



Tejero Construcció i Interiors, 60 años de una historia familiar y de empresa

La historia comienza en el año 1963 cuando dos hermanos, Alfonso y Eugenio Tejero abren las puertas de la empresa "Hermanos Tejero" en la localidad tarraconense de Miami Playa. Hoy, es el almacén de referencia en su zona de influencia. [Página 36](#)

L'informatiu

www.almacenesconstruccion.com

AÑO 2023
SEPTIEMBRE • Núm. 128

LA REVISTA DE LOS ALMACENES
DE LA CONSTRUCCIÓN

Jòdul presenta un nuevo concepto de espacio en su exposición de Taradell

[Página 40](#)



EUGENIO DE LA ROSA NIÑO

Director General de
IBERGROUP



“El desarrollo y la profesionalización del sector necesitan concentración y una mayor dimensión, pero también especialización”

[Página 26](#)

Analizamos el nuevo tablero donde el sector se juega su futuro **OPINIÓN**

[Página 9](#)

Rollgum Fix

Lámina EPDM impermeabilizante
AUTOADHESIVA



Una solución fácil y rápida para su impermeabilización



Ahorre tiempo y dinero con un sistema eficiente



rollgum.com/fix

NUEVA GAMA PULSA

CLAVADORAS A GAS MULTIMATERIAL

NEVER STOP
BUILDING

AHORA
MÁS LIGERA
Y COMPACTA



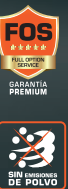
PULSA 27E

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



Aplicación comparativa de costes de taladro VS clavadora



Integramos **soluciones** para dar valor a tus **proyectos**

¡SOMOS IBERGROUP!

ibergroup.com.es



construdeco



JORGE FERNÁNDEZ



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.

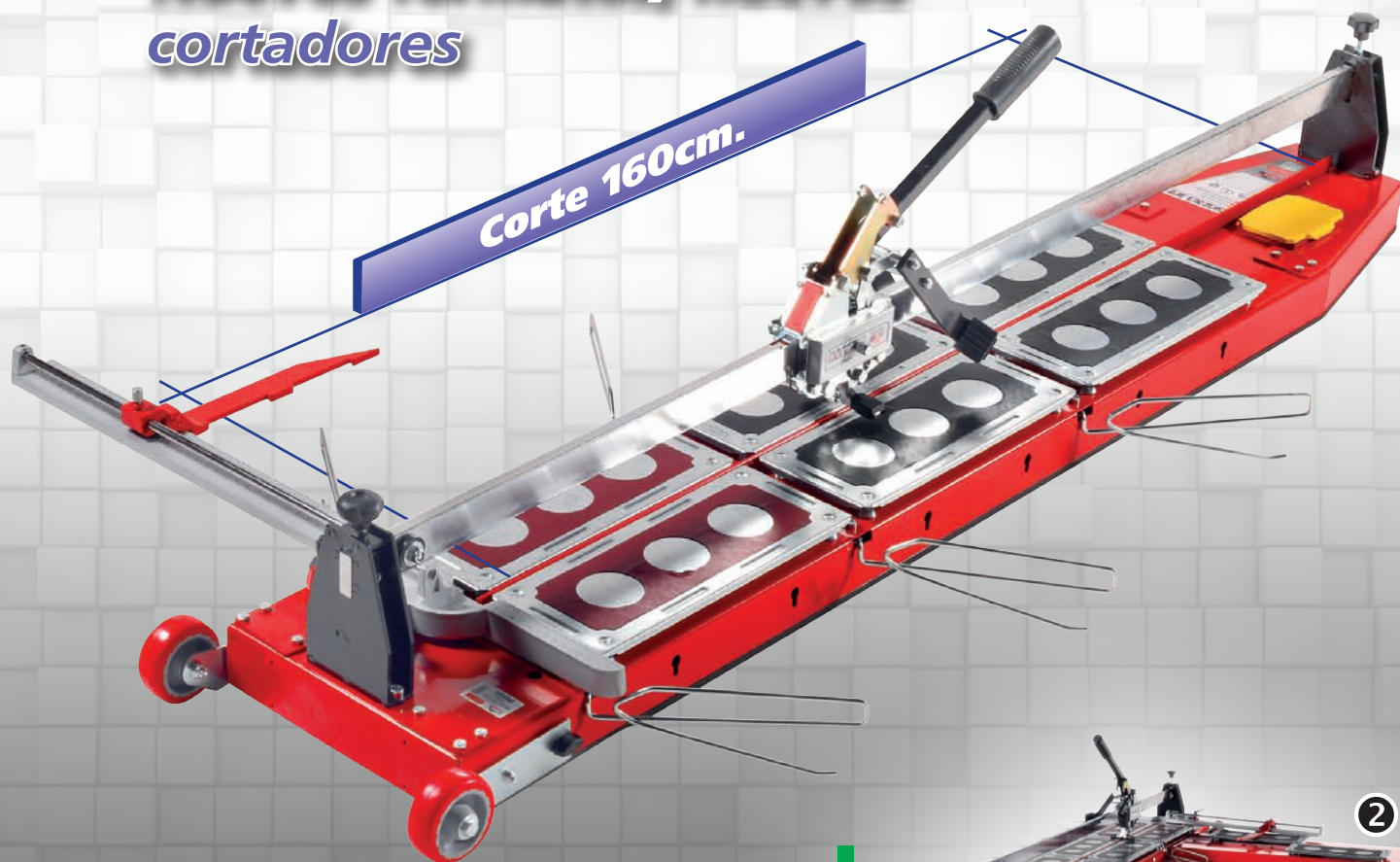

FIXCER
ADHESIVOS Y PRODUCTOS QUÍMICOS
PARA LA CONSTRUCCIÓN

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



CONS
Tools

TOMECHANIC
HISPANIA S.A.

La combinación PERFECTA



ADHESIVO
GEL

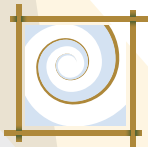


MULTI-
PRESTACIONES

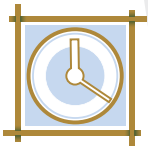


FIBRORREFORZADO

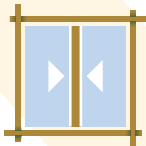
G100 + **G#color**
by GECOL



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





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

NUEVA GAMA DE
CUBOS DE CAUCHO

CARGA
CON
TODO



BELLOTA

www.bellota.com

EL NUEVO TABLERO DONDE EL SECTOR SE JUEGA SU FUTURO



RAMÓN CAPDEVILA

Director de L'informatiu

Según Insider, la compañía estadounidense de medios digitales, son la treceava familia más rica del mundo con un patrimonio de 38.400 millones de dólares, según datos del año 2020. Estamos hablando de la familia Mulliez, propietaria de OBRAMAT, Leroy Merlin, AKI y Decathlon, entre otras marcas.

El grupo está presente en más de 30 países, con una facturación de 100.000 millones de euros y cuenta con más de 700.000 empleados. Pues, sí; esta es la gran amenaza de los almacenes de materiales de construcción, la familia Mulliez.

Ante este escenario, la "crisis" que puedan tener los almacenes toma el nombre de Obramat. Además, ahora también nos encontramos con SALTOKI, que parecía que estaba en otra guerra (fontanería) pero resulta que abrió recientemente un nuevo almacén de 30.000 metros cuadrados en Getafe (Madrid), con una oferta dirigida claramente a los profesionales de la reforma y la construcción. Con esta apertura, Saltoki suma un total de 14 puntos de venta que disponen de materiales de construcción. Por su parte, OBRAMAT ya cuenta con 34 y tiene en cartera la apertura de otros centros antes de final de año. Pues este es el nuevo tablero de la partida que se está jugando en estos momentos y que sin duda se seguirá jugando en los próximos años.

Hace ya un cierto tiempo que venimos alertando, cada vez más, que estos grandes operadores están cogiendo mucha cuota de mercado y, además, su estrategia ataca directamente nuestra línea de flotación: el volumen y los márgenes. Cada vez cuesta más crecer y los márgenes son cada vez más reducidos. Ante este escenario, algunos grupos de compra han entendido la situación y han movido ficha para conseguir aumentar la masa crítica y de esta manera acceder a unas condiciones mejores. Hay que crecer en volumen. No hay más. Y crecer en volumen ya no es, solamente, crecer con nuevos asociados (ya es muy difícil) es crecer a base de adquisiciones y/o acuerdos.

El futuro pasa, sin duda, por la concentración, y en la medida en que el mercado se concentre en menos almacenes, las centrales que aporten menos valor irán desapareciendo.

También, y por lo que respecta solamente a los almacenes, una de las estrategias es también la adquisición de otros puntos de venta, (de hecho, ya se están dando algunos casos) y otra también muy interesante es la fusión entre almacenes en la misma zona de influencia. Esta última es posiblemente por la propia idiosincrasia de las empresas un poco complicada llevarla a término. Pero necesaria.

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. 128, Septiembre 2023 • Depósito legal: 29179-94

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

CEMENTOS ECOPlanet

LA GAMA DE CEMENTOS HOLCIM
CON MENOS EMISIONES DE CO₂

NUEVA
IMAGEN



[in](#) [@](#) [X](#) [f](#)
holcim.es

 **HOLCIM**

BigMat sigue creciendo y se hace con el 100% de la central de compras de Jesús Babío, Casa y Baño

El Grupo BigMat ha comprado el 100% de la central de compras gallega **Jesús Babío, Casa y Baño**, especializada en la decoración y equipamiento de baños y para el hogar, y que cuenta con una importante cuota de mercado en las zonas centro y noroeste de España, con presencia en 12 países y con una facturación total entre todos sus asociados de más de 300 millones de euros.

El acuerdo implica la adquisición por parte de BigMat de la Central de Compras que da servicio a **los 120 puntos de venta de Casa y Baño**, además de la compra de las tres exposiciones propias de Jesús Babío que tiene ubicadas en las localidades gallegas de Santiago de Compostela, en Perillo (A Coruña) y en Pontevedra, y que pasarán a denominarse **"BigMat Jesús Babío"**. De estas 3 exposiciones se harán cargo de su gestión dos asociados de BigMat. En este nuevo contexto, y con el fin de dar un mejor servicio a sus clientes, estas tres exposiciones se van a reestructurar y reformar ampliando su surtido y adaptándolo al modelo de los puntos de venta de BigMat.

Al mismo tiempo, y aprovechando las sinergias creadas con esta operación, BigMat continuará dando servicio a todos los asociados de Casa y Baño. En este contexto, y para que este servicio sea mejor que el actual, los propietarios de Jesús Babío, y la central de Casa y Baño, pasarán a ser consejeros externos del Grupo BigMat. Para **Pedro Viñas, presidente del Grupo BigMat**, "esta operación demuestra que BigMat continúa siendo la empresa vector que profesionaliza el sector de los materiales de construcción y, como tal, potencia los negocios de proximidad de la PYME frente a los "category killers" y otras empresas verticales extranjeras".

La adquisición de Jesús Babío, Casa y Baño **se enmarca en el plan estratégico de crecimiento de BigMat** para reforzar su posición de liderazgo dentro del sector de los materiales de construcción y bricolaje para profesionales y particulares. Con este objetivo, BigMat ha desarrollado previamente las centrales de compra **Más Obra y Divendi**, además de otras compañías ligadas con el negocio. Esta última integración de puntos de venta lleva a BigMat a gestionar las compras de más de 1.000 puntos de venta en toda la península ibérica, incrementando la superficie de venta en la que tiene presencia en más de 30.000 m², aumentando de esta forma a más de 1,5 MM los m² gestionados entre todas las enseñas.



▲ De izda. A dcha.; Pedro Viñas, Presidente Grupo BigMat; Jesús Babío, Presidente Grupo Jesús Babío, Casa y Baño; Javier García González, secretario del Consejo de Administración de BigMat y Jesús María Prieto, Director General del Grupo BigMat.



▲ Punto de venta de Casa y Baño en Santiago de Compostela (La Coruña).

Con esta adquisición, BigMat ya cuenta con cuatro enseñas: BigMat, Mas Obra, Divendi y Casa y Baño

BigMat consolida una importante inversión en su Proyecto Logístico, BigLog

El grupo BigMat está consolidando una **importante inversión en logística** y destinará **más de 3 millones de euros a su proyecto logístico BigLog**. Según un comunicado hecho público por los responsables de BigMat, esta inversión tiene como objetivo «incrementar la eficiencia, la sostenibilidad económica y medioambiental y reducir la huella de carbono».

Para los **responsables de logística de BigMat**, la implementación de esta estrategia se verá reflejada en un ahorro en transporte de cerca de un 45% y una reducción de la huella de carbono del 36%. Actualmente, los proveedores de BigMat recorren 2,8 millones de kilómetros, equivalente a dar la vuelta al mundo 70 veces. Con la nueva red de Centros de Almacenamiento y Distribución, esta distancia se reduce en un 70 % y, con ello, se evita la emisión de 82 toneladas de CO₂. **Y en cuanto a la distribución a los socios, se reduce en un 45 % la distancia recorrida**, el equivalente a 230 toneladas menos de CO₂. Para completar esta estrategia, **BigMat añadirá tres nuevos centros** logísticos a su red, que se sumarán a los que tres ya dispone en Pinto (Madrid), Sant Just (Barcelona) y Burriana (Castellón). El cuarto estaría ubicado en la zona norte de la península, el quinto en el sur y el sexto en las Islas Canarias. Además, **se aprovecharán las sinergias con la cooperativa Alcongal, a través de Centromat**, en el noroeste peninsular.

Por último, BigMat dispondrá de camiones dúo para realizar las entregas y recogidas entre sus centros logísticos, que le permitirán incrementar la eficiencia en transporte en un 35 %. El retorno con recogida en fábrica, además, supondrá un ahorro de costes del 30 %.



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

Af Informática Aplicada, S.A.
Eduardo Boscá, 13 Valencia

af
informática

At. cliente 963 379 580
af@afinformatica.com

“JUNTOS CREANDO VALOR”, nuevo lema de las convenciones de gerentes de GAMMA



Con un formato muy afianzado, el grupo GAMMA celebró durante el pasado mes de junio **sus convenciones de gerentes por toda España** con un equipo de la Central que se desplazó por toda la geografía española haciendo un total de 11 paradas en ciudades como Santiago, León, Zaragoza, Bilbao o Sevilla, entre otras.

Unas convenciones a las que asistieron más de 300 representantes de sus almacenes asociados, y cuyo objetivo era dar a conocer las novedades del Grupo tanto en temas estratégicos, como en lo que se refiere a novedades de producto, proveedores o compras conjuntas. De hecho, **esta edición se ha presentado bajo el lema “Juntos creando valor”**, como premisa fundamental que va a marcar el rumbo del Plan Director y las líneas estratégicas del período 2023-2025. **Una apuesta por la evo-**

lución y por el salto cualitativo que deben aportar las Centrales de Compras si quieren seguir ofreciendo un modelo útil, rentable y competitivo a los almacenes de construcción.

Por eso, y aunque se habló mucho de futuro, el presente también tuvo su momento; se analizó el estado actual del mercado, así como todas las herramientas y oportunidades **que ofrece GAMMA con su modelo de negocio**. Además, también se destacó la importancia y las ventajas que aportan las Marcas Propias, tanto de cerámica como de baños. **Terradecor y Baho** son una gran oportunidad para los asociados de GAMMA, donde pueden encontrar una relación calidad-precio inmejorable y un surtido único con más de 2.000 referencias en baños y 1.500 en cerámica. Unas marcas exclusivas que ofrecen una diferenciación única y exclusiva para los asociados de GAMMA.

▲ Detalle de la convención celebrada en Aranjuez (Madrid)

Se trata de aportar un valor que es cada día más necesario para seguir creciendo y evolucionado en el sector de la distribución de materiales de construcción.



◀ Convención celebrada con los socios de Cataluña.

GAMMA incorpora dos nuevos asociados en Asturias y Andalucía

GAMMA incorporó a finales del pasado mes de julio a dos nuevos distribuidores asociados. Se trata de Valle de Quirós y Mármoles y granito Sierra Sur.

Valle de Quirós es un almacén de materiales de construcción ubicado en Asturias, concretamente en la localidad de Quirós, fundado en el año 2000 y regentado por los hermanos Alberto e Iván Fernández. Con su incorporación a GAMMA, Valle de Quirós se beneficiará de las ventajas de pertenecer a un gran grupo mejorando su competitividad, beneficiándose de la cartera de servicios y contando con el respaldo de una central con más de 30 años de experiencia en el sector.

Por su parte, **Mármoles y granito Sierra Sur**, es un almacén familiar fundado en el año 1955 en Jaén, y disponen de una tienda con exposición de cerámicas y baños, y de una nave de más de 1.500 m². Su objetivo con la incorporación a GAMMA es llevar a cabo su proyecto de crecimiento que implica, además de cambiar la ubicación de su tienda, ampliar el surtido de producto y, sobre todo, aprovechar para ampliar considerablemente su portafolio de servicios.



▲ En la foto, de izquierda a derecha: José Manuel Veiga, Director de Área de GRUP GAMMA y Alberto Fernández, Gerente del Almacén Valle de Quirós.

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



SALVATERRAZA® ECO



GAMMA GROUP presenta las últimas novedades de su marca Terradecor

Hace unas semanas GAMMA presentaba las novedades de su marca propia de baños, **Baho**, y ahora llegan las novedades de cerámica con la marca **Terradecor** que incluye más de 1.000 referencias entre las que destacan 31 nuevos modelos y colecciones. Las más destacadas se centran en las nuevas series cerámicas; pavimentos y revestimientos fieles a las tendencias más actuales que se convierten en la mejor opción para la reforma del hogar. Además, los grandes formatos como el 60x120cm. son perfectos tanto para suelos como para paredes por sus ventajas y su gran versatilidad.

Este nuevo catálogo de Terradecor **incluye mejoras a nivel visual** con imágenes de gran tamaño acompañadas con los precios de venta al público.

Organizados en 5 categorías: revestimientos, maderas interior y exterior y pavimentos, también interior y exterior, Terradecor presenta un total de 108 modelos todos disponibles en stock en la plataforma logística de la Central.



▲ Nuevo catálogo Terradeco, “La piel de tu hogar”

Nueva edición 2023/2024 de su catálogo de baños

Con un formato más práctico y bajo el lema “...el baño que sueñas” el nuevo Catálogo de baños 2023/2024 de GAMMA es toda una declaración de intenciones. En primer lugar, porque pone a su alcance la marca propia de baños más completa del mercado, **Baho**, junto con las firmas de más prestigio del sector. Y eso implica tener un escaparate más amplio de baño para poder ofrecer a su cliente un producto único, exclusivo y siempre con la practicidad y las últimas tendencias como premisas principales gracias a contar también las marcas de más prestigio del mercado actual.

Se trata de una publicación muy esperada que llega con nuevas ideas y nuevos productos en todo lo que se refiere a interiorismo de baños. Y la primera muestra de ello son los **nuevos Baños completos**: un concepto muy afianzado que este año presenta hasta un total de 14 propuestas que recrean ambientes de tendencia adaptables a cualquier baño como propuesta exclusiva en el mercado. Unos baños que, tal como su nombre indica, ofrecen la posibilidad de trasladar ese ambiente de forma completa al baño del cliente.



▲ Con un formato más práctico y bajo el lema “...el baño que sueñas”, así es el nuevo Catálogo de baños 2023/2024 de GAMMA.

GAMMA TÍAS se forma en suelos laminados con la firma exclusiva MODERNA

El pasado mes de junio, la firma de suelos laminados **Moderna**, marca exclusiva y solo disponible para los asociados del grupo GAMMA, realizó una formación en suelos laminados para los más de 60 empleados en el punto de venta que GAMMA TÍAS tiene en la localidad de Tías, en la isla de Lanzarote.

Esta formación, realizada por **Jesús Pardo**, director comercial de Moderna, acompañado por el director de área de GAMMA, **Sergi Martínez**, se llevó a cabo en 3 turnos para poder ofrecer un mejor funcionamiento y se centró en conocer un poco más el producto, así como también los requerimientos e instrucciones de su aplicación y montaje.

Esta jornada de aprendizaje, muy bien valorada por los asistentes, les permite ofrecer un mejor asesoramiento al cliente en un producto tan demandado en los últimos años como son los suelos de madera.

Ferretería Tías, todo un referente en Canarias, es una empresa familiar fundada en 1975 y que actualmente dispone de 5 puntos de venta repartidos por las Islas Canarias. La empresa se unió a la familia GAMMA en julio de 2022.



▲ A la izquierda Jesús Pardo, director comercial de Moderna, acompañado por el director de área de GAMMA, Sergi Martínez.

CALIDAD CERTIFICADA
SOSTENIBILIDAD



TOTAL TECH

PUEDE CON TODO

**PEGA
SELLA
REPARA**
INCLUSO BAJO AGUA



TODOS LOS
MATERIALES



AGUA
POTABLE
CLORO



RESISTE
RAYOS UV



PRODUCT SAFETY
ISEGA
WATER RESISTANT

CE

AC Marca
Adhesiys, S.A.
DoP 13 03573

EN 15651-1
F EXT-INT CF
EN 15651-2
G CF
EN 15651-3
S
EN 15651-4
PW EXT-INT

Marcado CE
para juntas:
- Ventanas
- Fachadas
- Sanitarias
- Peatonales

GAMMA consolida su estrategia de crecimiento en Portugal

T. Vieira Materiais de Construção LDA se ha convertido en el vigésimo quinto asociado de GAMMA en Portugal, y consolida la estrategia de la Central en el país vecino. Además, con esta incorporación alcanza un total de 362 asociados repartidos en los tres países donde el Grupo está presente (España, Portugal y Andorra).

El proyecto del grupo en Portugal prevé incorporar más asociados respetando siempre la zona de influencia natural de cada almacén. Las previsiones indican que la firma **podría alcanzar los 50 asociados a finales del 2024** y estabilizarse alrededor de los 60 a finales del 2025.

Por lo que respecta a los proveedores, el Grupo **cuenta con 300 proveedores de materiales de construcción**, fruto del trabajo hecho en España durante toda su trayectoria. En este contexto, el Grupo se encuentra actualmente negociando con proveedores portugueses de todas las familias de la construcción y pretende ampliar este surtido con más productos para dar mejor servicio a sus nuevos asociados.

También, GAMMA prevé **incorporar próximamente una segunda persona** portuguesa para focalizarse en la captación de nuevos asociados y fortalecer las relaciones con proveedores portugueses.

35 años de experiencia

Fundada en 1989, GAMMA cuenta con casi 35 años de experiencia de los cuales dos han sido de trabajo intenso en Portugal. En este breve espacio de tiempo, **GAMMA ha conseguido hacer "parceria"** con almacenes de materiales de construcción referentes en sus zonas.

El objetivo del grupo no es solo comprar mejor, sino ayudar a sus asociados a crecer, ser más competitivos y mejorar su rentabilidad en el medio y largo plazo. Además, a parte de la gestión de compras, GAMMA también ofrece herramientas a sus asociados en ámbitos como la logística, la tecnología, la publicidad, las marcas propias, la formación o el Retail.

Otro de los puentes fuertes del grupo, y que le aporta un plus de diferenciación es el servicio de reparto semanal, ya que ofrece servicio de reparto con dos días de entrega semanal, a portes pagados y sin mínimos. Además, las marcas propias **BAHO** para baños, **TERRADECOR** para cerámica y **GAMMA** para materiales de construcción, son también un pilar estratégico del grupo, ya que aportan una exclusividad que permiten mejorar el margen medio y la rentabilidad de los almacenes asociados.



▲ La incorporación de T. Vieira Materiais de Construção LDA suma el asociado 25 consolidando así la expansión de GAMMA en el país vecino.



▲ Detalles de la zona de interior donde se ubica la exposición de cerámica, baños y cocinas.

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**[®]



BdB amplía su capacidad logística con una nueva campa en su centro de Nàquera



La Central de Compras y Servicios BdB ha ampliado su **capacidad logística superando los 10.000 m²** con una nueva campa en su centro de Nàquera (Valencia). A los 8.000 m² que ya disponía entre sus dos centros logísticos de Nàquera (Valencia) de 5.500 m² y Villarreal (Castellón) de 2.500 m², se suma ahora la superficie de una **campa de 2.500 m² ubicada también en Nàquera**.

Este sistema logístico supone una optimización del transporte y facilidades en el aprovisionamiento, incluso para sus Asociados de Canarias donde la Central esta presente con más de 10 puntos de venta. Esta ampliación permite a la Central una apuesta firme por la personalización de los servicios logísticos para sus Asociados.

El centro logístico BdB ofrece un **servicio para configurar cargas complejas y amplias con un surtido variado de productos** de materiales de construcción, baño, cerámica, ferretería y útiles de construcción con el que logrará mejorar el servicio al disponer de más capacidad.

Así, la Central permite a los Asociados trabajar con todas las categorías importantes en la distribución de materiales de construcción a lo largo de toda la geografía española, incluso las islas, ya que las condiciones de aprovisionamiento son muy ventajosas y competitivas.

La Central amplía y mejora un servicio de cargas complejas y personalizadas con surtido de materiales de construcción, baño, cerámica, ferretería y útiles de construcción apostando así por un servicio logístico flexible y a medida para sus Asociados en toda España

Potenciar la competitividad y reducir costes

Con esta nueva ampliación de superficie logística, la Central de Compras y Servicios **sigue con su filosofía** de mejorar y desarrollar de forma constante los servicios logísticos de BdB para potenciar la competitividad y reducir al máximo los costes de los Asociados.

“Las soluciones logísticas de BdB permiten a los Asociados trabajar con un stock *más bajo* en tienda pudiendo realizar pequeñas y variadas reposiciones con un rápido y eficiente servicio disponible en 2 horas para las recogidas en Nàquera, y con posibilidad de entrega también en las instalaciones del Asociado”, explica el **director general de BdB, José Durá**. “Se trata de un desarrollo de nuestros servicios y mejora constante de los mismos, así como mayores ventajas logísticas para nuestros Asociados que repercuten de forma directa en su productividad y competitividad”, su director general.

▲ El centro logístico BdB ofrece un servicio para configurar cargas complejas y amplias con un surtido variado de productos.

BdB acumula 26 altas de Asociados y se consolida en Canarias con 10 puntos de venta

La Central de Compras y Servicios BdB ha incorporado 26 nuevos almacenes de construcción a su red de distribución durante el primer semestre de este año. Con estas nuevas incorporaciones, la Central alcanza los 10 puntos de venta BdB en Canarias, concretamente en Gran Canaria, Tenerife, Lanzarote, Fuerteventura y La Gomera. Estos datos no solamente confirman un crecimiento sostenido del Grupo, sino también un alto grado de fidelización de los Asociados BdB, con unos indicadores que posicionan a esta Central como una de las referentes en el sector de la construcción.

Como estrategia de crecimiento a corto plazo, Grupo BdB seguirá ampliando los servicios logísticos, tanto del Centro Logístico de Náquera (Valencia), como de la Plataforma Logística de Villarreal (Castellón) con el claro objetivo de aumentar la competitividad de los Asociados y poder dar una buena cobertura a cualquier profesional de la construcción en toda España. También, otra parte fundamental de la estrategia se basará en seguir potenciando la marca, aportando visibilidad, y aprovechando la dimensión y la gran fuerza del Grupo para ayudar a los Asociados a mejorar sus puntos de venta y atraer nuevos clientes a sus tiendas.



Potenciar la marca será uno de los aspectos fundamentales en la estrategia de BdB



calidad | experiencia

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.

ALIANGROUP lanza su primera semana de ofertas virtuales



◀ ALIANWEEK se celebró durante la semana de 2 al 8 de octubre.

ALIANGROUP, la Central de Centrales que nació el mes de noviembre del 2021 de la mano de GRUP GAMMA y GRUPO BdB, celebró durante la semana del 2 al 8 de octubre, la primera feria organizada conjuntamente y bautizada con el nombre de **ALIANWEEK**, donde los socios de ambas centrales pudieron beneficiarse de promociones de los proveedores homologados hasta el momento por ALIANGROUP.

Esta semana de descuentos se presentó como una herramienta para la competitividad de los asociados y una oportunidad para los proveedores homologados que, gracias a formar parte de esta Central de Centrales, se pudieron beneficiar de los pedidos generados. En esta primera iniciativa han participado proveedores de gran relevancia para la Central de Centrales y los Asociados de GRUP GAMMA y GRUPO BdB: **Valenplas, Bellota, Arttros, Aco, Weber, Hikoki, Fischer, Fabregas, Deltaplus, Myrsac, Kerakoll y Leceaga.**

ALIANGROUP **aglutina en estos momentos a 784 almacenes de construcción, entre España y Portugal**, lo que supone para los proveedores tener acceso a una gran parte de la distribución profesional de materiales de construcción. Por su parte, los asociados de ambas Centrales disfrutaron de una semana extra de ofertas de sus proveedores, que se sumará a las distintas iniciativas que cada Central de Compras ponga en marcha, como son sus ferias comerciales independientes u otras iniciativas.

ALIANGROUP va avanzando en su objetivo de buscar sinergias que beneficien a sus Asociados en todo aquello que les une, manteniendo, eso sí, la independencia en lo que les diferencia. Este movimiento empresarial nació como respuesta a la tendencia de concentración en el sector, sobre todo en las áreas de proveedores y frente a las grandes superficies, y el objetivo de este movimiento estratégico de cooperación **es mejorar la competitividad de los Asociados de ambas Centrales al unir sus volúmenes de compras** y la capacidad de negociación que ello conlleva.

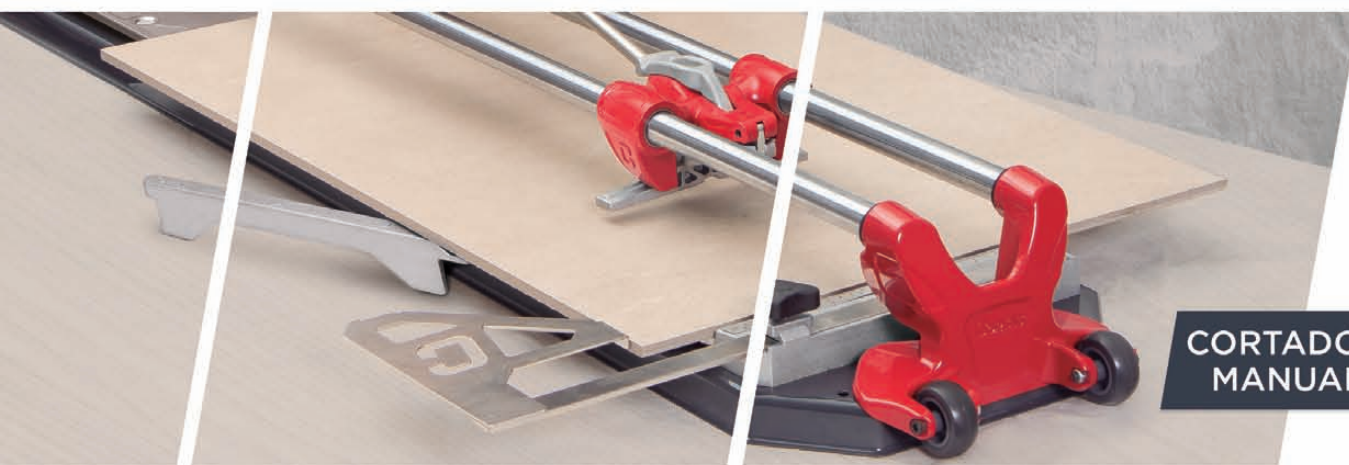
En esta primera iniciativa han participado los siguientes proveedores: Valenplas, Bellota, Arttros, Aco, Weber, Hikoki, Fischer, Fabregas, Deltaplus, Myrsac, Kerakoll y Leceaga

Este acuerdo estratégico, materializado en la sociedad mercantil **ALIANGROUP S.L. participada al 50% por ambos grupos**, se presenta como una alianza abierta a otras centrales del sector con el mismo espíritu colaborador y de cooperación, y que aporten sinergias para que los Asociados de las Centrales puedan beneficiarse.

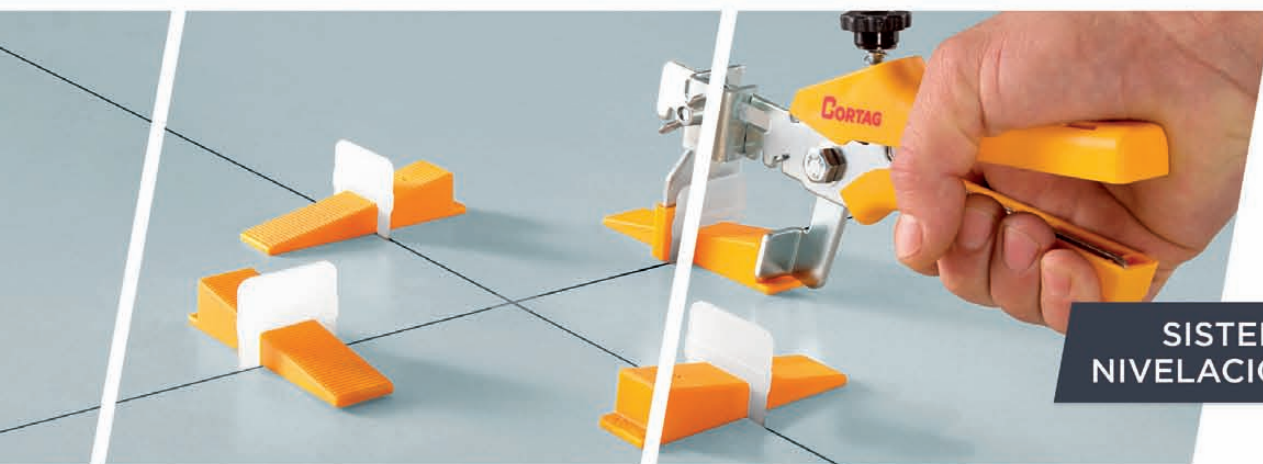
ESPECIALISTA EN HERRAMIENTAS Y ACCESORIOS PARA LA COLOCACIÓN DE REVESTIMIENTOS CERÁMICOS Y PORCELÁNICOS



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

OPINIÓN



¿Vender, Cerrar o Continuar? El futuro de nuestro negocio familiar

Jordi Tarragona

Consejero de familias empresarias

jordi@bowfc.com

La inmensa mayoría de las empresas son familiares (88% en España) y una de sus características definitorias es la voluntad de continuación en manos de la familia; pero toda empresa familiar debe plantearse al menos una vez en cada generación, al planificar el relevo, si lo más adecuado es continuar, vender o cerrar. Porque continuar es una opción, no una obligación. Si es una familia empresaria tal vez venda o cierre y emprenda un nuevo negocio. O se continúe con poda.

Para continuar el negocio ha de tener futuro y ser atractivo para los continuadores, y estos han de tener voluntad de continuar y capacidad para hacerlo. Continuar con la empresa familiar no quiere decir necesariamente trabajar en ella; si tiene suficiente dimensión la familia puede mantenerse en el gobierno o como simples propietarios activos. Al decidir hay que ser conscientes de las emociones ya que la sangre puede nublar la vista; no hay que poner dinero bueno sobre negocio malo, ni dejar un regalo envenenado a los continuadores. La participación de externos independientes en el análisis y toma de decisión puede ayudar a objetivarla.

Dicen que vender la empresa familiar es la mejor manera de maximizar la riqueza, profesionalizar la dirección y reducir los conflictos familiares. Cerrarla siempre es doloroso, sobre todo en el caso del fundador; pero las empresas, como las personas, están de paso en este mundo.

Si la decisión es continuar conviene tener claras las especificidades de la empresa familiar: el sustantivo es empresa, familiar el adjetivo. Diferenciar el sombrero de empresa (meritocracia) del de familia (amor) es más fácil de decir que de hacer. No es lo mismo la empresa

del fundador que la de primos, a medida que pasan las generaciones el capital se diluye y las visiones –todas ellas legítimas– pueden ir divergiendo. Hay que tener claro que espera la familia de la empresa, y que está dispuesta a darle. Y poner blanco sobre negro las normas de la relación bidireccional entre la empresa y la familia. Los problemas son previsibles, suelen deberse a poder, trabajo o dinero; preverlos no los evita, pero puede disminuir su intensidad y duración. La empresa familiar no debe ser una jaula dorada, de la que algún socio quiere salir y no puede hacerlo; es recomendable establecer mecanismos de salida justos para el que se va y viables para la empresa.

“Continuar con la empresa familiar no quiere decir necesariamente trabajar en ella; si tiene suficiente dimensión la familia puede mantenerse en el gobierno o como simples propietarios activos”

En todas estas cuestiones los asesores externos podemos ayudar, pero como la comadrona en el parto. Es la familia empresaria la que debe tomar las decisiones, recordando que suele ser cierto lo de que “a la larga lo bueno para la empresa es lo mejor para la familia”.

Acuerdo de colaboración entre DCC 3000 y COFAN

El Grupo Dcc 3000 ha firmado un acuerdo de colaboración con COFAN, una empresa que se creó en 2001, y que cuenta con más de 20 años de experiencia en el sector de la ferretería, el suministro industrial, el bricolaje y el hogar y la venta online

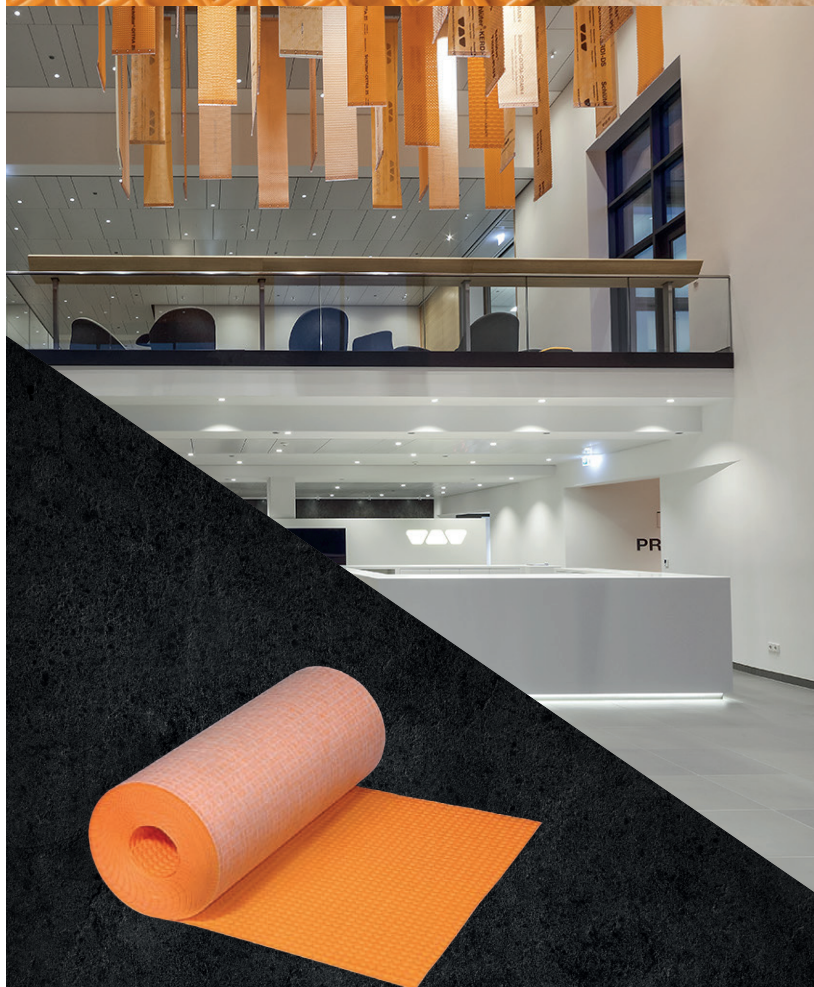
Los responsables de ambas compañías, Israel García, director de compras de Grupo DCC 3000, y José Julián Alberca y Juan Luque, Gerente y jefe comercial de COFAN, respectivamente, articularon un nuevo paquete de acciones conjuntas para tener más presencia en los almacenes asociados a la central de compras.

La tienda online de COFAN consta de un amplio surtido de más de 28.000 referencias, y todas las categorías se pueden visualizar de forma intuitiva para entrar directamente y encontrar los productos que necesita el almacén. Con este nuevo acuerdo, los almacenes asociados logran mejorar precios de compra para sus clientes finales, alcanzar una logística más eficaz y disponer de catálogos de producto generalista y folletos de tránsito con campañas y ofertas personalizadas, además de adecuar más espacios en tienda y nuevos lineales de venta.

Para Israel García, “estamos muy contentos con este acuerdo de compras que acerca a nuestros asociados a los mejores acuerdos de compra para la gestión de su negocio y, en este sentido, COFAN es un proveedor muy competitivo que demuestra estar en continua mejora. Prueba de ello es **su tienda online que estará implantada en todas las páginas web de nuestros almacenes asociados**”.



▲ Oficinas centrales de DCC 3000 en Córdoba.



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



“**Nuestro sector puede crecer fácilmente incluyendo en nuestra oferta soluciones que integren muchas más gamas de producto que las que trabajamos actualmente”**

Eugenio de la Rosa Niño

Director General de Ibergroup

Casado y padre de dos hijas, Eugenio es Ingeniero Industrial por la Universidad de Navarra y MBA. Natural de Valladolid (pero matiza con orgullo de la Ribera del Duero) es amante de la gastronomía y del buen vino, y por motivos profesionales ha vivido y conoce bien ciudades como Valladolid, Madrid, La Coruña y Barcelona. Aficionado a la lectura, el cine, la música y los deportes.

Buen conocedor del sector de la distribución en el sector eléctrico, estuvo casi 30 años en Schneider Electric, la última etapa como vicepresidente de distribución para Iberia; y también casi dos años como director de Compras y Marketing en Rexel Spain. Es, desde el pasado mes de abril, el nuevo director general de Ibergroup.

¿Cómo ha vivido su primer encuentro con el sector? ¿Ya lo conocía?

Conocía y conozco el negocio de la distribución, aunque desde la óptica del material eléctrico. Los problemas de la distribución de materiales de construcción, herramientas y equipamiento son muy similares, pero evidentemente con las particularidades específicas del propio sector. En mi opinión, tanto las necesidades de transformación del sector y de las propias empresas y de los grupos, como también las necesidades de digitalización y la evolución hacia la especialización, y la aportación de soluciones y desarrollo de la omnicanalidad, son comunes.

¿Cuál ha sido su primera impresión?

Estamos en un mercado con un enorme volumen de actividad y mucho potencial de crecimiento porque abarca muchos sectores y campos de desarrollo, con

un claro caldo de cultivo para la multi-especialización. Nuestro sector ha estado fuertemente afectado por los problemas de suministro de los dos últimos años, así como de las fuertes subidas de precios de los productos, la energía y el transporte y, es en este contexto, que he podido constatar que hemos aprendido a gestionarlo muy bien, incorporando con frecuencia herramientas digitales en la gestión del negocio y en la relación con los clientes o en la logística, como la incorporación de códigos QR en los puntos de venta, y otras iniciativas.

No obstante, tengo que decir que me ha sorprendido la falta de información de detalle del negocio que tiene nuestro sector con respecto al del material eléctrico. Existe una cierta opacidad, tanto por parte de los proveedores como de los propios distribuidores, a la hora de facilitar datos de consumo de materiales para conocer mejor la dimensión del mercado y trazar posibles estrategias.

¿Preséntenos a Ibergroup?

Somos un grupo consolidado de 12 distribuidores multi-especialistas de materiales de construcción, con un porcentaje alto de cobertura geográfica a nivel nacional con 102 puntos de venta, incluido Baleares y Canarias, y con una amplia cobertura de clientes dentro de sus respectivas áreas.

Los socios de Ibergroup somos capaces de ofrecer productos, servicios y soluciones integrales tanto para la obra nueva, como también para el mercado de la reforma, de los segmentos residencial y terciario principalmente, aunque también industrial y al sector de la prescripción como arquitectos, decoradores e interioristas. Nuestra facturación conjunta alcanzó los 370 millones de euros en el 2022.

¿Cuál es la estrategia de crecimiento y posicionamiento que se plantea Ibergroup a corto y medio plazo?

Estamos totalmente abiertos al crecimiento y expansión geográfica, siempre con socios del mismo perfil que los actuales. Para nosotros es muy importante la concentración en nuestras marcas homologadas, desarrollando acuerdos sólidos y con compromisos de expansión con los principales proveedores del mercado, que son un pilar fundamental de nuestra estrategia. También, desarrollamos y crecemos con nuestras marcas propias con las que nos identifica el mercado: Bravo, Futura y Diva, para materiales de construcción, cerámica y baño, respectivamente.

“Estamos totalmente abiertos al crecimiento y expansión geográfica, siempre con socios del mismo perfil que los actuales”

¿Cuál cree que es, ahora mismo, la gran asignatura pendiente del sector?

Probablemente la digitalización y cómo afecta a todas las áreas del negocio. Nosotros en Ibergroup priorizamos como estrategia todo lo relacionado con la digitalización de nuestro negocio, tanto desde el punto de vista de producto, como de los clientes y canales de venta.

La gestión, la logística y la omnicanalidad son claves en nuestro futuro. Y, junto con nuestros proveedores homologados, apostamos de forma inequívoca por la sostenibilidad. También, el negocio online, especialmente el B2B, va a representar un cambio sustancial.

¿La excesiva atomización del sector y el tamaño de las empresas puede ser un freno para su profesionalización?

No lo creo. Creo que hay oportunidades de concentración porque el mercado está muy atomizado. En este sentido, el desarrollo y la profesionalización del sector necesitan concentración y una mayor dimensión, pero también especialización. Y, frecuentemente, la profesionalización se consigue por tramos, con un número aparentemente elevado de empresas más pequeñas expertas en nichos de mercado, con grados altos de especialización, bien sea en una tipología de productos o soluciones, o en un tipo de clientes o partes del mercado.

¿Puede ser factible en el sector políticas de fusiones entre almacenes?

Sin duda. Nunca es fácil, pero es posible y seguramente necesario. En otros sectores está ocurriendo desde hace años.

Nosotros somos un país, en general, de empresas pequeñas y mercados atomizados, y eso forma parte de nuestra idiosincrasia y no es malo, pero no es menos cierto que en el entorno europeo al que pertenecemos los mercados son diferentes, cada país tiene sus particularidades, pero hay una cierta convergencia y nosotros ineludiblemente iremos por la senda de la concentración, con compras y fusiones.

¿Cómo analiza, en general, la evolución de los grupos de compra en España hasta ahora?

Creo que han evolucionado con mucha coherencia, buscando el crecimiento, la economía de escala y la profesionalización. En mi opinión, lo han hecho y lo están haciendo bien.

¿Cómo ve al sector después de los movimientos estratégicos que está llevando a cabo algunos Grupos de Compra de nuestro país?

Más concentrado, con un número menor de grandes actores, pero también con grupos especialistas que aportarán mayor valor añadido al mercado, con mucha formación y nivel de especialización, con un rol de asesoramiento, capaz de aportar soluciones avanzadas y enriquezcan el negocio.

¿La evolución lógica de los grupos puede ser una Central de Centrales?

Es una posibilidad, ciertamente.

¿Acuerdos con grupos de otros sectores como fontanería o electricidad es una buena opción?

Es una opción válida. De hecho, hay algún ejemplo de éxito en nuestro mercado. En todo caso, este tipo de actuaciones tienen que tener un sentido: hacerse por razones concretas y que aporten valor claramente. Las razones pueden ser de volumen, logísticas, optimización de estructuras, sinergias de negocio, etc. Cuando confluyen los intereses de varios grupos y se ve la oportunidad cierta, es evidente que estos acuerdos en mi opinión son una magnífica opción.



“Para hacer frente a las grandes superficies hay que trabajar la diferenciación y hacerlo en muchos campos: especialización, aportación de valor añadido y enriquecimiento de la oferta”

¿Qué nos tiene que diferenciar de las grandes superficies?

Aunque parezca un tópico, lo prioritario es la transformación. Y cuando hablo de transformación, hablo de digitalización como vehículo, pero sobre todo de una evolución clara hacia ventajas competitivas.

Para hacer frente a las grandes superficies hay que trabajar la diferenciación y hacerlo en muchos campos que ya hemos venido comentando: especialización, aportación de valor añadido y enriquecimiento de la oferta, ser punteros en las tendencias y no dar la espalda ninguna modalidad de innovación, trabajar definitivamente la omnicanalidad y fijarse mucho en las necesidades del cliente para darle una experiencia de compra inigualable.

¿Optimista de cara al futuro?

Siempre. Estamos en un sector con un potencial enorme. Pero, aunque es cierto que tenemos un nivel de tecnificación menor que en otros países de nuestro entorno, existe un potencial de crecimiento en obra nueva con necesidades de varios millones de viviendas en los próximos años, además del crecimiento en edificios de uso terciario en ciertos sectores de actividad, como hoteles, logística, etc.

Además, tenemos edificios susceptibles de ser reformados en un porcentaje altísimo, teniendo en cuenta que el 80% de los edificios españoles son ineficientes energéticamente. Los campos de actuación en la eficiencia energética, la sostenibilidad y la economía circular nos dan infinidad de oportunidades. Aunque los fondos europeos están todavía poco aprovechados.

¿Puede crecer el sector?

Sin duda. Nuestro sector puede crecer fácilmente incluyendo en nuestra oferta soluciones que integren muchas más gamas de producto que las que trabajamos actualmente. Y el nivel de tecnificación al que me refería en la anterior pregunta crece día a día y eso enriquece nuestra actividad. El campo de crecimiento en servicios está poco explotado en nuestro sector y la servitización, vender servicios asociados a los bienes que has vendido previamente, ha sido un vehículo de crecimiento adicional en muchos sectores. En fin, las oportunidades de crecimiento son inmensas, pero se trata de prepararse y capturarlas en nuestro beneficio.

¿Si tuviera una bola de cristal...?

Creo que es un sector no solo necesario sino imprescindible para el desarrollo económico de nuestro país, con un peso relevante en la economía. Aunque es un sector muy maduro, tiene muchas oportunidades de crecimiento y cada actor del mismo debe encontrar su sitio y actuar en consecuencia.

Es un sector en el que se produzcan más cambios en los próximos años que los acaecidos en la última década, pero que está preparado para afrontarlos porque las crisis pasadas han permitido que el sector aprendiera, evolucionara y esté preparado para un futuro esperanzador.

Trabajaremos con modelos de negocio nuevos que van a coexistir con los tradicionales y eso va a traer sin ninguna duda cambios de liderazgo en nuestro sector.

MATDECÓ: NUEVOS HORIZONTES ¡DESCÚBRENOS!

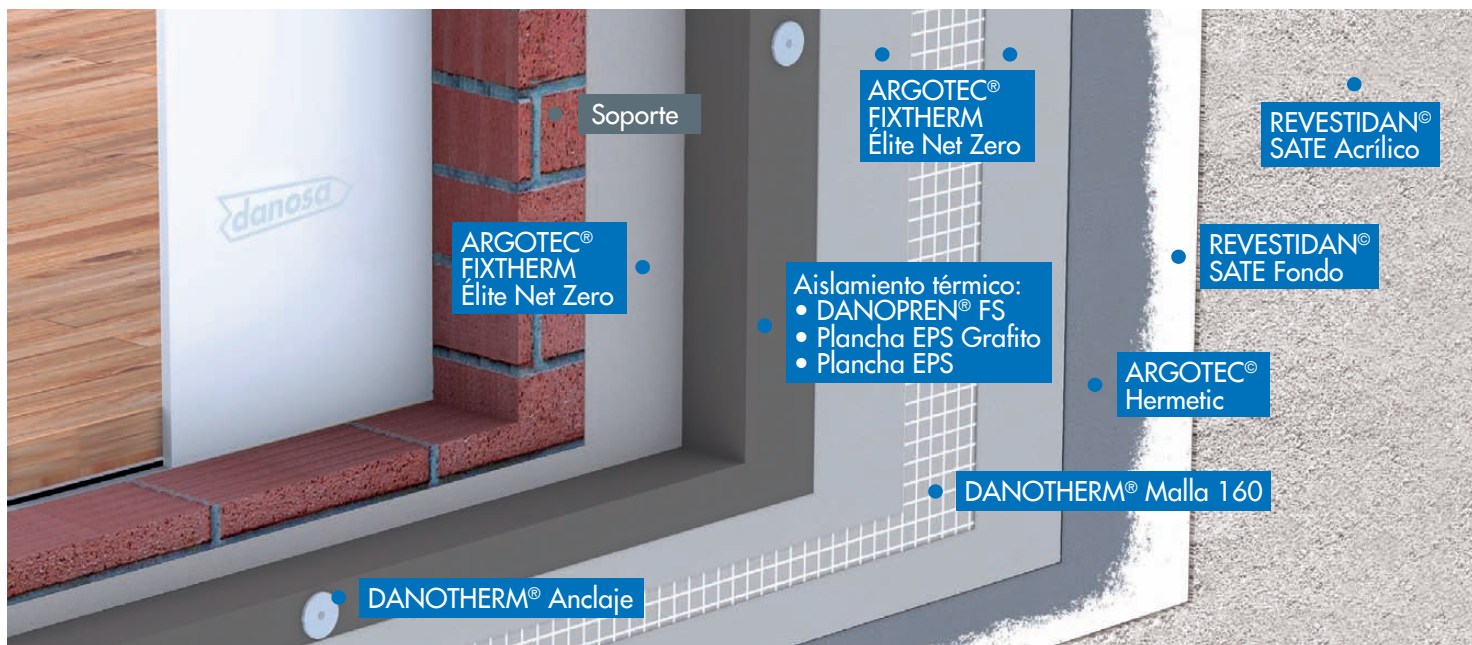
EN MATDECÓ TE ASEGURAMOS LAS
MEJORES CONDICIONES CON LA MÁXIMA
TRANSPARENCIA Y COMPROMISO.
TRABAJAMOS PARA TU EMPRESA
Y PARA SU FUTURO. ◀

JUNTOS SOMOS MÁS FUERTES.

matdecó
GRUP

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

Próxima “9ª Jornada L’informatiu”

9ª Jornada
L’informatiu

18 DE OCTUBRE 2023
HOTEL SB BCN EVENTS

¿CÓMO SON Y SERÁN LOS NUEVOS CONSUMIDORES?

«Claves para conectar
con el nuevo consumidor»



“Claves para conectar con el nuevo consumidor”

PONENTES



Víctor Manau

Presidente de ANDIMAC y
Gerente de Manau, S.A.

«El reto de la profesionalización
del sector»



Gerardo Estévez

Socio Director en Elige Plus Consultores de
Dirección y Profesor Asociado en IESIDE

«Tamaño y Competitividad Empresarial. Una
reflexión (y decisión) necesarias»



Laureano Turienzo

Profesor en la Escuela de Negocios ESIC Business & Marketing School, en Valley digital Business School. ICMED en España y de la Universidad Internacional de Florida EEUU. Autor de varios libros sobre estrategia en el Retail, entre ellos “Informe Amazon 2019”.

«Cómo son y serán los nuevos consumidores»



José Luis Izquierdo Martín (Mago More)

Conferenciante, formador, escritor,
mago, empresario, presentador.

«El poder positivo del cambio»

PATROCINADORES



IMI GAMMA



GECOL

grupopuma

HOLCIM



PROPAMSA



ChovA



Fecha: 18/10/2023

Lugar: Hotel SB BCN Events

Asistencia: rcapdevila@canalconstruccion.es



PEGA

UN SALTO DE CALIDAD
CON PEGOLAND PROFESIONAL



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

GAMMA EL CANARIO estrena nuevas



GAMMA EL CANARIO es una empresa familiar fundada en el año 1982, con dos puntos de venta en las localidades de Jerte (provincia de Cáceres) y una segunda en Barco de Ávila (provincia de Ávila). Recientemente, **GAMMA El Canario ha estrenado unas nuevas instalaciones en El Barco de Ávila** y, de la mano del Departamento de Retail de GAMMA GROUP, ha podido cambiar por completo sus instalaciones y ofrecer una imagen totalmente renovada.

Ahora, cuentan con una superficie total de 1.200 m², donde los clientes pueden encontrar una nueva exposición de cerámica y baño con múltiples ambientes en formato “Box”, además de las últimas tendencias en estilos y formatos, formando un **círculo que mejora la experiencia de compra del cliente**. El nuevo autoservicio de construcción y un acondicionado almacén de materiales, ofrecen todo lo necesario para la reforma del hogar. En definitiva, un salto cualitativo que les ha permitido crear una exposición mucho más práctica y, no solo con más producto, sino también con las últimas tendencias en cerámica y mobiliario como premisas fundamentales.

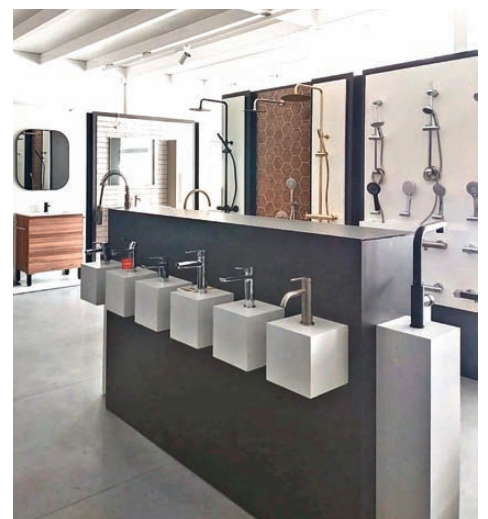
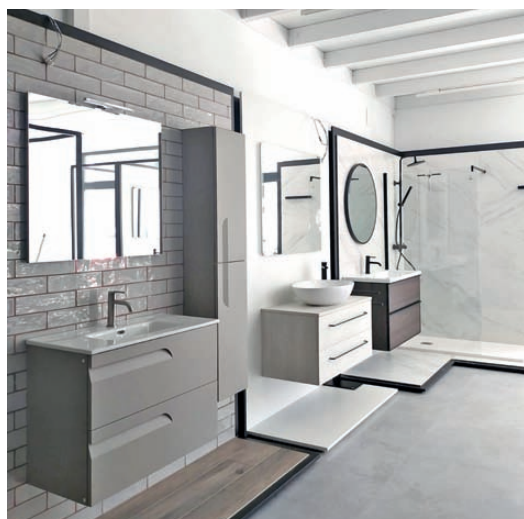
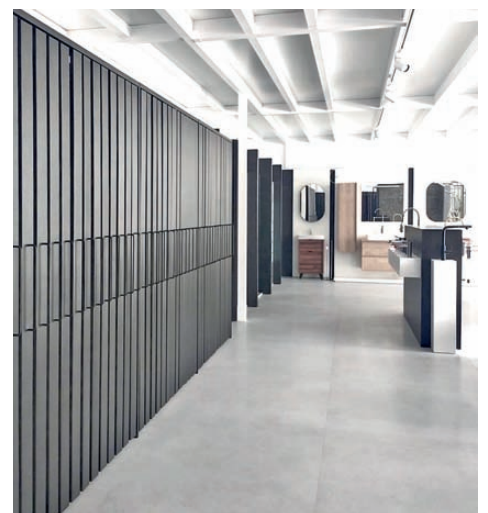
“Diseñamos tu negocio”,
el servicio de GAMMA
para reformar los puntos de
venta de sus asociados



instalaciones en el Barco de Ávila

GAMMA GROUP cuenta con un Departamento de Retail con más de 15 años de experiencia reformando tiendas. La idea es diseñar todas las áreas funcionales e instalaciones del negocio para aprovechar cada centímetro del espacio disponible y sacar la máxima rentabilidad a cada negocio. Además, los responsables del departamento están presentes **y dirigen todo el proceso de reforma para que el resultado sea de la satisfacción del asociado**. Esta reforma no consiste solo en un tema de distribución y organización, sino que se analizan los circuitos, se valora la introducción de nuevas familias y se trabaja conjuntamente para conseguir, en definitiva, la mejor versión posible de los espacios de cada uno de los puntos de venta.

De la mano del Departamento de Retail de GAMMA GROUP, sin cambiar de ubicación y después de unas semanas de reformas, GAMMA El Canario ha estrenado sus nuevas instalaciones con las que dado un gran salto cualitativo



▲ Diferentes detalles de la zona de la nueva exposición de GAMMA El Canario en el punto de venta de El Barco de Ávila

Tejero Construcció i Interiors, 60 años



La historia de este almacén comienza en el año 1963 cuando dos hermanos, **Alfonso y Eugenio Tejero** emigran a Catalunya procedentes de Almadén (Ciudad Real) y abren, un 7 de enero, **las puertas de la empresa “Hermanos Tejero”**, un primer almacén de materiales de construcción ubicado entonces en la Avenida de los Ángeles en la localidad tarraconense de Miami Playa, para suministrar el incipiente mercado inmobiliario de la época, convirtiéndose en uno de los pioneros en la provincia de Tarragona.

En los primeros tiempos la gama de productos se limitaba a los cementos, áridos y materiales cerámicos básicos. Como anécdota, para gestionar los pedidos por teléfono se tenían que desplazar y pedir conferencia en la centralita de la plaza del Pozo, de Hospitalet de l'Infant. (Tarragona). El primer número de teléfono de la empresa fue el 67.

Ya en 1972 se trasladan a la Avenida de Barcelona, 182 lo que supuso un salto cuali-

tativo tanto en espacio como en servicios. En ese almacén se empezaron a ver las primeras carretillas elevadoras y el primer camión. Como novedad, destacar que fue donde se implantó la primera exposición de baldosas.

En 1982 los **hermanos Tejero se separan y Alfonso continúa en solitario su actividad en la Avenida de Barcelona, 203 en unas instalaciones que ocupaban 4.000 m²** y aumentaban hasta 12.000 los productos en stock relacionados con la construcción de viviendas y la reforma, y que se adaptaba a los constantes cambios del mercado. Se multiplicó la gama de productos, la plantilla y la exposición. Allí se vieron las primeras grúas y el primer ordenador.

El día 25 de febrero de 2011 la empresa recibió de manos de los futuros reyes Felipe y **Leticia el galardón de mejor Empresa familiar** en el Palacio Ferial de los Congresos de Tarragona en presencia del presidente de la Generalitat Artur Mas, en un encuentro que reunió a más de 1.200 personas.

▲ Instalaciones de Tejero Construcció i Interiors en Hospitalet de l'Infant.

de una historia familiar y de empresa

La tercera generación se incorpora a la empresa

El 23 de julio de 2014 inauguran en el Polígono Industrial Les Tàpies, de Hospitalet de l'Infant, las actuales instalaciones con una superficie total de 6.000 m², en un emplazamiento perfectamente comunicado con un magnífico acceso, a pocos metros de la autovía, la autopista A7 y la carretera de Mora. Con estas nuevas instalaciones, la empresa se adapta a las máximas exigencias del mercado de la construcción especialmente enfocado en todo lo relacionado con el mundo de la reforma.

Todos los cambios que han ido incorporando a la compañía se han ido gestando y consolidando con el trabajo del día a día, hasta llegar a lo que es ahora, una empresa familiar con una gran experiencia en el sector de la construcción. **Actualmente Esther y Alfons Tejero están al frente de la empresa, pero cabe destacar la ampliación de la plantilla con la incorporación de Leticia y Sofía**, que ya representan la tercera generación de la empresa.



▲ Equipo profesional de Tejero Construcció i Interiors. A la derecha Alfons Tejero.

◀ Zona de las aulas de formación ubicadas en el primer piso.

Tejero Construcció i Interiors, 60 años de una historia familiar y de empresa



▲ Zona de libre servicio y atención al cliente.



Diferentes zonas de la Exposición de cerámica, baño y cocinas



CUIDAMOS LOS DETALLES



EXTREMOS BISELADOS.
RECORTAMOS SUS FIBRAS
PARA MEJORAR SU PEINADO.



**NUEVA VERSIÓN
RODILLOS**

CUBRI
XL

- MÁXIMA CUBRICIÓN
- MENOR SALPICADO



¿Quieres verlo?





▲ Sede central de Jòdul en la localidad barcelonesa de Taradell.

Jòdul inauguró un nuevo concepto de espacio en el marco de la celebración de su 30º aniversario

No se trata de una exposición más. Con este nuevo espacio, Jòdul pretende ser la extensión del estudio de arquitectura e interiorismo mostrando en su espacio una amplia variedad de las posibilidades, firmas y materiales que ofrece a sus clientes pavimentos y revestimientos, parqués y maderas, cocinas, baños, y materiales de construcción.

Fotografías: Judith Casas

Sencillamente exquisito. Con estas palabras se podría definir y explicar perfectamente este nuevo espacio inaugurado el pasado mes de julio en la localidad barcelonesa de Taradell por Jòdul, y que convierte su sede central en el punto de referencia indiscutible para el sector de la construcción, la arquitectura y el interiorismo.

El nuevo showroom de 1.500 m² renovado por el estudio Nualart en colaboración con el propio equipo de Jòdul, **cuenta también con once ambientes diseñados por interioristas**

de la comarca de Osona. El resultado es un espacio inspirador donde se pueden encontrar las últimas tendencias y con el que Jòdul reafirma su compromiso con la calidad y la excelencia en el sector.

El diseño del centro, que destaca por la combinación de líneas limpias con una paleta de colores neutras, consigue un ambiente **visualmente armonioso donde los materiales son los protagonistas.** La luz natural no solo realza los detalles y los colores de los productos, sino que también crea una sensación de calma.



◀ Equipo directivo de Jòdul.

▼ Todo el equipo profesional de Jòdul en la entrada de las instalaciones el día de la inauguración.



Jòdul

Fundada con el nombre de Aman en el año 1973 por la primera generación de los actuales propietarios, la empresa se convirtió en Jòdul hace 30 años. Actualmente, **en palabras de Aman Cabanas, que ya representa la tercera generación asumiendo el futuro de la empresa**, *“desde Jòdul hemos querido dar un paso más y consolidar nuestro posicionamiento como referentes en el sector. La reforma del showroom, el centro neurálgico de la empresa, nos permitirá seguir enfrentando nuevos retos. Tenemos grandes proyectos, muchas ganas de seguir rompiendo esquemas y una idea clara: mantenernos fieles a los mejores materiales y al servicio que nos caracteriza”*.

La empresa ha crecido y evolucionado adaptándose a los nuevos modelos de distribución y a los nuevos clientes, y **cuenta con un**

equipo formado por 35 profesionales y con dos espacios de referencia en Taradell (Barcelona) y Jòdul Lab en Barcelona, donde trabaja en proyectos de ámbito nacional e internacional, sin perder de vista sus orígenes.

Jòdul pertenece **al Grup Matdecó y cerró el ejercicio del año pasado con una facturación consolidada de 17 millones de euros. La empresa, en constante crecimiento y actualización**, ha presentado una nueva web corporativa que permite personalizar listas de materiales por proyectos y buscar inspiración a través de ambientes conceptuales. Este espacio virtual tiene como objetivo convertirse en una extensión de sus dos espacios físicos, el central de Taradell y Jòdul Lab, inaugurado en 2017 y ubicado en la calle Numancia 205 de Barcelona.



◀ Diferentes detalles de los ambientes de la nueva exposición.



Momentos de la inauguración y posterior cóctel ofrecido a los asistentes



También es noticia...

OBRAMAT PONE EN MARCHA "CRUSH", SU NUEVO PROGRAMA DE RECOMENDACIÓN Y ATRACCIÓN DE TALENTO

OBRAMAT ha anunciado en un comunicado la puesta en marcha de "**Crush**", un nuevo programa para impulsar la atracción del mejor talento para garantizar su plan de expansión y crecimiento para los próximos años. Con este nuevo programa de referencias, sus colaboradores se convierten en los mejores *influencers* de la compañía para atraer nuevos talentos entre su red de contactos, optimizando así las fases de reclutamiento, selección y *onboarding* gracias al filtro de ajuste inicial de las candidaturas recibidas.

Para activar este programa y comunicar su lanzamiento, OBRAMAT ha realizado un *mailing* masivo a todos sus empleados y, además, como segunda fase, seleccionará a sus *Top 30 influencers* que servirán de altavoz para el programa a través de LinkedIn.



▲ Nuevo programa de recomendación y atracción de OBRAMAT.



▲ Nueva plataforma logística de Elhis en Illescas (Toledo).

EHLIS REORGANIZA SUS PLATAFORMAS LOGÍSTICAS

La puesta en marcha de la nueva plataforma logística de Elhis en la localidad de Illescas está permitiendo a la compañía reorganizar su estructura para ofrecer mejoras en el servicio de las que ya se están beneficiando los asociados y sus clientes. El aumento de capacidad de servicio desde Illescas ha supuesto una reducción de la carga de trabajo del centro logístico de Sant Andreu de la Barca. Esto, junto a la contratación de agencias de transporte local, **ha permitido realizar entregas en el mismo día y a portes pagados en las áreas de Madrid y Barcelona**. Por este motivo, los dos centros Cash&Carry dependientes de las plataformas de Illescas y Barcelona, han dejado de prestar utilidad como puntos de recogida urgente que Elhis implantó para las ferreterías en España hace casi 40 años.

Con esta medida, Elhis da por finalizada su reestructuración logística para continuar con la mejora de servicios a través de sus 7 plataformas ubicadas en Illescas (Toledo), Sant Andreu de la Barca (Barcelona), Valencia, Mallorca, Gran Canaria y los 2 centros de Tenerife.

LARA BENITO SE INCORPORA A CECOFERSA

Tras la reestructuración del departamento de Marketing de **CECOFERSA**, quedaba aún pendiente la mejora de los servicios de información, documentación y tratamiento de los datos internos, que servirán para alimentar las distintas herramientas que la firma esta poniendo a disposición de sus asociados y proveedores. Por ese motivo, **CECOFERSA** ha incorporado recientemente a Lara Benito como Responsable de Contenidos. Lara se responsabilizará de la estrategia omnicanal, del posicionamiento digital y de la gestión de los contenidos y datos para las distintas plataformas digitales, diseñando un entorno más atractivo para todos los asociados y proveedores de España y Portugal.





Construyendo juntos somos futuro desde 1989

Ponemos a tu alcance la mejor plataforma logística del mercado con entregas semanales sin mínimo de compra. Más de 30 años de experiencia con el mayor portafolio de publicidad y unas Marcas Propias únicas y exclusivas en baños, cerámica y materiales de construcción. Además, te proporcionamos acceso directo inmediato a los mejores proveedores del sector con las mejores condiciones de compra.

Sin cuotas. 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

mm **GAMMA**
GROUP



“ El proyecto BigWin ha tenido muy buena acogida ”

Carlos González García
Gerente de BigWin

Nacido en la localidad de La Bañeza, en la provincia de León, Carlos ha dedicado su carrera profesional en el sector del metal, carpintería metálica y de PVC. Sus inicios en el sector fueron como responsable comercial en una importante distribuidora de aluminio y accesorios a nivel nacional, y en el año 2013 da el salto al PVC como responsable comercial de carpintería y cerramientos de PVC.

Se incorporó al Grupo BigMat en el año 2016 donde inició el desarrollo de la línea de negocio de ventanas de PVC dentro del grupo. Un ambicioso plan de la compañía que no ha parado de crecer desde sus inicios.

¿Qué es el proyecto BigWin?

BigWin es la marca de ventanas del grupo BigMat. Se comercializa a través de la enseña del mismo nombre, BigWin. Además de ventanas y puertas de PVC, también comercializa ventanas y puertas de madera y aluminio.

¿Qué productos engloba?

Este proyecto engloba todo tipo de ventanas (abatibles, correderas, osciloparalelas, elevables, oscilobatientes, plegables...), puertas, cerramientos para vivienda, mosquiteras, motores para domotización de persianas, tapajuntas, material técnico de colocación y otros accesorios relacionados.

En cuanto a la composición, los perfiles y herrajes son de lo mejor que hay en el mercado, o bien de Aluplast o bien de Salamander. También tenemos algunos modelos que incorporan perfiles de nuestro proveedor principal de Europa del Este.

Por lo que respecta a la gama de colores, tenemos en surtido más de 100 colores diferentes, aunque los más recurrentes son el blanco, roble-dorado, nogal y antracita. Considero relevante destacar que tenemos la posibilidad de fabricar ventanas bicolors, por lo que el cliente final puede respetar las normas en fachada y elegir el color que más le cuadre a su decoración interior. Un ejemplo más de cómo podemos adaptarnos a las necesidades de nuestros clientes.

¿Qué ventajas aporta trabajar con el proyecto BigWin?

Tenemos más de 300 referencias en stock con disponibilidad inmediata de ventanas en medidas estándar en blanco, roble y nogal; así como también jambas, motores y persianas. Esto nos permite un suministro rápido, sobre todo en las ventanas que ya tenemos en stock, en los diferentes puntos de venta que las reciben en el si-

“**Acompañamos a nuestros socios en todo el proceso, desde la formación y el asesoramiento, así como proporcionando muestras, catálogos y el diseño y asesoramiento en la ejecución de la exposición”**

guiente camión que les llega desde la plataforma, aprovechando la ruta de entrega de otros materiales. Además, con un excelente precio y unas buenas condiciones con rapeles a final de año. En el caso de los socios de BigMat, se proveen ellos mismos, ya que Bigwin es una empresa propiedad de todos los socios BigMat. Otro aspecto relevante son las formaciones especializadas para clientes profesionales y el asesoramiento técnico.

¿Qué requisitos debe tener un almacén de materiales para entrar en la comercialización del proyecto BigWin?

El único requisito es ser socio de BigMat. Asimismo, recomendamos instalar una exposición de productos en tienda y contar con personal cualificado para su venta y asesoramiento.

¿Qué soporte e implantación ofrece BigWin al socio desde el inicio del proyecto?

Acompañamos a nuestros socios en todo el proceso, desde la formación y el asesoramiento, así como también proporcionando muestras, catálogos y el diseño y asesoramiento en la ejecución de la exposición. En cuanto al presupuesto, hemos diseñado un configurador a medida para poder adaptarnos al máximo a las necesidades de nuestros socios.

También damos apoyo en ferias propias de cada socio y montamos una exposición itinerante.

¿En cuántas tiendas está implantado Bigwin?

Es un proyecto que ha tenido muy buena acogida y actualmente son 112 las tiendas BigMat que ya están aprovechando esta línea de negocio. Asimismo, hay cerca de 20 implantaciones programadas para los próximos meses, por lo que las previsiones son muy positivas.

También está instalado en tiendas ConforWind.

Si, efectivamente. Se trata de un nuevo concepto de tiendas del Grupo BigMat que surge tras detectar las posibilidades del negocio de ventanas, puertas y cerramientos. El éxito de BigWin nos lleva a ofrecer a los socios una nueva oportunidad de negocio en aquellas localidades estratégicas para la comercialización de ventanas. Es un concepto nuevo que engloba tiendas especializadas en ventanas y puertas. Son tiendas independientes bajo la marca Conforwind y están constituidas bajo una colaboración de BigWin con el socio de la localidad elegida.

“**Ya está implantado en 112 tiendas BigMat y están previstas otras 20 implantaciones para los próximos meses”**

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

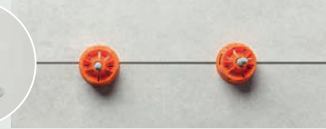
JUNTA: 1, 2 y 3mm



Colocación a
cuatro piezas



Colocación a
rompe juntas



Colocación a
junta lineal

Greco Gres Catalunya apuesta por la formación de su sistema FRONTEK de fachada ventilada

La actividad comercial de la delegación comercial de Greco Gres Catalunya esta de actualidad. En los últimos meses, la delegación ha organizado y participado en diferentes encuentros y eventos formativos con el fin de dar a conocer los distintos sistemas de fijación de su marca Frontek, especializada en el sistema de fachada ventilada.

Uno de estos encuentros organizado en la nueva zona de formación y presentación de producto que Greco Gres ha inaugurado recientemente en su delegación de Molins de Rei (Barcelona) contó con la asistencia de representantes del **Grupo Saint Gobain** que tuvieron la oportunidad de conocer en primera persona los productos de **Frontek y Argos**, con el objetivo de familiarizarse de forma más cercana con el funcionamiento de los distintos sistemas de fachada ventilada, sus ventajas y los beneficios de elegir estas opciones.

También, la firma **NUTERSA**, Nuevas Técnicas del Revestimiento S.A., empresa distribuidora especialista en soluciones integrales para la rehabilitación y el aislamiento de fachadas y cubiertas, asistió a la presentación y formación de los diferentes sistemas constructivos, además de llevar a cabo una formación práctica que les permitiera conocer mejor cómo es el funcionamiento de este sistema.

Por su parte, uno de los referentes más importantes de este sector en Barcelona es la firma **Matter**, que periódicamente reúne a los principales prescriptores de la ciudad para presentar nuevos productos y sistemas constructivos. Es en este contexto, que Matter organizó el pasado mes de junio en el **Col·legi d'Arquitectes de Catalunya**, un encuentro con arquitectos y prescriptores a la que asistió la delegación de Greco Gres para presentar los materiales del Grupo y algunos ejemplos de proyectos constructivos y desarrollados en todo el mundo.



▲ Asistentes del Grupo Saint Gobain en la delegación de Greco Gres Catalunya.



▲ Representantes de NUTERSA con los responsables de Greco Gres Catalunya.



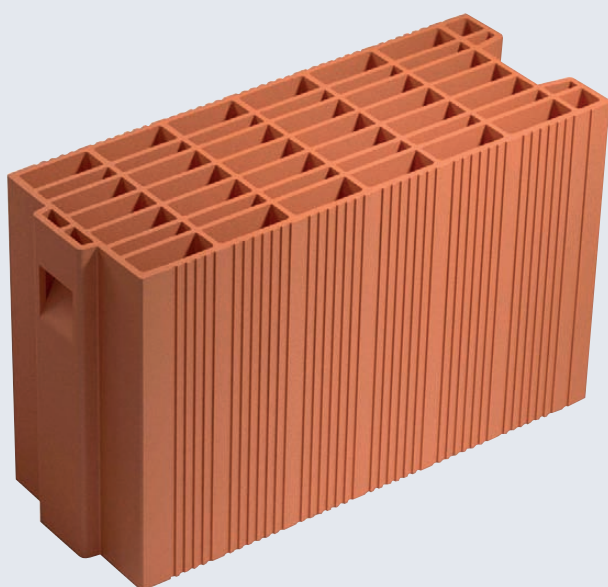
▲ Vista general y zona técnica de Greco Gres en el evento organizado por Matter en el Col·legi d'Arquitectes de Catalunya.

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





RUBI



**DESDE 1951
LA MEJOR OPCIÓN
PARA CADA TRABAJO**

**BUILDING THE
FUTURE TOGETHER**

www.rubi.com

Sistemas para cubierta plana e inclinada

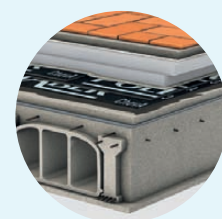


Sistemas Tectum® Pro, Tectum® First y Tectum® Plus

Sistemas de cubierta microventilada con fijación en seco

ChovA

Parte de **BMI**



Impermeabilización y aislamiento

Sistema POLITABER®

Peatonal privado



BMI

¿Qué es la BORADA®?

En **PROPAMSA**, como empresa pionera en la fabricación del cemento cola en España, contamos con nuestra **BORADA®**, una junta cementosa puntera, que comenzó a fabricarse hace casi medio siglo como una importante solución para la construcción y que ha alcanzado un enorme prestigio en el sector.

Su éxito en la construcción ha sido tan enorme durante todos estos años que BORADA® se ha convertido también en un ejemplo reciente de cómo una marca creada hace casi medio siglo para denominar a esta junta cementosa, que se utiliza para la colocación de pavimentos cerámicos, **ha acabado por dar nombre a este tipo de productos en todo este sector.** Un hito indudable en materia de estrategia comercial y de marketing.

Nuestra trayectoria así lo avala y el recorrido comercial de nuestra BORADA® ha quedado tan acreditado que supone un claro ejemplo de metonimia comercial. La marca ha acabado comiéndose al producto y, **hoy por hoy, en el sector se habla de “borada” o de las “boradas” como un nombre genérico para referirse a este tipo de cemento para juntas de PROPAMSA.**

Se trata, por tanto, de un producto ampliamente reconocido en el mercado, fiable y reconocido tanto por los aplicadores reformistas, como por los distribuidores, arquitectos... por ser una marca con amplitud de gama, servicio y de confianza, para el día a día de una obra.

Y cuando nos enfrentamos a un proyecto de construcción o a una reforma, a la hora de elegir la mejor solución y los acabados, **es necesario considerar la clase de baldosa y el lugar donde se colocará.** Si son de tonalidades claras, los expertos plantean emplear una tonalidad blanca para lograr un acabado uniforme. En el caso de que estemos hablando de baldosas de colores intensos o con brillo, lo mejor sería optar por otro tipo de tonalidades, más alineadas con nuestro proyecto.

BORADA® CHROMA: cemento para juntas en más de treinta colores

Escanea el código QR y obtén más información.

Por todas estas razones, ahora, hemos dado un paso hacia adelante con un nuevo lanzamiento y **nuestra BORADA® “de siempre” renueva su fórmula sin perder su esencia, se moderniza en más 30 colores** para ajustarse a las tendencias más actuales del sector de la cerámica. **Los tiempos cambian y las modas, también.**

Por ello, con nuestra nueva **BORADA®** ofrecemos una paleta de colores a la última y que permite que nuestros clientes elijan la junta acorde a las tonalidades de su cerámica. Antracita, Nogal, Zinc, Tierra, Marengo, Plata.... Un sinfín de matices **que se ajustarán como un guante a la medida del proyecto decorativo**, una demanda de un sector de la construcción cada vez más al día en cuanto a nuevas tendencias.

Y, sin duda, **es el aliado perfecto a la hora de escoger la tonalidad más acorde al revestimiento seleccionado**, tanto para interiores como para exteriores. Hablamos de colores duraderos y sin eflorescencias, un aspecto esencial para nuestra empresa.

LA AUTÉNTICA
BORADA®
DESDE 1977

CAJA
Cemento
coloreado
reformato

DISPONIBLE EN
30 COLORES

EXTERIOR
EFECTO GOTA
ANTIRRISO
ESPEJOS ALTA
BARRA & LINEA
FLEXIBLE
ESPECIAL GRAN
FORMATO
PUNTA FUERTE
AL REVESTIR

PROPAMSA®

DEJANOS TUS
DATOS PARA MÁS
INFORMACIÓN

LA AUTÉNTICA BORADA®

DESDE 1977



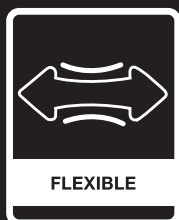
DÉJANOS TUS
DATOS PARA MÁS
INFORMACIÓN



CAJA
Welcome
to 100%
RECYCLED



DISPONIBLE EN
30 COLORES



PROPAMSA



¿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



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

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

GRUP GRUMAT

Agrupació Catalana de Materials de Construcció S.L.

Tot beneficiis!



L'experiència de
GRUMAT

100% al teu servei

Sense quotes

Les millor marques

Les millors
condicions

Afrofita els avantatges de formar part de GRUP GRUMAT.

Contacta amb nosaltres!

✉ info@grumat.cat

☎ 611 566 440

www.grumat.cat



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



AGENTE DIGITALIZADOR



PARTNER TECNOLÓGICO

andimac<



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



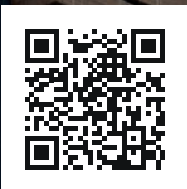
Ayudamos a los
profesionales que
lo necesitan.
(Aunque no lo reconozcan)



+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



VER VIDEO



reddot winner 2022



SISTEMA

NOVOVIERTTEAGUAS 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