5,6	Conductividad λ (W/mk)	0,29
Grosor muro (cm)	11,5	Resistencia térmica R (m ² ·K/W)	0,23

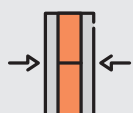
(*) DB SI Anejo F. Revoco 2 caras / Enyesado 2 caras

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)



bimobject

La plataforma líder mundial en contenido BIM

MURALIT

Solidez cerámica acabado PYL

silensis
Paredes de Ladrillo

Sistema constructivo de alto aislamiento acústico

dapcons

Declaración Ambiental de Producto. Etiqueta tipo III



La combinación PERFECTA



ADHESIVO
GEL

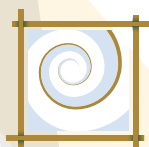


MULTI-
PRESTACIONES

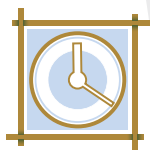


FIBRORREFORZADO

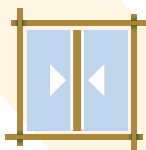
G100 + **G#color**
by GECOL



JUNTA
GEL



ULTRA-RÁPIDO
(3 horas)



HASTA 8mm



► Piscinas

► Climatización radiante

► Tráfico intenso

► Fachadas

► Piedra natural

► Gran formato

Todo es posible



www.gecol.com
info@gecol.com

@GECOLoficial





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

FELICIDADES A VICTOR MANAU



RAMÓN CAPDEVILA

Director de L'informatiu

Víctor Manau es el nuevo presidente de ANDIMAC. Así, Víctor se convierte en el cuarto presidente de la Asociación, después de las presidencias de Fidel Pila, Antonio Ballester y Jaume Rullán, que ha dejado el cargo por jubilación. También, la Asociación ha renovado parcialmente los miembros de su Junta Directiva, pero sí que ha cambiado totalmente a sus tres vicepresidentes, cobrando especial relevancia el sector de la fontanería.

Analizando la foto de los nuevos miembros de la Junta Directiva, la primera reflexión es la entrada de gente joven en la Asociación, evidentemente empezando por su presidente Víctor Manau. Es bueno que la Asociación afronte el cambio generacional de sus miembros, en la medida en que las empresas del sector ya empiezan también a gestionar este cambio.

Muchos son los retos a los que se enfrenta Víctor, y no son menores. Algunos medios ya han hablado de temas como la digitalización, la sostenibilidad y los Fondos Next Generation. Además, desde la Asociación se ha hecho un especial hincapié en la necesidad de defender y potenciar la figura de los asesores en rehabilitación energética del canal profesional, un perfil experto que ya funciona con éxito en Alemania.

No hay temas más importantes que otros. Pero el sector de la distribución de materiales de construcción pivota en torno a tres ejes importantes y que serán de vital importancia gestionarlos muy bien en el futuro: una excesiva atomización unida a una baja concentración; un tamaño de empresas pequeñas e incluso muy pequeñas; y una necesidad de formación. En este sentido, aplaudo las palabras del nuevo presidente cuando dice que “la experiencia del cliente empieza en la del empleado y, por ello, también centraré mi mandato en poner en valor la formación profesional, con el objetivo de tener cada vez más y mejores profesionales para el sector”.

Por su parte, la entrada de sectores como la fontanería, la electricidad y la climatización en la nueva Junta Directiva de ANDIMAC, sectores que tienen una distribución muchos menos atomizada y con un tamaño mayor de sus empresas, puede ayudar y mucho a la distribución de materiales de construcción. Todos los sectores, sin excepción, se enfrentan a las grandes cadenas verticales de distribución, pero no toda la distribución está posicionada y con una fortaleza igual para hacer frente de la misma manera a estas amenazas.

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. 127, Junio 2023 • Depósito legal: 29179-94

Desnudamos a OBRAMAT,

▼ Nuevo punto de venta de OBRAMAT en la localidad barcelonesa de Sabadell.



Bricomart es una empresa que comercializa materiales de la construcción en España desde el año 2005. Es una empresa del grupo francés Adeo, del que también forma parte Leroy Merlin y AKI. El grupo es líder del mercado de materiales de construcción y bricolaje en Francia, con una cuota de mercado del 44%. A su vez, el grupo Adeo pertenece al grupo familiar francés Mulliez que cuenta con 130 marcas, muchas de ellas ampliamente conocidas. En las afueras de muchas ciudades francesas es habitual encontrar grandes superficies con puntos de venta de marcas como Auchan, Decathlon, Bruce, Jules, Pimkie o Kiabi para ropa, Saint-Maclou para alfombras y moquetas, Leroy Merlin para bricolaje, Midas o Norauto para reparar o mantener su automóvil, Flunch para comer... y todas tienen en común una cosa: que pertenecen a la familia Mulliez.

Oriol Amat, Economista. Catedrático de economía financiera de la UPF
Pilar Lloret, economista y profesora colaboradora de la UOC

Los orígenes del grupo Mulliez se sitúan en Roubaix, un municipio francés situado en el departamento de Nord cerca de la frontera con Bélgica, a principios del siglo XX cuando Louis Mulliez fundó una pequeña empresa textil. Louis se casó con Marguerite Lestienne con quien tuvo 11 hijos y a todos les enseñó a **compartir, como bien dice su lema, un destino común: "Todos en todo"**. Actualmente, la familia cuenta con alrededor de mil miembros de los cuales aproximadamente 600 son accionistas que controlan el grupo a través de la Asociación Familiar Mulliez creada en 1955, y una cuarta parte de sus miembros trabajan en las diferentes empresas del grupo.

El patriarca, Louis, **se caracterizaba por el bajo perfil público y por su sobriedad**. En palabras de uno de sus descendientes, Gerard

Mulliez, fundador de Auchan: *"Conduzco un Mercedes viejo que tiene 11 años, una casa en Croix y una segunda casa en el sur. No tengo un yate o una colección de arte contemporáneo. Yo reinvierto todo. Porque para mí, disfrutar de la vida significa ser feliz en mi trabajo, con mi familia y con mis amigos"*.

Según Insider, la compañía estadounidense de medios digitales, la familia Mulliez era, en 2020, la treceava familia más rica del mundo con un patrimonio de 38.400 millones de dólares. Se trata de una familia discreta por lo que se refiere a los medios de comunicación, **lo cual es coherente con el lema que según el prestigioso periódico francés Le Monde tiene la familia: "El ruido no hace bien; y el bien no hace ruido"**. El grupo está presente en más de 30 países, factura más de 100.000 millones de euros al año y cuenta con más de 700.000 empleados.

su historia y sus secretos

El sector de materiales de construcción

El sector ha experimentado una evolución significativa en los últimos años. Durante la crisis financiera global de 2008-2013, el sector sufrió una disminución en la demanda y una reducción en los precios de los materiales, pero desde entonces ha ido recuperándose. En la actualidad, el sector está impulsado por un aumento en la construcción de viviendas y reformas, así como por una mayor demanda de materiales sostenibles y eficientes en términos energéticos. Además, la digitalización y la automatización están transformando la forma en que se producen y distribuyen los materiales, lo que está mejorando la eficiencia.

En general, se espera que el sector siga creciendo en los próximos años, impulsado por una economía en expansión y una mayor demanda de materiales de construcción de alta calidad y sostenibles. Sin embargo, es importante tener en cuenta que el sector también puede verse afectado por factores externos, como la incertidumbre económica o la fluctuación de los precios de los materiales.

Bricomart cambia a Obramat

A finales de 2022, Bricomart cambió la marca de referencia, pasando a denominarse Obramat. El cambio se hizo con el objetivo de que la marca refleje más claramente el segmento al que se dirige: materiales de obra para profesionales de la construcción y la reforma. La marca de Bricomart era más próxima al segmento del bricolaje y, de hecho, el grupo ya actúa en este mercado a través de Leroy Merlin. Obramat cuenta con 33 almacenes en España y 5.000 trabajadores.

Desde que la empresa empezó a operar en 2005 y, como se comprueba en la figura 1, la facturación y los beneficios no han parado de crecer, especialmente en los últimos años.

Entre sus ventajas competitivas se pueden destacar las siguientes:

- Forma parte de un grupo multinacional líder en Francia y varios países más.
- Presencia en las principales ciudades españolas con 33 tiendas.
- Amplia selección de productos (20.000 referencias) de materiales de construcción de alta calidad y durabilidad.
- Precio competitivo.
- Experiencia de compra agradable basada en el autoservicio.
- Accesibilidad con disponibilidad de aparcamiento.
- Al formar parte de un grupo familiar, no cotiza en bolsa. Por tanto, puede marcarse objetivos a largo plazo sin las urgencias del corto plazo. Gracias a ello, pudo soportar sin problemas las pérdidas de los ocho primeros años de existencia en España (ver figura 1).
- Siguiendo la filosofía del grupo, la empresa no tiene deudas bancarias. Se financia con fondos propios y con los proveedores.

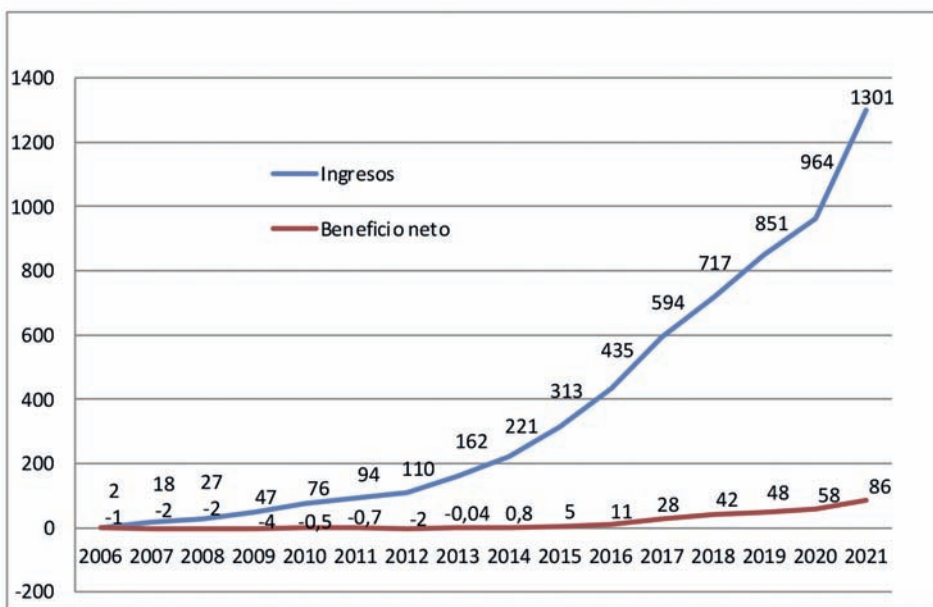


Figura 1.
Ingresos y beneficios de Bricomart, de 2006 hasta 2021 (datos en millones de euros).

Análisis económico financiero de Bricomart

La situación financiera de Bricomart es muy saneada desde el punto de vista de la dependencia de la financiación bancaria, como se comprueba en la figura 2, la empresa no tiene deuda financiera. Sin embargo, tiene una mayor dependencia de la financiación de proveedores y de otros acreedores comerciales. Al mismo tiempo, trabaja con un nivel menor de patrimonio neto, en relación a sus competidores. En el activo se comprueba también que su inversión en clientes es muy reducida (0,44% del activo), a diferencia de sus competidores (27,25% del activo).

Fuente: SABI.

Figura 2.
Balance de situación en porcentajes de Bricomart de 2021 y comparación con la media de los 25 mayores almacenes de materiales de construcción según el Ranking que cada año publica L'informatiu.

	Bricomart	Media de las 25 mayores empresas del sector
BALANCE DE SITUACIÓN (%)		
Activo no corriente	73,40%	27,79%
Activo corriente	26,60%	72,21%
Existencias	25,32%	24,73%
Realizable	0,44%	27,25%
Disponibile	0,84%	20,23%
Total activo	100,00%	100,00%
Patrimonio neto	30,93%	50,91%
Pasivo no corriente	0,02%	10,01%
Pasivo corriente	69,05%	39,08%
Acreedores comerciales	68,56%	21,22%
Deudas financieras a corto plazo	0,00%	9,08%
Otras deudas a corto plazo	0,49%	8,78%
Total patrimonio neto y pasivo	100,00%	100,00%

En la figura 3, se puede visualizar que Bricomart genera un beneficio sobre ingresos (6,67%) que es casi el doble que la media de las mayores empresas del sector (3,96%). Esto lo consigue a pesar de tener un mayor coste de materiales (posiblemente, por trabajar con márgenes más reducidos) ya que tiene menores gastos de personal y otros gastos de explotación. En la figura 4 se comprueba que tiene unos menores gastos de personal por empleado (32.100 euros/año), mayores ventas por empleado (326.940 euros/año) y mayor beneficio por empleado (21.820 euros/año).

Fuente: SABI.

Figura 3.
Cuenta de resultados en porcentajes de Bricomart de 2021 y comparación con la media de los 25 mayores almacenes de materiales de construcción.

CUENTA DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS (%)	Bricomart	Media de las 25 mayores empresas del sector
Ingresos de explotación (=)	100,00%	100,00%
Coste de materiales (-)	71,44%	69,38%
Margen bruto (=)	28,56%	30,62%
Otros gastos de explotación (-)	9,36%	10,90%
Gastos de personal (-)	10,12%	13,03%
Amortizaciones del inmovilizado (-)	0,66%	1,19%
Resultado extraordinario (+/-)	-0,09%	0,00%
BAlI Beneficio antes de intereses e impuestos (=)	8,33%	5,50%
Ingresos financieros (+)	0,13%	0,06%
Gastos financieros (-)	0,00%	0,42%
BAI Beneficio antes de impuestos (=)	8,46%	5,14%
Impuesto sobre beneficios (-)	1,79%	1,18%
Resultado del ejercicio (=)	6,67%	3,96%

En la figura 4 vemos que Bricomart trabaja con una mejor eficiencia de sus activos: los ratios de rotación son más elevados (por la mejor gestión del activo corriente) y los plazos de existencias y de cobro son más reducidos, especialmente este último al cobrar, prácticamente, al contado sus ventas. Todo ello, repercute en una rentabilidad financiera (38%) que triplica a las de sus competidores.

Fuente: SABI.

Figura 4.
Ratios de Bricomart de 2021 y comparación con la media de los 25 mayores almacenes de materiales de construcción

	Bricomart	Media de las 25 mayores empresas del sector
Liquidez y endeudamiento		
Liquidez (Activo corriente / Pasivo corriente)	0,39	1,85
Endeudamiento (Deudas totales / Activo)	0,69	0,49
Gestión de activos		
Rotación del activo (Ventas / Activo)	1,78	1,40
Rotación del activo no corriente (Ventas / Activo no corriente)	2,43	5,03
Rotación del activo corriente (Ventas / Activo corriente)	6,70	1,94
Rotación de existencias (Consumos / Existencias)	5,03	3,93
Plazos		
Días de existencias (Existencias / Consumos de explotación) x 365	72,58	92,96
Plazo de cobro (Clientes / Ventas x 365)	0,90	71,08
Rentabilidad y autofinanciación		
Rentabilidad económica (BAII / Activo)	0,15	0,08
Rentabilidad financiera (Beneficio neto / Patrimonio neto)	0,38	0,11
Operativos		
Ventas / Número de empleados (datos en miles de euros)	326,94	294,54
Beneficio neto / Número de empleados (datos en miles de euros)	21,82	11,65
Gastos de personal/ Número de empleados (datos en miles de euros)	33,10	38,38

En definitiva, Bricomart es una empresa que está experimentando un crecimiento exponencial en los últimos años y la fortaleza del grupo del que forma parte y el resto de sus ventajas competitivas la sitúan en una excelente posición de cara a los próximos años.

OBRAMAT invierte 20 millones de euros en el nuevo punto de venta de Sabadell

OBRAMAT abrió a finales del pasado mes de mayo las puertas de su **nuevo establecimiento en Sabadell** ubicado en la Calle de la Serra de Galliners, 24 que supone el punto de venta número 33 en España y el sexto en Catalunya.

Según Antonio Bullido, director general de OBRAMAT España, “OBRAMAT refuerza así su posición en la zona para satisfacer las necesidades del cliente, y para integrarse lo mejor posible en la economía local y contribuir al crecimiento del tejido industrial y empresarial de la región. La apertura de esta tienda viene a completar el plan de expansión de la compañía, con una fuerte expansión en Catalunya donde tiene **previstas dos aperturas más este año, en Vilanova i la Geltrú y L'Hospitalet de Llobregat**”.

OBRAMAT Sabadell dispone de una superficie de 8.700 m² entre la sala de ventas interior y el patio exterior, y ofrece al cliente más de 20.000 referencias estructuradas en sus grandes secciones.



▲ De izqda. a dcha.: María del Mar Molina, teniente de alcalde Ayuntamiento de Sabadell; Antonio Bullido, director general de OBRAMAT España; Marta Farrés, alcaldesa de Sabadell; Miguel Angel Oliveira, director de OBRAMAT Sabadell; Montserrat González, teniente de alcalde Ayuntamiento de Sabadell; y Jordi Riu, responsable de expansión de Oramat España.

La VIII edición de BdB Meeting incrementó un 70% las compras respecto a la edición pre-pandemia del 2019

Esta edición recuperó el formato de feria comercial y contó con más de 700 participantes

La Central de Compras y Servicios BdB ha hecho público el balance de los resultados de la VIII edición del BdB Meeting celebrado el pasado mes de abril en Valencia y, según los datos facilitados por la Central, las compras efectuadas por los socios durante el BdB Meeting se incrementaron un 70% respecto a la última edición pre-pandemia celebrada en el año 2019. Si bien las cifras obtenidas pueden haberse visto algo influenciadas por la

inflación del 2023, la VIII edición del BdB Meeting se celebró con ofertas donde los precios ya se encontraban en una tendencia a la normalidad.

De acuerdo con las encuestas realizadas a los asistentes, tanto los Asociados como los **proveedores han mostrado su satisfacción** con esta edición del BdB Meeting tanto por las ofertas exclusivas realizadas para los socios, como por el número de pedidos materializados durante el evento.

Planificación y creatividad

Desde la Central también apuntan que **el trabajo de todo el equipo ha sido clave en varios sentidos**. Por una parte, por la labor minuciosa de propuesta y definición de las promociones a realizar con los proveedores en el evento para que los Asociados pudieran comprar mejor con la negociación intrínseca que esto conlleva y, por otra, por toda la comunicación realizada previa al evento y centrada en la preparación de los Asociados para que éstos acudieran informados de las ofertas que más les convenían con el fin de ser más eficientes y aprovechar al máximo su tiempo.

Durante esta edición, la Central puso en marcha acciones creativas que incentivaron la participación y realización de pedidos durante el evento, como la entrega de premios para los Asociados con un mayor número de pedidos realizados.

Tal y como explica el **director general de BdB, José Durá** “en general estamos satisfechos del trabajo realizado y llevado a cabo en esta VIII edición del BdB Meeting, y en particular por las compras llevadas a cabo y por su planificación. También estamos muy satisfechos por el hecho de que los Asociados y proveedores lo hayan valorado también de forma muy positiva. El incremento en el número de pedidos se debe también al propio crecimiento en volumen de facturación y crecimiento de los Asociados, lo que evidentemente les permite incrementar sus compras”.

Por último, Durá añade que “se ha apreciado de forma significativa el trabajo de diseño y confección del espacio, pensado para favorecer el networking con un diseño amplio de los pasillos y con zonas de descanso y una decoración muy cuidada para favorecer desde el primer momento la calidad en la visita del Asociado”.



▲ Vista general de una de las zonas de la VIII edición del BdB Meeting celebrado el pasado mes de abril en Valencia.

TU ALIADO EN COMPETITIVIDAD

GANAR EN TUS COMPRAS

Con beneficio directo en tu cuenta de resultados.

GANAR CLIENTES Y VENTAS

Con herramientas a tu disposición para vender más.

GANAR EN APOYO EN LA GESTIÓN

Con prestaciones de una gran empresa.



*Tu tienda especialista
en construcción* —

APUESTA SEGURA

ÚNETE A GRUPO BdB, CENTRAL DE COMPRAS Y SERVICIOS

T. 96 160 98 12 · www.grupobdb.com

COFEMAX afianza la expansión de GAMMA en Canarias



▲ A la izquierda, Sergi Martínez, director de área de Gamma, con Alejo Hernández de GAMMA COFEMAX en una de sus instalaciones.

La expansión por las Islas canarias del grupo GAMMA sigue a buen ritmo y la reciente unión de COFEMAX afianza la expansión de la Central que cuenta en estos momentos **con 8 asociados y 13 puntos de venta en el archipiélago**.

La última incorporación al portfolio de asociados ha sido COFEMAX, un almacén de venta de materiales muy conocido en Fuerteventura.

Este almacén cuenta, además, con una zona de autoservicio y más de 10.000 m² de

instalaciones; se trata de una empresa familiar que tiene 3 puntos de venta distribuidos entre Tuineje y el Gran Tarajal donde disponen de más de 30.000 referencias de productos de materiales de construcción, ferretería, baño y cerámica, con más de 100.000 m² en stock.

Los socios de Canarias también han visto como ahora GAMMA ha mejorado su servicio de logística en el archipiélago consiguiendo así una mayor competitividad de sus almacenes asociados.

GAMMA amplía y adapta su servicio de logística a Canarias

Debido a la casuística que tiene el servicio de transporte a los almacenes de las Islas Canarias, la central ha hecho una apuesta clara para adaptar su servicio logístico en el archipiélago **para ofrecer una mayor competitividad en las islas**. Así, los asociados de GAMMA en las Islas Canarias han visto como la central ha realizado mejoras en su plataforma logística local que permiten reducir el impacto del transporte en sus negocios y mejorar así la competitividad de los asociados en las islas. Actualmente, **GAMMA dispone de 3 centros logísticos con más de 28.000 m²** que le permite ofrecer a todos los almacenes asociados la cantidad de 50.000 referencias.

De este modo, la central tiene la capacidad de poner al alcance de sus asociados un servicio de picking muy competitivo en baños, cerámicas, materiales de construcción y herramientas.

También, GAMMA ha decidido ir un paso más allá y ha introducido una mejora importante que consiste en agrupar un gran surtido de producto de las categorías de materiales de construcción, baños y cerámicas, y que permite juntar más productos en cada contenedor que se envíe a las Islas y conseguir así que la repercusión del transporte en el precio de cada producto sea inferior. De este modo, los asociados de las islas pueden pedir un surtido de producto variado en función de sus necesidades y que el precio del transporte se divida de tal manera que su pequeña repercusión mejore su competitividad.



▲ El grupaje de productos permite juntar más productos en cada contenedor que se envíe a las Islas y conseguir así que la repercusión del transporte en el precio de cada producto sea inferior.



PEGA

UN SALTO DE CALIDAD
CON PEGOLAND PROFESIONAL



✓ Más fácil. ✓ Más rápido. ✓ Más cómodo. ✓ Más sostenible.
BIENVENIDO A UNA NUEVA FORMA DE TRABAJAR.

Nuevo catálogo de Baho, la marca propia de GRUP GAMMA

El nuevo catálogo 2023/2024 de BAHO recoge las últimas novedades de la marca propia en un formato único y exclusivo en el mercado. De hecho, este catálogo ya está consolidado como un complemento perfecto dentro del amplio portfolio de herramientas de venta que GRUP GAMMA pone a disposición de sus asociados con toda la información e imágenes de producto necesarias. Además, lo hace con más baños únicos que nunca, con unas novedades que no dejan a nadie indiferente: como las series de muebles donde las formas toman protagonismo; sanitarios y lavabos con nuevos colores como protagonistas, y grifos con niveles máximos de personalización gracias a las posibles combinaciones en metalizados oro y rosa.

Una publicación única que recoge **todas las familias del baño**: desde muebles, platos de ducha, sanitarios hasta accesorios y espejos. De esta manera, **GRUP GAMMA aporta más facilidades a los vendedores de sus almacenes asociados**; más facilidad y rapidez en la búsqueda y localización de productos, una sola marca para todo el baño, toda la información técnica necesaria, imágenes, etc. En definitiva, una publicación 360 que permite la renovación completa del baño y que aporta ventajas tanto para el vendedor como para el cliente final.

► Nuevo catálogo de BAHO, con un diseño muy elegante y funcional.



“¿Preparados?” nuevo catálogo de Barbacoas y Hornos 2023

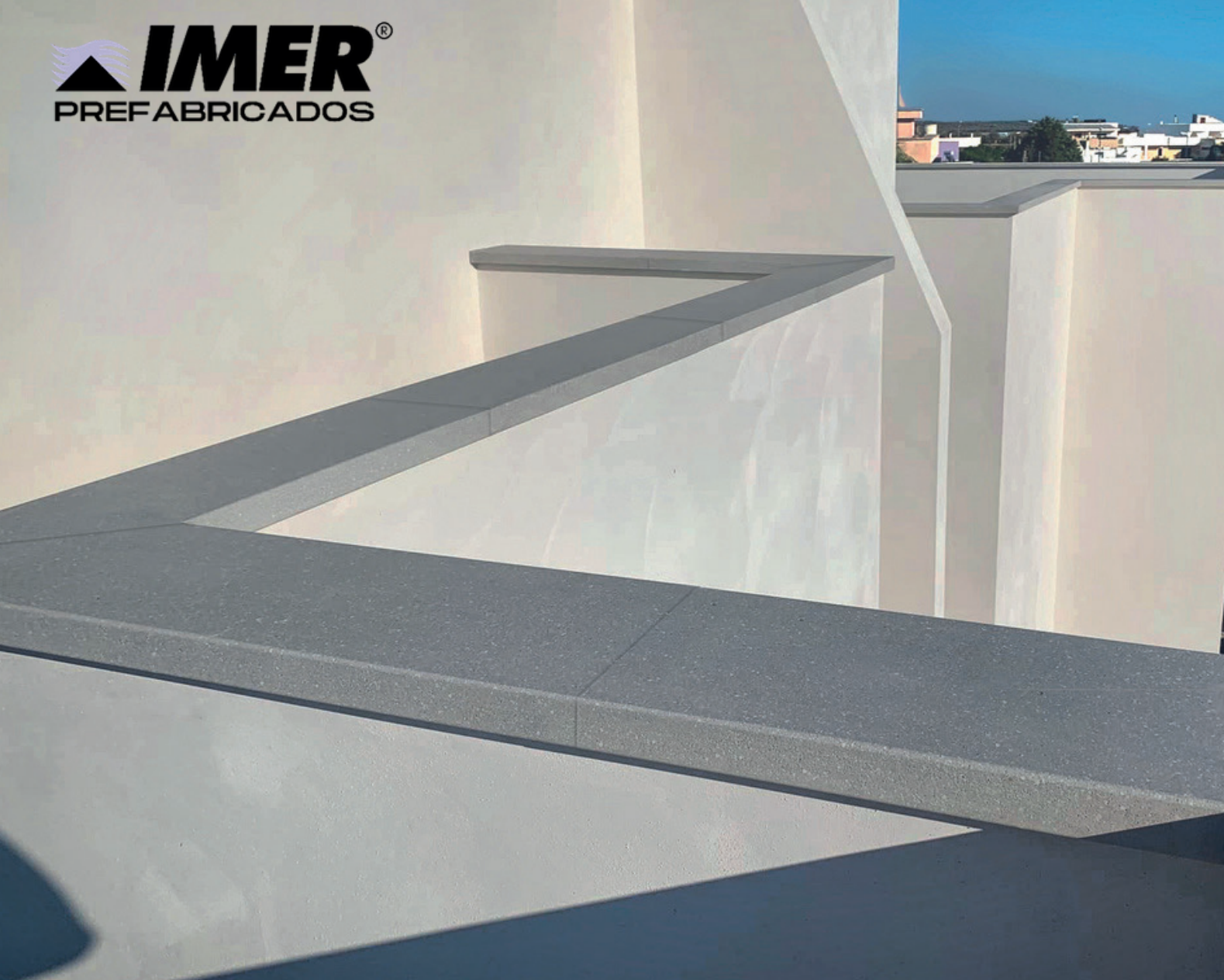
Un año más, la Central presenta la propuesta con el surtido más completo de barbacoas y complementos para el exterior del mercado. Y para ello, y debido al alto nivel de protagonismo que han adquirido en los últimos años, **GRUP GAMMA** lanza, por séptimo año consecutivo, su catálogo de Barbacoas y Hornos 2023 con la oferta más completa del mercado.

Bajo el lema “**¿Preparados?**”, GRUP GAMMA hace toda una declaración de intenciones con su nueva Campaña con un total de 100.000 unidades distribuidas entre todos los almacenes asociados, y no solo se compone de un catálogo de productos exclusivos y primeras marcas, sino que viene **acompañada de elementos publicitarios de soporte en el punto de venta**. En ella, se pueden encontrar barbacoas y hornos de materiales muy diversos, así como formatos y características que se adaptan por completo a las necesidades del cliente. Un catálogo que funciona como una gran herramienta de soporte a la venta, ya que muestra toda la información técnica del producto de forma detallada en tan solo un documento. De esta forma, favorece la labor del vendedor y contribuye a la elección del producto por parte del cliente final.

Además, GRUP GAMMA no solo pone a disposición el producto en sí, sino también **los complementos necesarios**. Esta campaña también incluye diferentes tipos de césped para hacer más agradable el espacio y, para complementarlo, también se ofrecen diferentes tipos de elementos de ocultación ya sea en cañizo, mimbre, seto natural o mallas para disfrutar en el exterior con la privacidad e intimidad deseada.



▲ Catálogo de Barbacoas y Hornos 2023 con un diseño muy original.



¿Te gusta sorprender a tus clientes?
Conoce nuestros cubremuros y
vierteaguas ÚNICO

- ✓ Piezas de 1 m.
- ✓ NO es polímero, es hormigón.
- ✓ Acabado pulido
- ✓ Sin armado interior
- ✓ Hidrofugado en masa
- ✓ 9 medidas ancho

www.imerprefabricados.es



¿Quieres ser
distribuidor
oficial IMER?



Consúltanos

+93 772 77 07

DANOSA crea un catálogo de productos exclusivo para los socios de GRUP GAMMA

Se trata de una publicación pensada para mejorar el conocimiento sobre los productos de más rotación de DANOSA por parte de los asociados de GAMMA y vio la luz en la feria GAMMA CONNECTING 2023. Su objetivo principal es acercar la información más técnica de **los productos de DANOSA mejorando** así el conocimiento de los mismos y, en definitiva, proporcionar un acceso más rápido y fácil a la información.

Los productos que se pueden encontrar son los que cuentan con una mayor rotación, como los de impermeabilización, aislamiento acústico, morteros impermeables o Danotherm Sate, entre otros artículos de la firma. Además, se pone especial énfasis **en la familia ASFALGAM**, una gama que se prevé que sea todo un éxito. Asimismo, como ya viene siendo habitual, DANOSA ofrece como complemento a la información, ilustraciones que permiten entender mejor la naturaleza y el destino de cada producto, ofreciendo una información más didáctica y clara.

Además, **DANOSA quiere colaborar a un desarrollo sostenible** potenciando sus impactos positivos y minimizando, en lo posible, los impactos negativos, valores alineados con el proyecto "Por un Planeta azul", la apuesta por la eficiencia energética y la sostenibilidad de GRUP GAMMA.

► Catálogo exclusivo de DANOSA para los socios de GRUP GAMMA



3 nuevos puntos de venta consolidan la expansión de GRUP GAMMA en Portugal

GRUP GAMMA Portugal sigue con su expansión a buen ritmo, y como ya avanzó la Central a principios de año, se trata de uno de los puntales estratégicos para la compañía. Prueba de ello es la incorporación de dos nuevos asociados: **SEJOMA Sociedade Comercial de Materiais de Construção Civil, Lda.** y **P&H Materiais de Construção Lda.**

Ambos almacenes forman parte del grupo de empresa **FRANCISCO PÓVO E HELENA**, un almacén histórico del distrito de Beja y una de las empresas de distribución de materiales de construcción más importantes de la zona del Alentejo. En Beja tienen dos ubicaciones; por un lado, un punto de venta donde venden cerámicas, baños, cocinas y pavimentos vinílicos, además de tejas, estufas y barbacoas; y por otro el almacén, **SEJOMA**, donde comercializan todos los materiales de construcción. Finalmente, también disponen de unas instalaciones en Moura, uno de los pueblos importantes del interior de Beja, donde tienen un gran showroom de cerámicas y baños y un almacén de materiales de construcción. Con este asociado, **el Grupo empieza la expansión hacia el sur de Portugal**, el Alentejo y el Algarve, donde espera tener una buena representación de asociados antes de final de año.

Tres nuevos puntos de venta que hacen ascender a un total de 23 los asociados a GRUP GAMMA Portugal, y que se suman a los 334 situados en España y 1 en Andorra.



▲ Marcel Sibila, Director de Expansión de GRUP GAMMA, con Telma y María, las vendedoras de cerámica, baños y cocinas de FRANCISCO PÓVO E HELENA.

LA REVOLUCIÓN EN SISTEMAS DE NIVELACIÓN,
UN **NUEVO CONCEPTO** EN LA COLOCACIÓN DE
PAVIMENTOS Y REVESTIMIENTOS CERÁMICOS

Pol. Ind. La Alberguería - C/ Jaime Velasco, 25. 31230 Viana (Navarra)
Tel: **948 44 69 41** | Fax: 948 44 69 43
email: info@arttros.com | web: arttros.com



BASE

Una misma base
permite cualquier
tipo de colocación

CORONA

Permite la colocación
manual sin ningún
tipo de herramienta



PIEZAS 3-30mm

JUNTA: 1, 2 y 3mm



Colocación a
cuatro piezas



Colocación a
rompe juntas



Colocación a
junta lineal



Pablo García

Director de la Central de Compras y Servicios Mas Obra

Tuve la oportunidad de unirme al grupo BigMat en el año 2018 como Adjunto de Dirección del Departamento de Servicios/RRHH. Gestionar esta sección durante 4 años me ha permitido conocer de primera mano las necesidades que tienen los almacenes de materiales de construcción y complementar la experiencia adquirida en mi anterior etapa como dueño y gerente de un suministro industrial especializado en fijación.

“ El factor más obvio y la diferencia más importante es la pertenencia al grupo BigMat que cuenta con diferentes líneas de negocio, y a las múltiples sinergias que aportan cada una con la otra”

¿Cómo nos presentaría al grupo Mas Obra?

El Grupo Mas Obra nace en el año 2016 como Central hermana para dar cabida dentro del grupo BigMat a aquellos almacenes que, ya sea por tradición o por haber desarrollado una marca propia, no quieren implementar una imagen corporativa tan definida, pero que entienden que formar parte del grupo es beneficioso para sus intereses y les hace más competitivos en el mercado.

Cada año han ido aumentando los almacenes adheridos a la Central de Compras y Servicios Mas Obra desde sus inicios y, actualmente, el grupo está integrado por 67 asociados con presencia en 35 provincias, incluidas Baleares y Canarias, que aportan 92 puntos de venta con más de 300.000 m² de superficie. Las ventas totales de nuestros asociados alcanzan los 168 M€.

¿Qué diferencia Mas Obra de otros grupos?

El factor más obvio y la diferencia más importante es la pertenencia al grupo BigMat, que cuenta con diferentes líneas de negocio (BigMat, Mas Obra, Divendi, BigMat La Plataforma y BigMat Cámara) y a las múltiples sinergias que aportan cada una con la otra.

Pero, además, la Central de Compras y Servicios Mas Obra es el aliado perfecto para aquellos almacenes que quieran crecer de la mano de una empresa en constante evolución, desarrollar sus negocios ampliando su gama de productos con los materiales que distribuimos y aprovechar los acuerdos comerciales que tenemos con nuestros más de 300 proveedores referenciados.

¿Qué sinergias tiene con el grupo BigMat y en que aspectos se benefician sus socios de esta relación?

Al formar parte del mismo grupo nos beneficiamos de sus más de 25 años de experiencia en el mercado de la distribución de materiales de construcción, y compartimos toda la infraestructura que integran las oficinas centrales con los respectivos departamentos de Compras, Marketing y Merchandising, Consultoría o Servicios para los asociados.

También contamos con las ventajas que aportan otras empresas del grupo como BigTech, que desarrolla soluciones informáticas propias; BigWin, con la que comercializamos ventanas de PVC y Madera; y nuestra plataforma logística BigLog, con 50.000 m², donde los asociados disponen de más de 8.000 referencias.

¿El almacén asociado tiene la libertad de elegir la rotulación?

Aunque sí disponemos de una imagen corporativa para aquellos almacenes que quieran implantarla, no es obligatorio ni penalizamos a las empresas que quieren mantener su identidad. Pero recomendamos a todos nuestros asociados adoptar nuestra imagen y, por ello, tienen a su disposición el Departamento de Merchandising que puede adecuar la imagen corporativa de Mas Obra a cada almacén, ayudarles en la implantación de nuestras gamas de productos y a desarrollar sus exposiciones y zonas de libre servicio.

¿Qué retos tiene planteado el Grupo en estos momentos?

Desde BigMat y Mas Obra siempre planteamos proyectos que puedan dar un impulso a nuestros asociados y ayudarles en su actividad profesional, haciéndoles más competitivos en el mercado.

Mientras que el año pasado mejoramos las condiciones comerciales con todos los proveedores referenciados, este año estamos ampliando nuestras gamas de productos, especialmente las correspondientes a las familias de Carpintería, Puertas y Ventanas, Fontanería, Calefacción y Aire Acondicionado, gracias a la experiencia aportada por BigMat La Plataforma y BigMat Cámara en el mundo de la madera.

Texto: Ramon Capdevila
Fotos: L'informatiu

BigMat sigue con los cursos de formación de las ventanas BigWin

El pasado día 8 de junio el Grupo BigMat celebró en la localidad barcelonesa de Montmelo la 2ª formación de orientación y colocación de ventanas Bigwin, la división del grupo Bigmat destinada a la comercialización de ventanas de PVC y aluminio.

A esta jornada de formación asistieron los responsables de los socios Bigmat de la zona: InterAvia, Fradera, Can Pallas, Camps, Mercamat, Consan, Garro Sant Boi, Garro Canovellas, Lari, Claramunt y Segmento de Ocio (Ibiza).

El curso, impartido por Carlos González, responsable de BigWin, mostró y explicó como empezar a colocar e instalar una ventana desde el primer momento, tanto en la obra como en la pequeña rehabilitación de una vivienda. Seguidamente, el proveedor de productos químicos Quilosa hizo una serie de demostraciones con sus productos para el sellado total de las ventanas, destacando el éxito de la cinta expansiva para el acabado de montaje total. Una vez concluido la jornada con los profesionales, Carlos explicó el proceso del configurados de ventanas en la página web. La asistencia total entre socios y clientes profesionales de los socios fue de 42 personas.



▲ Foto de los asistentes a la 2ª formación de orientación y colocación de ventanas Bigwin.

AFIXMAT ERP

El software más implantado para almacenes de cerámica y construcción

VENTAS **COMPRAS** **ALMACÉN**

CARTERA **ESTADÍSTICAS** **TPV/MOSTRADOR**

CONTABILIDAD **GRUPOS DE COMPRA**

Modulos Opcionales

Terminales WIFI Exposición

AfixDoc / Gestión Documental

Alquiler Maquinaria / AfixRent

Alquiler contenedores de escombros

Garantías y Reparaciones / SAT

Tienda Online integrada con el ERP

CRM / Nuevo RGPD

E-factura / SII

Más de 250 almacenes implantados a nivel nacional

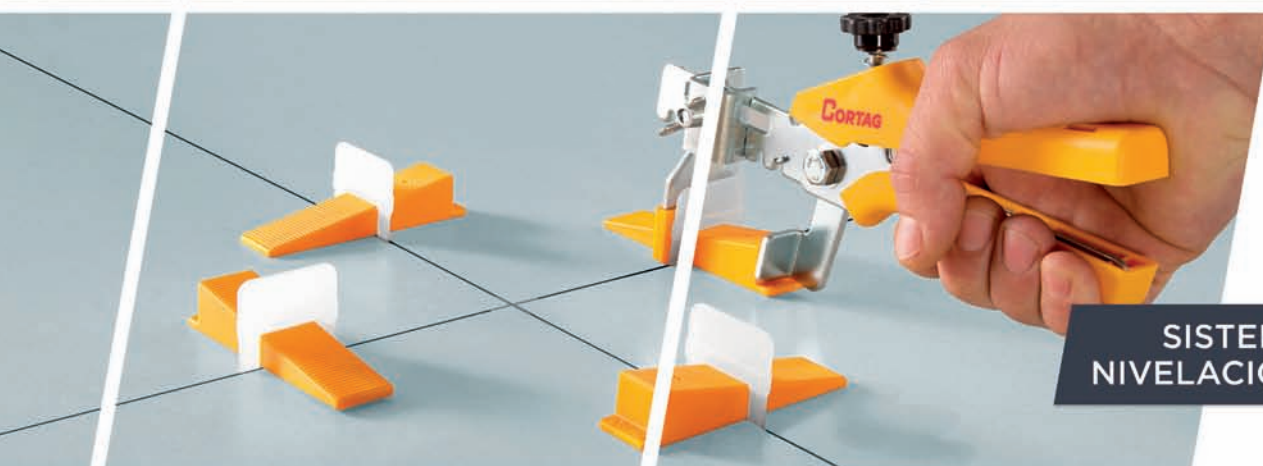
ESPECIALISTA EN HERRAMIENTAS Y ACCESORIOS PARA LA COLOCACIÓN DE REVESTIMIENTOS CERÁMICOS Y PORCELÁNICOS



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

Eugenio de la Rosa Niño, nuevo director de IBERGROUP

Ibergroup ha nombrado a Eugenio de la Rosa Niño, como el nuevo director del grupo en sustitución de Juan Carlos Azpiroz, que dejó el cargo a finales del pasado mes de abril.

Eugenio se incorporó el 10 de abril como máximo responsable de Ibergroup, y dirigirá todas las áreas del negocio y formará parte del Comité de Asociados.

Eugenio cuenta con una experiencia de más de 30 años en el sector eléctrico y también en el sector de la distribución de materiales, adquirida en diferentes posiciones en empresas como Alstom, Iberdrola, Schneider y finalmente Rexel, donde ha ejercido las funciones de director de Compras y Marketing.

Según el comunicado hecho público por el **presidente de Ibergroup, Antonio Ballester**, “la decisión de incorporar a Eugenio a nuestro Grupo se encuadra dentro de la estrategia de transformación, cuya implantación pasa por reforzar las alianzas con nuestros proveedores, estrechar al máximo la colaboración entre nuestros asociados y hacer de Ibergroup un grupo cada vez más compacto”. También, todo el equipo agradece de todo corazón a Juan Carlos el trabajo y tiempo dedicado a **Ibergroup** en los últimos nueve años, y “le deseamos mucha suerte para el futuro”. Ibergroup cuenta en estos momentos con 12 socios, 93 puntos de venta y una facturación superior a los 300 millones de euros.



▲ Antonio Ballester, presidente de Ibergroup, con el nuevo director del grupo, Eugenio de la Rosa, a la derecha de la imagen.

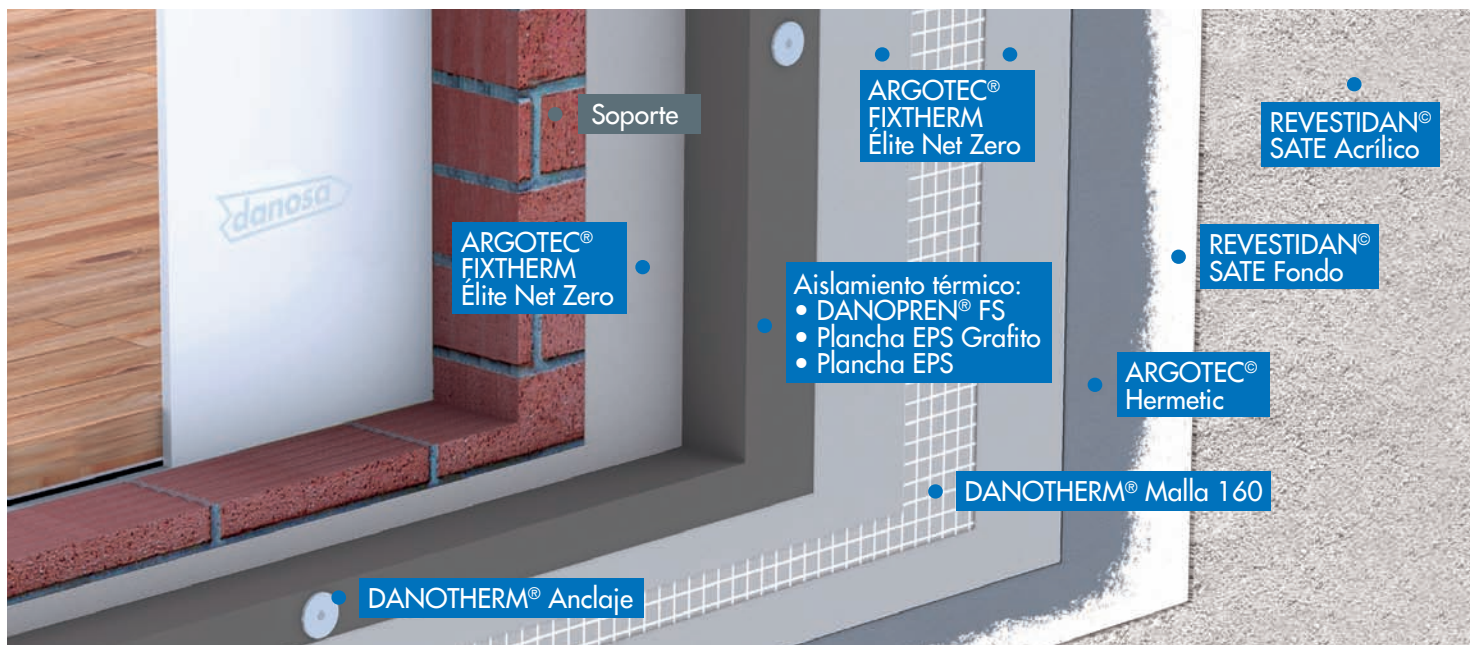
LA SOLUCIÓN ECO-SOSTENIBLE PARA EVITAR FILTRACIONES Y GOTERAS EN TERRAZAS, BALCONES Y AZOTEAS.

SALVATERRAZZA® ECO



SISTEMA DANOTHERM® SATE

SOLUCIONES CON SISTEMAS DE AISLAMIENTO TÉRMICO POR EL EXTERIOR



Tres tipos de aislamiento a elegir:



Conoce más, entrando en
www.danothermsate.com

Keraquick Maxi S1 (1 kg)

32g
de CO₂

322g
de CO₂



Keraquick Maxi
que 6



2994g
de CO₂

Keraflex Maxi S1 (1 kg)



Keraflex Maxi
qu

“ La distribución tiene que formarse porque cada vez será más necesario vender soluciones y no productos ”

Andreas Fleischhauer
Director general de MAPEI SPAIN

Con una larga trayectoria multicultural fruto de haber vivido en varios países, el nuevo responsable nacional de MAPEI tiene un amplio conocimiento del sector de la construcción. Ha trabajado en las multinacionales Bayer, Lanxess y BASF, y previamente desempeñaba el cargo de director general para Iberia de Masterbuilders Solutions España (MBCC Group), empresa del fondo de capital de riesgo Lone Star.

Su experiencia en el desarrollo de nuevos negocios, transformación digital, retail business y especialización en el segmento B2B y B2C, unido a su visión global sobre diferentes mercados, le confieren la capacidad de entender la evolución del sector desde una amplia perspectiva.

¿Sudamérica o Europa?

Ambas. Me gusta presentarme como nacido y criado en Argentina y, fruto de mis raíces alemanas, con una cultura alemana muy fuerte.

Yo comencé mi carrera profesional en Argentina, y trabajé más de una década en Brasil. Ahora ya llevo cinco años afincado en España.

¿España es un país que impermeabiliza mal, o no impermeabiliza?

Yo lo enfocaría desde el punto de vista positivo. Entre el 70 y el 80% de los edificios tienen baja o muy baja calificación energética. Esto es positivo ya que supone un campo enorme de posibilidades. Tenemos que concienciarnos de que hay que empezar a trabajar y es una oportunidad que tenemos que aprovechar.

¿Está preparada la distribución para este reto?

Absolutamente. Es una distribución muy potente, solida y robusta, y que asume cada vez más la formación como un elemento indispensable para su futuro. En este sentido, nosotros, los fabricantes, tenemos que ir formando a sus responsables para que puedan conocer las soluciones técnicas. Ahora se busca la calidad y la durabilidad. Por tanto, es nuestro deber formar al canal.

¿Qué papel tiene que tener la distribución de materiales de construcción en la venta de sus productos?

Para mi, la distribución es el brazo extendido de todo proveedor. El proveedor por sí solo no puede llegar a todos sus clientes. Y ahora con esta visión más técnica, la distribución cobra todavía más importancia.

La distribución se encuentra en estos momentos en un punto de inflexión.

¿A qué se refiere?

Vamos a una distribución cada vez más técnica. La distribución tiene que formarse porque cada vez será más necesario vender soluciones y no productos. No solamente tendrá que saber vender un mortero, sino que tendrá que conocer también sus características técnicas. Por tanto, la distribución tiene que ser más técnica; entre otras cosas porque el cliente final cada vez lo exigirá más. Las nuevas generaciones están plenamente identificadas con conceptos como sostenibilidad, calidad, y durabilidad.

¿Qué retos se plantea Mapei cara al futuro?

Sin duda la sostenibilidad. La sostenibilidad es un camino que no tiene retorno. En el actual contexto, MAPEI esta lanzando varios productos donde se compensa el CO2 y, sin duda, es el camino a seguir para las generaciones venideras. El camino es buscar más productos sostenibles. Para la gente joven cada vez es más importante, pero piense que cada vez más también lo será para el profesional de la construcción, que estarán obligados porque sus clientes se lo van a pedir. Es una cuestión de tiempo.

Mapei tiene como objetivo presentarse al mercado y a sus clientes como un proveedor completo que ofrece una solución constructiva total, disminuyendo la multiplicidad de proveedores.

La prescripción sigue siendo fundamental para MAPEI ...

Absolutamente. Prescripción quiere decir que tu producto es apto para ser consumido y para una venta más técnica y sostenible. Para nosotros es nuestra gran apuesta de futuro. Necesitas prescriptores que hablen el idioma del arquitecto, pero también necesitas prescriptores que hablen el idioma del ingeniero. Necesitas tener la prescripción con ambos.

Pero también es muy importante para nosotros la formación y, en este sentido, realizamos un importante esfuerzo en dar a conocer nuestros productos y soluciones constructivas al sector de la distribución mediante formaciones desarrolladas por los técnicos de MAPEI.



MAPEI esta lanzando varios productos donde se compensa el CO2 y, sin duda, es el camino a seguir para las generaciones venideras”

¿En qué línea estratégica se enmarca la reciente adquisición de Profilpas?

Esta adquisición se enmarca con el objetivo de ampliar nuestra gama de productos y soluciones para la construcción en beneficio de nuestros clientes y poder ofrecerles el concepto 360°. Es decir, MAPEI quiere ser el único proveedor para toda la solución constructiva, evitando la multiplicidad de proveedores.

Esperanzado de cara al futuro...

Por supuesto. Entre todos tenemos dos grandes retos: hacer el sector de la construcción más atractivo y con presencia de más mujeres.

*Texto: Ramon Capdevila
Fotos: L'informatiu*

MATDECÓ: NUEVOS HORIZONTES ¡DESCÚBRENOS!

EN MATDECÓ TE ASEGURAMOS LAS
MEJORES CONDICIONES CON LA MÁXIMA
TRANSPARENCIA Y COMPROMISO.
TRABAJAMOS PARA TU EMPRESA
Y PARA SU FUTURO. ☺

JUNTOS SOMOS MÁS FUERTES.

matdecó
GRUP

BdB Fabri, ejemplo de modelo de



▲ Instalaciones de BdB Fabri en Burgos.

Fabri Materiales de Construcción es una empresa fundada por **Fabriciano Sancho Campo** y su mujer, Satura Gil, en la localidad castellanoleonesa de Burgos en el año 1983. Muchos años y mucho esfuerzo, pero con el paso del tiempo BdB Fabri ha sabido ganarse una imagen de garantía, calidad y servicio que es, sobre todo, lo que este almacén ofrece hoy en la provincia de Burgos.

En su página web reza **toda una declaración de intenciones**: “la palabra empresa para el equipo de personas que actualmente forman parte de BdB Fabri, significa continuación, reto, futuro y agradecimiento”. Cuatro conceptos que definen muy bien el espíritu de una empresa familiar. No en vano, en estos momentos la segunda generación se encuentra al frente del almacén

en la persona de José Ignacio Sancho y su mujer Asunción; pero la tercera generación ya está llamando a la puerta. Su hijo Nuño, ya se encuentra plenamente identificado con el proyecto de este almacén especialista y líder en la venta de áridos en su zona de influencia.

También, la zona de libre servicio la tiene muy cuidada con una presentación de producto muy bien seleccionada y, la zona exterior, que cuenta con un espacio total de 3.800 m², está también muy bien señalizada y muy bien organizada por tipos de producto.

BdB Fabri es un claro ejemplo de que un almacén “pequeño” puede perfectamente encontrar su “modelo de negocio” aplicando una gestión estudiada y poniendo en valor su hecho diferencial.

negocio con una gestión estudiada



▲ Equipo de BdB Fabri. A la izquierda José Ignacio Sancho.



▲ La "campa" esta perfectamente ordenada y señalizada.



▲ Zona de libre servicio y alquiler de maquinaria.



Nuevo punto de venta de DURAN en Santanyí

El pasado 5 de mayo, la reconocida empresa de materiales de construcción DURAN, celebró la inauguración de su nuevo centro en Santanyí ubicado en el polígono industrial de S'Olivó. Los invitados, entre los que se encontraban la alcaldesa de Santanyí, **María Pons**, y el regidor de servicios generales, **Mateu Nadal**, disfrutaron de la visita al *showroom* y de una magnífica degustación gastronómica de la mano del *Fornet de la Soca* y de un *showcooking* realizado por Tomeu Arbona y su fantástico equipo.

Sobre DURAN Santanyí

El edificio, diseñado por el **estudio AR3 arquitectes**, destaca por su volumetría limpia y rotunda, integrada en el paisaje mediante una fachada metálica que cambia de tonalidad con la luz del sol, y contrasta con un muro de piedra de marés que remarca la entrada y filtra la entrada de luz natural al interior del edificio, lo que proporciona al visitante una experiencia única.

Para el diseño de Showroom, DURAN, ha contado con la colaboración de **MDBA de Barcelona**. El diseño encuentra su expresión en una estructura metálica que genera un orden dentro del cual se multiplican los recorridos y los ambientes. Lo inesperado sorprende a través de las visuales diagonales y los distintos filtros metálicos. Diferentes atmósferas se suceden a través de la trama y los patios generados entre el muro de marés y el gran volumen industrial. Este espacio DURAN ha sido pensado para mostrar todas las **posibilidades de materiales destinados a la construcción** y al mismo tiempo sentir la calidez de los diferentes ambientes representados. Desde pavimentos, azulejos y cerámicas, hasta soluciones en fachadas y revestimientos, mobiliario y cocinas, todo lo que el cliente necesita para llevar a cabo sus proyectos está a su disposición.



▲ Aspecto que ofrecía la inauguración del nuevo centro de DURAN en Santanyí.

DURAN pertenece al Grupo Ibergroup, y en el ejercicio del 2021 alcanzó una cifra de facturación de 25 millones de euros. La empresa cuenta con cuatro puntos de venta en Palma de Mallorca, Calvià, Alcudia y Santanyí

▼ Detalles de la inauguración en el interior del edificio.



CUIDAMOS LOS DETALLES



EXTREMOS BISELADOS.
RECORTAMOS SUS FIBRAS
PARA MEJORAR SU PEINADO.

NUEVA VERSIÓN
RODILLOS

CUBRI
XL

- MÁXIMA CUBRICIÓN
- MENOR SALPICADO



¿Quieres verlo?



BigMat La Plataforma Odoricio reúne a 20 proveedores para celebrar su primer aniversario

BigMat La Plataforma Odoricio celebró los días 18 y 19 del pasado mes de mayo una espectacular Feria de Proveedores para celebrar el primer aniversario del cambio de modelo de su punto de venta BigMat Odoricio al nuevo modelo de **BigMat La Plataforma Odoricio**. El renovado punto de venta se encuentra en el Polígono Industrial Las Casas C, en la localidad de Soria.

En total han sido **20 los proveedores que han asistido** al evento para celebrar este primer aniversario, donde no han faltado las presentaciones de las últimas novedades de cada fabricante, y las demostraciones de producto y ofertas especiales preparadas exclusivamente para esta feria. Además, durante los dos días se celebraron diferentes sorteos de productos y regalos para todos los asistentes.

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. Además, dispone de otro punto de venta en la localidad de Calatayud (Zaragoza) inaugurado en el año 2019. BigMat La Plataforma Odoricio alcanzó en el año 2021 una cifra de facturación de 5,5 millones de euros.



▲ Detalles de la Feria organizada por BigMat La Plataforma Odoricio para celebrar su primer aniversario.



◀ Roberto González, con su hijo Roberto, propietarios de BigMat La Plataforma Odoricio.

▶ Roberto González con Christian Vallés, de BigMat Matías Vallés y Consejero de BigMat.



▲ Instalaciones de BigMat La Plataforma Odoricio en Soria

▼ Detalle de la zona de libre servicio con una superficie de venta de 4.000 m²



Víctor Manau elegido nuevo presidente de ANDIMAC

La Asociación renueva parcialmente su Junta Directiva y elige tres nuevos vicepresidentes.

En la Asamblea General de ANDIMAC celebrada el pasado mes de junio en Madrid, Víctor Manau resultó elegido nuevo presidente de ANDIMAC para los próximos cuatro años en sustitución de Jaume Rul-lan que deja el cargo por jubilación. Así, Víctor Manau se convierte en el cuarto presidente de ANDIMAC, después de las presidencias de Fidel Pila, Antonio Ballester y Jaume Rul-lan. Víctor Manau es el actual responsable al frente del almacén distribuidor de materiales de construcción, MANAU, SA y representa la cuarta generación al frente de la empresa fundada el 15 mayo de 1942.

A Víctor se le presentan interesantes y difíciles retos para profesionalizar nuestra distribución, en un momento donde se ciernen grandes amenazas en forma de grandes superficies, además de llevar a buen término la transformación digital tan necesaria en el sector. En este contexto, una de las prioridades de Andimac para los próximos años será crear una base de datos homogeneizada que mejore la productividad de toda la cadena de valor, y para ello es condición necesaria la participación de los proveedores.

El segundo eje de esta nueva etapa de Víctor Manau al frente de Andimac será la sostenibilidad. En este sentido, la patronal impulsará un Sello de Compromiso con la Sostenibilidad y la Economía Circular, con el fin de certificar el cumplimiento de las buenas prácticas y poner en valor los esfuerzos de las empresas para hacer de la construcción un sector más sostenible.

Asimismo, y con el objetivo de crear una cultura de la reforma entre las familias y las pequeñas comunidades de propietarios, Andimac defiende la necesidad de potenciar la figura de los asesores en rehabilitación energética del canal profesional, un perfil experto que ya funciona con éxito en Alemania.

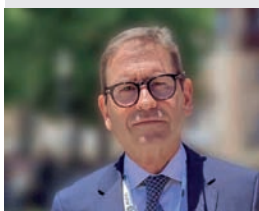
Para Manau, “la experiencia del cliente empieza en la del empleado y, por ello, también centraré mi mandato en poner en valor la formación profesional, con el objetivo de tener cada vez más y mejores profesionales para el sector, aprovechando a su vez el auge creciente que está experimentando la formación dual, de la que el sector intentará nutrirse para conseguir trabajadores cualificados”.



Nueva Junta Directiva de ANDIMAC

Presidente: Víctor Manau (Manau)

Vicepresidentes:



Josep Domingo
(AUNA Distribución)



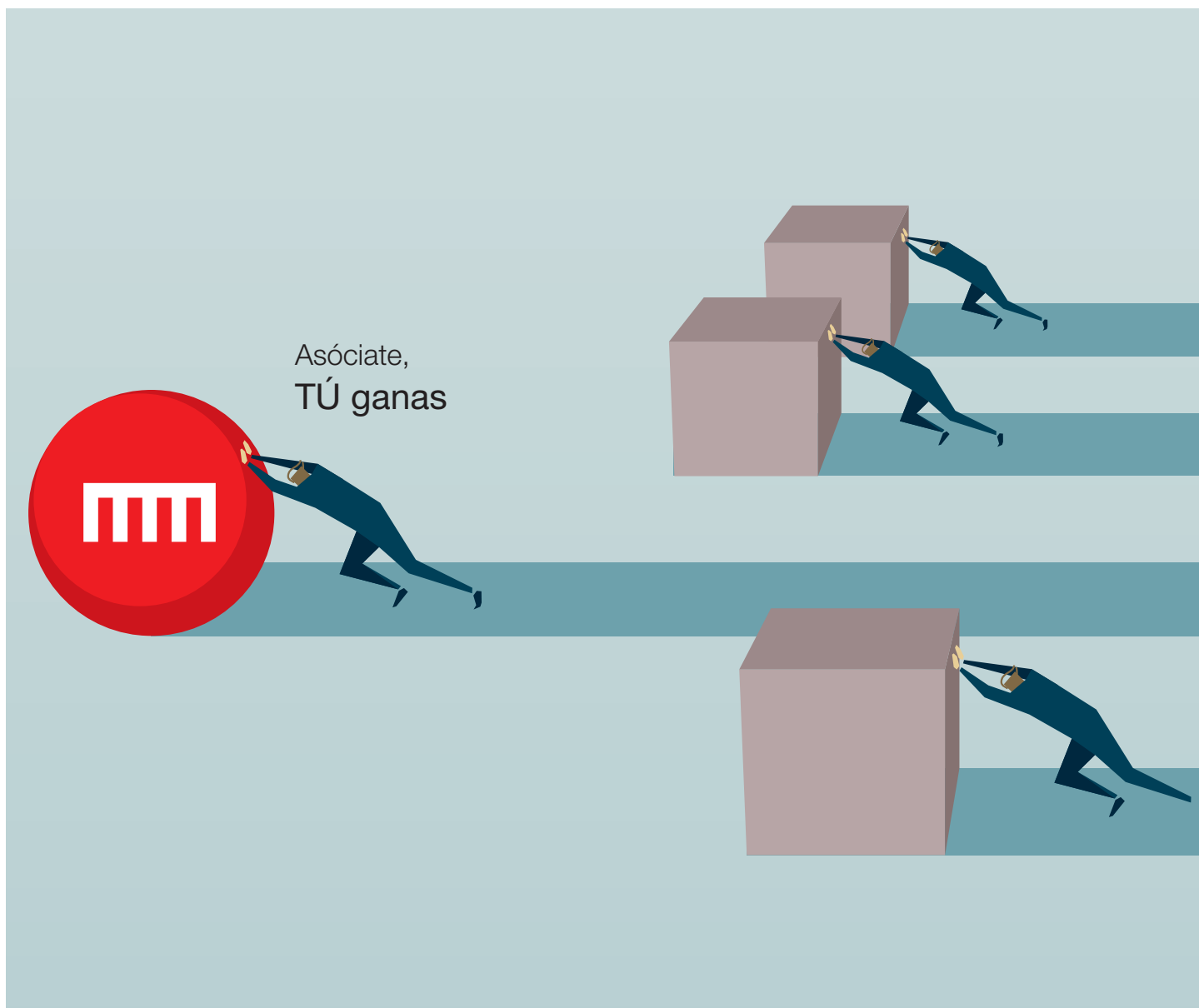
Joaquín Cordero
(Idaterm)



Pedro Luis Rodríguez
(Grupo Siete)

Tesorero: Juan Manuel Real (Gamma Real)

Vocales: Miguel Angel Abad (J.Abad)
Jesús Álvarez (Cersani)
Juan José Ayora (Avalco)
Joaquín Barrabés (BigMat Ochoa)
Marta Cervós (Gamma Cervós Materials)
Andrés de la Villa (BigMat Tevisa)
José Durá (Grupo BdB)
Fran Fernández (Grup Gamma)
Jesús Fernández (Grupo Ceramhome)
Ingrid Fornesa (BigMat Garro)
Óscar Lecanda (Bilbu)
David Martínez (Veralia)
Joan Peralba (Comercial Peralba)
Jesús Prieto (Grupo BigMat)
David Vadell (Matelecsa)
Félix Zamora (Cealco-Ixos)



Asóciate,
TÚ ganas

Asóciate, TÚ ganas

Ganas porque con nuestra logística tienes entrega semanal sin mínimo de compra. Ganas porque tenemos más de 30 años de experiencia con el mayor portfolio de publicidad. Ganas porque con nuestras marcas tienes diseños exclusivos en baños, cerámica y materiales de construcción. Y, por supuesto, ganas porque tienes más de 400 pactos con los mejores proveedores y las mejores condiciones de compra.

Ganas porque, además, ser de **GAMMA** es gratis.

Asóciate y empieza a disfrutar desde hoy de las ventajas de pertenecer a un gran grupo.



Escanea y descubre
porque con **GAMMA**
TÚ ganas

GAMMA



“**En el caso de los almacenes, la digitalización está marcando un antes y un después en el ejercicio de su actividad y en la manera en la que están ya operando”**

Salvador López

Jefe de Ventas de la zona de Levante y Andalucía de PROPAMSA

“Estoy encantado de tener la oportunidad de presentarme ante ustedes. Soy padre de dos preciosos niños, Oscar de 4 años y Pablo de 9. Soy responsable, honesto, constante y me apasionan los retos. Tengo una variedad de intereses y aficiones que me mantienen equilibrado y motivado. Disfruto de viajar y vivir experiencias junto a mi familia. Soy un amante de la naturaleza y del running, y corro cada año la maratón de Valencia. Me encanta leer libros sobre finanzas y crecimiento personal. Estas actividades me ayudan a mantenerme creativo y a encontrar inspiración en diferentes aspectos de mi vida”.

¿Y profesionalmente, quién es Salvador López?

Soy Ingeniero Agrónomo por la Universidad Politécnica de Valencia, y he finalizado estudios de postgrado en Administración y Dirección de Empresas en la escuela de formación Empresarial y Master Digital Marketing en ThePowerMba. He desarrollado mi carrera laboral en un ámbito multidisciplinar liderando y gestionando equipos en el año 2007 como jefe de obra en Grupo Actia Iniciativas, gestionando obras industriales principalmente para el sector azulejero.

En el 2012 empiezo a trabajar en el sector retail como asesor de ventas en Leroy Merlín, y en 2013 empiezo a desempeñar funciones de Líder de Sección durante casi 4 años pasando por varias tiendas de la región de Levante. A finales del 2016 inicio un nuevo proyecto laboral como Líder Mundo retail en la tienda de la Pobleja de Vallbona hasta mediados del 2022.

A mediados del 2022 inicio un nuevo reto profesional en Propamsa como jefe de Ventas de la zona de Levante y Andalucía.

Cómo Ingeniero Agrónomo me permite solo una pregunta: ¿cómo contempla el futuro de la agricultura en nuestro país con la amenaza del cambio climático?

La agricultura del futuro va a estar condicionada por dos grandes retos, la creciente demanda de alimentos y la lucha contra el cambio climático.

Las consecuencias nefastas del cambio climático son indiscutibles y, para frenarlas, resulta absolutamente necesario reducir el número de emisiones de efecto invernadero.

Hoy en día, el sector agroalimentario es responsable de aproximadamente el 26% de las emisiones de CO² en el mundo; un 18,4% tiene que ver con la agricultura, deforestación y tierras de cultivo, y el resto con la distribución (refrigeración, embalaje, etc.) y el transporte. Resulta indispensable que el sector asuma su responsabilidad y que, pensando también en su propia supervivencia, trabaje para establecer una agricultura más sostenible.

La demanda de alimentos y la sostenibilidad marcarán cómo será la agricultura del futuro. Las soluciones que se derivarán de los nuevos métodos de agricultura estarán condicionadas por la innovación y el desarrollo tecnológico. La fórmula para que la agricultura sea más productiva y, a la vez, más sostenible, pasa por la eficiencia.

Se espera que en las próximas décadas se imponga la llamada “agricultura inteligente” (smart farming), que utiliza innovaciones como el big data o la conectividad, para tener más información y así tomar mejores decisiones o fomentar la colaboración y encontrar soluciones que sirvan para todos.

¿Cree que ha cambiado mucho el sector de la distribución de materiales de construcción desde que usted empezó?

No cabe duda de que el sector ha experimentado una transformación sin precedentes en las últimas décadas, adaptando su actividad al desafío tecnológico, a los nuevos actores, a una mayor competencia internacional, y también a otros formatos novedosos que nos están demandando tanto los profesionales como los particulares en sus proyectos de construcción.

Si nos centramos en la etapa más reciente, el impacto de la crisis provocada por la pandemia, junto con la falta de suministros y la subida de los costes energéticos, también está marcando la actividad de los almacenes, que les está impulsando hacia cambios aún más profundos, y son cada vez más conscientes de que no cabe marcha atrás: hay que sumarse a la ola de la digitalización, como una de las vías fundamentales para lograr una mayor eficiencia operativa, una oferta más diversa de productos y una óptima experiencia comercial con el cliente.

¿Cómo analiza el sector en la actualidad?

Los almacenes de materiales de construcción en España suman una oferta de productos y servicios cada vez más amplia y diversificada para atender las nuevas necesidades que demandan los clientes. Es un sector que, como comentamos, ha sabido adaptarse poco a poco a los desafíos que nos están marcando las nuevas tecnologías, análisis de datos, Big Data, etc., así como a unas demandas sociales ya consolidadas en el sector de la construcción como la sostenibilidad, la economía circular y la eficiencia energética.

En este sentido, a medida que aumenta la conciencia

sobre los desafíos ambientales y la necesidad de avanzar en la lucha contra el cambio climático, los actores de la construcción buscamos opciones eficientes y respetuosas con nuestro entorno en todos nuestros proyectos. Los materiales sostenibles, certificados internacionalmente, y los productos reciclados son hoy elementos de primer orden en el camino hacia una construcción de futuro. Estos materiales no solo reducen la huella ambiental de los proyectos, sino que también ofrecen beneficios como una mayor eficiencia energética, una mejor calidad del aire interior y una mayor durabilidad. Y los almacenes están respondiendo a estas tendencias porque serán clave para su actividad a futuro.



Desde Propamsa estamos comprometidos y trabajamos por una construcción sostenible y, por eso, contamos ya con cerca de un centenar de morteros en base cemento certificados bajo el sello EMICODE”

¿Y desde Propamsa?

Nosotros, desde Propamsa estamos comprometidos y trabajamos por una construcción sostenible y, por eso, contamos ya con cerca de un centenar de morteros en base cemento certificados bajo el sello EMICODE, con una clasificación EC1 PLUS, que acredita que registran muy bajas emisiones. Nuestros productos certificados no solo son seguros para los usuarios finales, sino que también contribuyen a reducir el impacto ambiental de los edificios. Estamos convencidos de que la sostenibilidad es un camino sin retorno que debe unirnos a todos los eslabones desde el inicio de la cadena.

¿Están preparados los almacenes en el conocimiento de sus productos?

Para nosotros es muy importante que los fabricantes y los distribuidores seamos aliados porque tenemos muchos objetivos comunes y, para ello, es fundamental estar al día, y conocer las novedades y los últimos lanzamientos de productos. Es esencial estar muy conectados y, una vez más, eso nos lleva a hablar de digitalización porque ha tenido un impacto significativo en el sector de los fabricantes y almacenes. Las empresas hemos sabido adaptarnos a todas estas transformaciones y estamos poniendo en marcha continuamente



soluciones para mejorar procesos, aumentar nuestra eficiencia operativa y ampliar el conocimiento de productos.

En el caso de los almacenes, la digitalización está marcando un antes y un después en el ejercicio de su actividad y en la manera en la que están ya operando: desde la gestión diaria y la logística, hasta la interacción con los clientes. El análisis de datos en tiempo real, las nuevas plataformas de comercio electrónico, entre otros muchos factores, están permitiendo agilizar operaciones, pero también reducir costes y ofrecer un mejor servicio a los clientes. Y desde Propamsa, además, apostamos por la formación en los puntos de venta como una de las claves estratégicas para que los almacenes conozcan nuestra amplia oferta de soluciones y puedan también aportar valor al cliente.

¿Qué cambios cree que tendrán que asumir los almacenes?

Estamos hablando de un mercado sólido y en crecimiento, a pesar de que, al igual que otros ámbitos de nuestra industria, también ha sufrido el impacto de las últimas crisis, que todos recordamos. Por eso, hoy es más necesario que nunca apostar por las nuevas tecnologías, y por las plataformas de venta on line y reforzar la cultura de la sostenibilidad en todos los procesos.

“ Hay que impulsar cadenas de suministro ágiles para garantizar una mayor disponibilidad y acceso a los materiales”

Además, hay que impulsar cadenas de suministro ágiles para garantizar una mayor disponibilidad y acceso a los materiales, y mejorar la colaboración y la comunicación entre los diferentes actores y afrontar los desafíos logísticos y de transporte en la entrega de materiales y equipos de construcción. Los desafíos son enormes, pero el sector ha demostrado que tiene capacidades para afrontarlos con éxito. Y su éxito también se verá reflejado en los logros del resto de los actores, ya que todos estamos interconectados para alcanzar nuestras metas.

Texto: Ramon Capdevila • Fotos: L'informatiu

También es noticia...

ROBERTO GONZÁLEZ, PREMIO FOES EMPRESARIO SORIANO

La Federación de Organizaciones Empresariales Sorianas, FOES, celebró el pasado mes de mayo la vigésima novena edición de sus Premios, en los que reconocen el esfuerzo de los empresarios sorianos en sus diferentes categorías. Este año, el Premio FOES Empresario Soriano y Premio CEOE Castilla y León 2022 **ha recaído en Roberto González, propietario de Bigmat La Plataforma Odoricio.**

Santiago Aparicio, presidente de la Federación de Organizaciones Empresariales Sorianas, recalcó en su discurso que la FOES premia así “el espíritu inversor del empresario soriano, caracterizado por su incansable trabajo a favor de la creación de empresas y empleo. Una amplia y dilatada trayectoria profesional y empresarial de Roberto González que lo han convertido a día de hoy en referente indiscutible en el sector de la venta de materiales de construcción”.



▲ En el centro Roberto González, con los responsables de la FOES, con el Premio FOES Empresario Soriano y Premio CEOE Castilla y León 2022.

MIGUEL ROVIRA, GALARDONADO EN LOS II PREMIOS CEO DEL AÑO DE LA RAZÓN

Miguel Rovira, Director General de ACO Iberia & Sudamérica, recibió el pasado 14 de junio en Madrid el premio CEO del Año que otorga el periódico La Razón por su Trayectoria y Liderazgo en Soluciones Tecnológicas Avanzadas para el Tratamiento y la Gestión del Agua. Estos premios, que tienen como objetivo reconocer la labor de las personas que lideran y gestionan las empresas, fueron entregados a un total de 38 profesionales de diferentes compañías y sectores referentes en España. **Hace 24 años, Miguel Rovira entró a formar parte del Grupo ACO como técnico comercial en la zona centro de Portugal.** Ingeniero civil de formación, es hoy en día el máximo responsable de estrategia de ACO Iberia & Sudamérica.



▲ Miguel Rovira en la gala de entrega de los II Premios CEO del Año de La Razón. Foto: La Razón.

CIR62 NOMBRA RESPONSABLE DE LA ZONA LEVANTE A RAFA MARTÍNEZ LOJO



▲ Rafa Martínez, nuevo responsable de CIR62 en la zona de Levante.

CIR62, reconocido distribuidor del sector de la industria, construcción y climatización ha anunciado recientemente la incorporación de Rafa Martínez a su equipo como responsable de la zona de Levante. Con esta decisión, la empresa quiere fortalecer su posición y convertirse en el distribuidor de referencia para clientes y proveedores de esta zona.

Rafa aporta una experiencia de 30 años en el sector, tanto del lado del fabricante como del distribuidor, y su profundo conocimiento del mercado valenciano serán elementos clave para impulsar el crecimiento y éxito de CIR62 en la Comunidad Valenciana. La excelencia en el servicio al cliente es una prioridad para Rafa, y su capacidad para establecer relaciones sólidas y su visión estratégica contribuirán a mantener y mejorar la posición de la Delegación de CIR62 de Valencia, ubicada en Quart de Poblet.

MANAU ADQUIERE EL ALMACÉN DE MATERIALS FONT

MANAU ha hecho efectiva la compra del almacén de materiales de construcción **Materials Font**, ubicado en la localidad de Les Franqueses del Vallés, a unos escasos 40 kilómetros de Barcelona. El almacén facturó 1.200.000 € en el año 2021, pero sus resultados se situaron en 2.700.000 € en el año 2017. Por su parte, **MANAU** es un almacén de referencia en Catalunya y España, y desde el año 1950 que abrió su primer almacén en el barrio de Sants, en Barcelona, su objetivo ha sido satisfacer todas las necesidades tanto del cliente profesional, como también de constructores y promotores. **MANAU** cuenta con tres puntos de venta en Barcelona, Badalona y Vallirana (Barcelona) y su cifra de facturación se situó en 16.700.000 € en el año 2021.



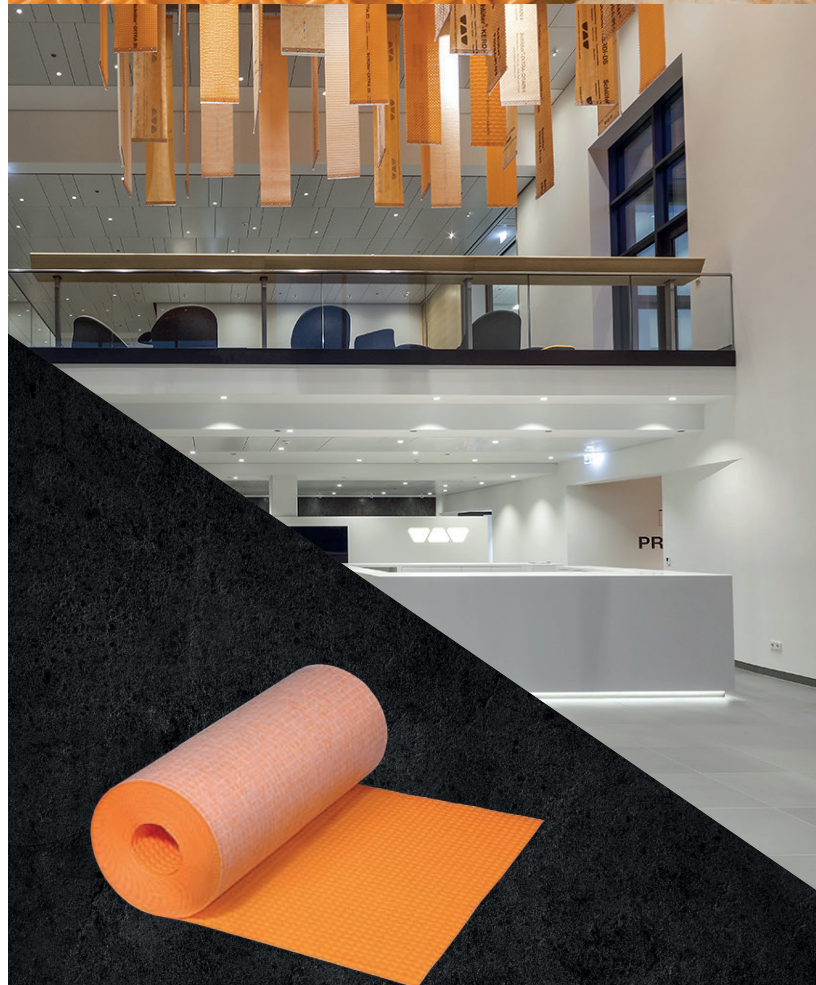
▲ Instalaciones de Materials Font en la localidad de Les Franqueses del Vallés (Barcelona)

AIDA JIMENO, NOMBRADA DIRECTORA DE OPERACIONES DE ITW CONSTRUCTION



Aida será la responsable de las dos unidades de producción de clavos para el sector de la madera que ITW Construction tiene en Europa. Aida Jimeno **se incorporó a ITW en 2016 como directora de operaciones de la**

planta de Burgos, y promocionó a directora de la planta en 2017. En los últimos años ha llevado a cabo una transformación y modernización de la planta de Burgos, implantando un proceso de automatización y el sistema de producción de ITW denominado "inlining" par aumentar su capacidad de producción.



El Original. Ahora incluso mejor.

Schlüter® - DITRA

La instalación de baldosas con Schlüter-DITRA es ahora incluso más fácil. Las nuevas líneas de corte permiten cortar la lámina sin esfuerzo al tamaño requerido en la obra. Además, los orificios de ventilación permiten rellenar las cavidades sin esfuerzo y con menos pasadas de llana e incluso la geometría mejorada de las cavidades proporcionan un anclaje aún más fuerte de la baldosa a la lámina.

Más información en www.schluter.es



Nuestra estrategia y posicionamiento en el mercado se basan en tres pilares fundamentales: la calidad, la innovación y la satisfacción del cliente”

Vicente Molina Martínez

Director comercial de Nogosa Ibérica, S.L.U.



Felicidades por su 25 aniversario.

Gracias. Como director comercial de NOGOSA IBÉRICA me complace compartir la trayectoria de nuestra empresa a lo largo de estos ya 25 años y nuestro destacado papel en el sector de la fabricación y distribución de herramientas para la construcción en España y Portugal.

Háblenos de los inicios de Nogosa.

Nogosa Soluciones Constructivas nace como marca comercial de la empresa alicantina Pavinovel S.L.U. Desde nuestros inicios, nuestra misión ha sido siempre brindar soluciones de calidad a los profesionales de la construcción, fabricando y suministrando moldes para hormigón impreso, moldes y rodillos para revestimiento vertical, así como la distribución de herramientas de la prestigiosa marca estadounidense Marshalltown para España y Portugal.

A lo largo de estos años, hemos ido evolucionado, ampliado y perfeccionado todas nuestras líneas de producto para satisfacer las demandas del mercado.

El 2008 fue un año importante para Nogosa

Sí, dimos un paso importante al crear nuestra pro-

pia marca de herramientas para la construcción: COLO-TOOL. Una marca que fue recibida con una muy buena acogida por parte de los profesionales del sector y que hoy en día es referente dentro del mercado.

Han lanzado también al mercado otras líneas de producto.

Efectivamente. Nosotros, en esa búsqueda constante por ofrecer lo mejor a nuestros clientes, hemos lanzado líneas de productos muy destacadas. Una de ellas es EXULANS, una gama de herramientas diseñadas específicamente para el encintado automático y semiautomático. Desarrolladas en colaboración con profesionales y expertos del sector y basadas en nuestra propia experiencia en el yeso laminado, que garantizan estándares de calidad superiores y resultados muy óptimos en cada proyecto.

¿Cuál es su estrategia de posicionamiento en el mercado?

Nuestra estrategia y posicionamiento en el mercado se basan en tres pilares fundamentales: la calidad, la innovación y la satisfacción del cliente. Entendemos que nuestro éxito depende directamente del éxito de nues-

tros clientes, por lo que nos esforzamos en proporcionar soluciones específicas y personalizadas para cada uno de ellos. Nos enorgullece contar con un amplio catálogo de productos, respaldado por altos estándares de calidad y rendimiento, lo que nos ha permitido ganar la confianza del sector tanto a nivel nacional como internacional.

¿Cómo vislumbra las perspectivas de futuro?

Tengo que decir que estamos emocionados por lo que está por venir. Recientemente hemos cambiado nuestro nombre, que no afecta a nuestros datos fiscales y manteniendo la misma estructura organizativa, para reflejar nuestra evolución y crecimiento. El cambio de nombre a NOGOSA IBÉRICA, S.L.U. es un paso importante para nosotros, ya que representa nuestra visión de futuro y nuestro compromiso con la excelencia en los productos y servicios que ofrecemos. Estamos preparados para continuar creciendo dentro del sector y consolidar nuestra posición como referentes en la distribución de herramientas para la construcción.

Así mismo, continuaremos ampliando nuestra oferta de productos, mejorando y perfeccionando cada una de las familias adaptándonos a las nuevas tecnologías y demandas del mercado actual. La satisfacción de nuestro cliente es nuestra principal motivación, y nuestro compromiso con la calidad, la innovación y su satisfacción es la clave de nuestra trayectoria.

Contamos con un equipo de profesionales altamente experimentados y dedicados, que están listos para brindar la mejor atención, servicio y el mejor asesoramiento personalizado. Nuestro objetivo es fomentar el crecimiento y el éxito de nuestros clientes, brindándoles unas herramientas de calidad y las soluciones más adecuadas e innovadoras permitiendo que les ayude a alcanzar sus metas en cada proyecto de construcción.

¿Para ustedes la sostenibilidad es una opción de futuro?

Yo diría que ya es de presente. En NOGOSA IBÉRICA, estamos comprometidos con la sostenibilidad y buscamos constantemente reducir nuestra huella ambiental para mejorar nuestros procesos productivos y garantizar



un impacto positivo en el entorno. Nos esforzamos por utilizar materiales y tecnologías que sean respetuosos con el medio ambiente, y promovemos prácticas sostenibles en toda nuestra cadena de suministro.

Esperanzado, pues, de cara al futuro.

Nosotros estamos orgullosos de nuestra historia, nuestro compromiso con la calidad y nuestra capacidad para ofrecer soluciones innovadoras en la distribución y fabricación de herramientas para la construcción. Seguiremos trabajando arduamente para seguir ofreciendo herramientas profesionales de la más alta calidad y las soluciones más innovadoras para la construcción. Nuestro objetivo es seguir creciendo y superando las expectativas de nuestros clientes, colaborando estrechamente con ellos para impulsar su éxito y contribuir al progreso del sector de la construcción en España y Portugal.

Texto: Ramon Capdevila

Fotos: L'informatiu



El cambio de nombre a NOGOSA IBÉRICA, S.L.U. es un paso importante para nosotros, ya que representa nuestra visión de futuro y nuestro compromiso con la excelencia en los productos y servicios que ofrecemos”



ChovA

SISTEMAS DE IMPERMEABILIZACIÓN Y AISLAMIENTO



IMPERMEABILIZACIÓN



**AISLAMIENTO
TÉRMICO**



**AISLAMIENTO
ACÚSTICO**



ChovASTAR

902 10 90 20 y 96 282 21 50

Ctra. Tavernes - Liria Km 4,3 · 46760 TAVERNES DE LA VALLDIGNA (Valencia) ESPAÑA

chova@chova.com www.chova.com

FILA sigue con éxito con sus jornadas de demostración

Estas jornadas de demostración organizadas por **Fila España** por todo el territorio nacional están muy bien consideradas y cuentan con una muy buena acogida por parte de los almacenes distribuidores de materiales de construcción y también por sus clientes, ya que representan un punto de encuentro muy importante entre Fila y los profesionales de la construcción que buscan cada día soluciones concretas e innovadoras para mejorar y completar su trabajo.

En esta ocasión, FILA ha realizado sus Jornadas en los puntos de venta de **Amargant Sant Pol**; **Materials Homs**; **Corretja**; y **Materials Confort**, todos en la provincia de Barcelona; y **BigMat Segmento del Ocio**; **Suministros Ibiza**; y **Materiales de Construcción Rampuixa**, en Ibiza (Balears).



▲ A la izquierda Carlos Roeniger, de Amargant Sant Pol (Sant Pol de Mar), con Ramon Bufi, Responsable Área Noreste de Fila.



▲ Josep Cuixart, de Materials Homs (El Masnou) con Ramon Bufi.



▲ Andreu Corretja, de Corretja (Vic) y Ramon Bufi.



◀ Ferrán González y Albert González, de Materials Confort (La Garriga) y Rampn Bufi.



▶ En el centro, Jordi Adsuara, Responsable Asistencia Técnica y Formación de Fila, con el equipo de BigMat Segmento del Ocio.



▲ Jordi Adsuara con el equipo de Materiales de Construcción Rampuixa.



▲ Jordi Adsuara con el equipo de Suministros Ibiza.

creixem junts!!

*molt més que el teu
grup de compres*


+12 ANYS
amb tu

EM  **CAT**
GRUP

*projecta el teu negoci...
el teu futur és
el nostre compromís!*

www.emccat.cat
Tel. 93 70 70 700

ToolQuick Express es la nueva fórmula de crecimiento de ToolQuick

ToolQuick presenta su nuevo plan de expansión con los nuevos puntos **ToolQuick Express**, una nueva fórmula de alquiler de maquinaria y herramientas. De esta manera, la que fuera hasta ahora Premio ERA a la Mejor Empresa de Alquiler de Europa 2022, apuesta por sumar a sus 33 tiendas propias, una nueva forma de crecimiento que le permitirá abrir 8 puntos más y llegar a la cifra de 41 emplazamientos ToolQuick.

“Consolidar las últimas tiendas abiertas e impulsar una nueva línea de aperturas Express se enmarcan dentro del plan de expansión diseñado para continuar siendo la marca de referencia en el sector del alquiler de pequeña maquinaria y herramienta de los profesionales de la construcción y reforma”, **señala el CEO de la compañía, José L. Aliaga.**

El concepto **Express ofrece todo el catálogo de maquinaria ToolQuick** con más de 300 familias, y da un servicio de entrega de 24 horas una vez confirmada la reserva. La idea es funcionar como un intercambiador para facilitar la recogida y entrega del artículo sin pérdidas de tiempo ya que las gestiones se han realizado anteriormente con el cliente. Además, cuenta con un equipo de profesionales capaces de facilitar al cliente el asesoramiento y la solución para su trabajo. Según **ToolQuick**, dentro de la nueva línea de negocio se pretende ampliar las alianzas estratégicas para lograr un mayor crecimiento en el sector del alquiler y superar la cifra de los cien mil clientes conseguidos este año.

La hoja de ruta implica nuevas aperturas dentro de las zonas de influencia de Cataluña, Comunidad Valenciana, Andalucía y Madrid. El primer ToolQuick Express está situado en Gamma Saneamientos Azara, en Collado Villalba (Madrid), y en breve se abrirán 2 en Barcelona, 2 en Valencia y 2 en Alicante.

► Cristina Bueno, responsable de tiendas ToolQuick, con Miguel Azara, dueño de Gamma Saneamientos Azara.

La compañía prevé abrir durante **este año más localizaciones Express hasta llegar** al punto de eficiencia, entendiéndose que esta ramificación del negocio es una evolución que no cambia los objetivos y que continúan en la línea de innovación y búsqueda de soluciones a pymes, autónomos y particulares con la necesidad de alquilar herramientas y equipos pequeños adecuados para realizar sus trabajos de renovación, reforma, mantenimiento y jardinería.

El concepto ofrece todo el catálogo de maquinaria ToolQuick, con más de 300 familias y da un servicio de entrega de 24 horas

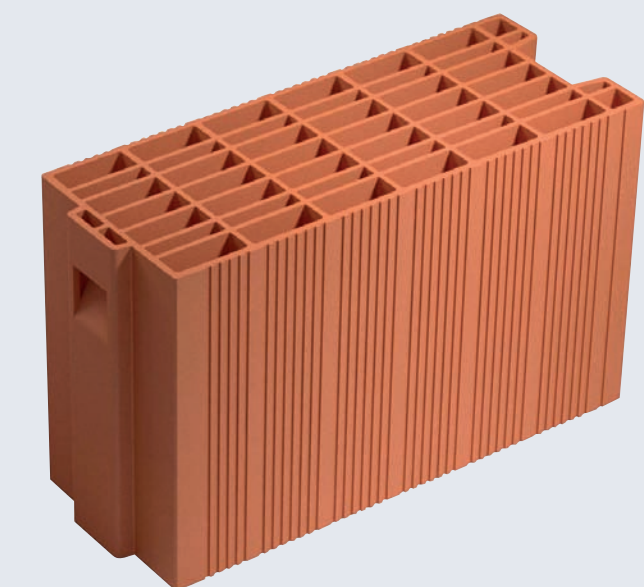


CALIBRIC ONE

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



Gemma Duran, nueva comercial de KAPATAZ

Recientemente, Gemma Durán Lloret se ha incorporado a la empresa KAPATAZ como la nueva responsable comercial.

Su trayectoria profesional siempre la ha enfocado en el mundo comercial, conociendo en estos años varios sectores como el farmacéutico, la telefonía y la maquinaria de codificación y marcaje industrial en la empresa Pampols.

Reconoce con cierto orgullo, que de todos los sectores **“he aprendido lo más importante de un comercial**, que es la constancia y la resolución rápida de los problemas, y tener también empatía y transmitir toda mi alegría trabajando”.

La **historia de KAPATAZ** se remonta al año 1961, cuando en el transcurso de una visita comercial como tantas otras, un cliente le enseñó a Joaquim Mititieri un nuevo nivel de la marca francesa *Anti-choc*, y simplemente le pidió que se lo consiguiera. **Joaquín Mititieri se puso manos a la obra y se desplazó a la pequeña localidad fronteriza de Saint Louis**, entre Suiza y Francia, donde se encontraba el propietario de los famosos niveles, el señor Holzac. De esta manera, DEC Mititieri incorporaba la 1ª línea de niveles e iniciaba así su trayectoria en el mercado. Posteriormente, incorpora otras marcas internacionales como Knipex, Mob, Ravendo... y es entonces cuando decide crear su propia marca Kapataz, que se mantiene sólida en el mercado después de casi 60 años.



Seleccionamos y distribuimos todo tipo de áridos y materiales para la construcción, con la posibilidad de personalización de distintos formatos de envasado y embalaje, adaptados a las necesidades de cada cliente.

NUEVA GAMA LÁSER BELLOTA



¿Quieres
saber más?
¡Escanea el QR!

 **BELLOTA**



KAPATAZ

Tools for professionals

SINCE 1961

→ DEC Mititieri S.A.
Pg. Lleó Bergadà, n.7
Pol. Ind. La Gelidense
08790 Gelida - T. 93 779 02 50
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, 1ª Izquierda 07009
Teléfono: 971 20 42 00



AGENTE DIGITALIZADOR



PARTNER TECNOLÓGICO
andimac<

Ets magatzem i vols formar part del nostre grup?

Contacta'ns a:
grumat.cat@gmail.com
T. 678 337 744

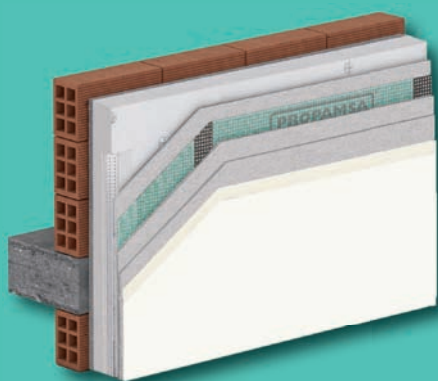


Magatzems del grup

Azulejos V. Porcar
Banys Santamaria
Capar
Cerdan
Lozano, Materials de Construcció
Sanitarios Bolaño
Saumell
Subicer

PROPAMSA

NUEVO SISTEMA PROPAM® AISTERM NATURE



En PROPAMSA reforzamos nuestra apuesta por la sostenibilidad con un nuevo sistema de aislamiento térmico por el exterior.



ESPECIAL SATE



DEFORMABLE



MÁXIMA ADHERENCIA



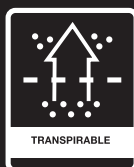
MUY ALTA RESISTENCIA AL IMPACTO



ESPECIAL SATE



DEFORMABLE



TRANSPIRABLE



IMPERMEABLE AL AGUA DE LLUVIA



Luz exterior, confort interior



Serie S70, perfil de 70 con 6 cámaras y vidrio de ahorro de energía 4-16ar-4i glas con una transmitancia térmica $U_g=1.1$.

confort

Del fr. confort, y este del ingl. confort.

1. m. Bienestar o comodidad material.



Gran Stock en diferentes medidas



Alta Calidad al mejor precio



Fabricación a medida



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



Hacemos fácil su día a día

gronpes
distribución



HiKOKI



*Nuestra motivación,
solucionar los inconvenientes*

ESTANKA
HIGH PERFORMANCE DOORS



Polígono Industrial La Torre · C. Juan de la Cierva, s/n
08760 MARTORELL (Barcelona)

Tel. 93 775 35 51 · info@gronpes.com
www.gronpes.com



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

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.

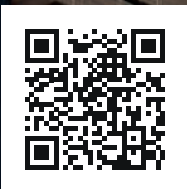
TODO **OK**
CON **MAPEI**

Conoce más en www.mapei.es



 **MAPEI**[®]





VER VIDEO



reddot winner 2022



SISTEMA

NOVOVIERTEAGUAS SP

Sistema de Doble Impermeabilización

Modelo de Utilidad

U202032671

AL MAL TIEMPO, BUENA CARA

Deja de preocuparte definitivamente por las tormentas y las lluvias torrenciales. Pon tu mejor sonrisa pues te ofrecemos la solución que tú tanto necesitas.

Ahora con el nuevo **Sistema Novovierteaguas SP** te olvidarás para siempre de los chorretones y humedades de tu fachada.

El **Sistema Novovierteaguas SP** es un innovador sistema vierteaguas superpuesto para colocación en coronaciones, terrazas, balcones y/o ventanas antes o después de obra.

La pieza principal del sistema es un perfil de aluminio ranurado en toda su longitud con el exclusivo goterón EMAC®, que incrementa su eficacia en la canalización del agua lejos de la pared. Cuenta con un sistema de doble impermeabilización para evitar la filtración del agua. De forma opcional puede instalarse una tira led para aumentar su carga decorativa. Dispone de tapa de terminación, pieza de unión y de ángulo.

¡Vas a desear que llueva!.



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

Con velo
o sin velo,
lo importante está en el interior



URSA TERRA Vento Plus T0003

La lana mineral de vidrio para
fachada ventilada que no necesita velo



No hidrófila
y no capilar



Excelente
aislamiento
térmico



Excelente
aislamiento
acústico



Excelente
reacción
al fuego



Fácil
instalación



Ahorro



Reciclable

Aislamiento para un mañana mejor





GRUPO
GRECO
GRES

iCeramics by extrusion®

**MORE SUSTAINABLE
BUILDINGS**

Our way of doing things right.

Edificios más sostenibles

"Nuestra
forma de
hacer las
cosas bien"

Este edificio
Fachada porcelánico
imitación a la madera de
gran durabilidad y resistencia

About this building
Porcelain façade imitating
wood, highly durable and
resistant.

NUESTRAS MARCAS/ OUR BRAND
Frontek Argos Venatto Klinker

(+34) 925 500 054
www.grecogres.com



Pacto Mundial
Red Española

Europa | Asia | Oriente Medio | América | Oceanía