



Materials Can Rull, profesionalidad y esencia de un negocio familiar

La fórmula de unir trato familiar con una alta capacidad profesional ha dado como resultado un buen desarrollo de la empresa dentro del sector de la decoración y la reforma del hogar.

Página 34

L'informatiu

www.almacenesconstruccion.com

AÑO 2024
JUNIO • Núm. 132

LA REVISTA DE LOS ALMACENES
DE LA CONSTRUCCIÓN

Amargant inaugura la nueva exposición exclusiva y muy cuidada de Porcelanosa

Página 26



YOLANDA NÚÑEZ

Directora de Marketing
de Molins Construction
Solutions



“Esta nueva identidad nos permitirá fortalecer nuestra presencia en los almacenes de la construcción”

Página 52

Los almacenes no tienen planificada la sucesión y su tamaño dificulta la renovación familiar en la empresa.

Página 10



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 1F

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





grupopuma

PEGOLAND PROFESIONAL MAX S1



CUIDA TU SALUD Y DEL MEDIO AMBIENTE



Máximo rendimiento
(60% más que adhesivo convencional).



Menos kg
para mismos m².



Materias primas
recicladas.



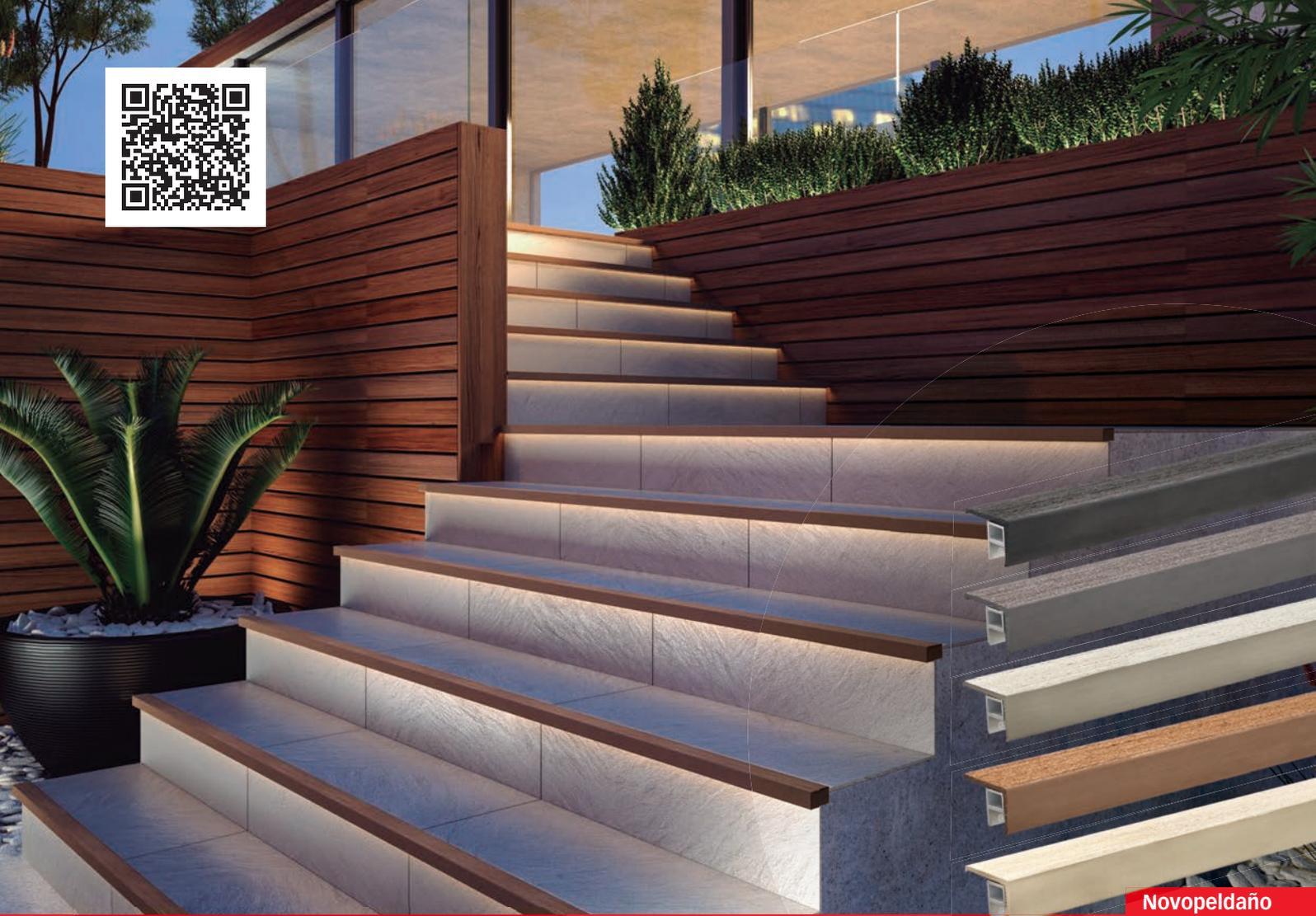
Menos impacto
en transporte.



Formato 15 kg,
más fácil de llevar.



Menos Huella
de Carbono.



Perfil para el remate con luz de peldaños

Novopeldaño

ASTRA® Stella



EL ASTRA® QUE MÁS BRILLA

No es una estrella más en el firmamento. Estamos ante un fenómeno estelar nunca visto, una nueva súper nova.

El nuevo **Sistema Novopeldaño ASTRA® Stella** es una solución innovadora para peldaños que quieren brillar con luz propia dentro del mundo del diseño, aunando la estética del material **ASTRA®** y la decoración de la iluminación **ECLIPSE**. ¡Qué más se puede pedir!

Un sistema estelar que se compone de un cara vista antideslizante del exclusivo material **ASTRA®**, que aporta seguridad, y de un perfil base de aluminio preparado para alojar la tira de led, y dejarlo listo para brillar.

La última innovación de **EMAC®** tiene luz y nombre propio, **Novopeldaño ASTRA® Stella**.

Novopeldaño ASTRA® Stella, el ASTRA que más brilla.



AIDIMME
INSTITUTO TECNOLÓGICO



SOCIO CORPORATIVO



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



EMAC® GRUPO | ESPAÑA | USA | ITALIA |

UNICO

CUBREMUROS Y VIERTEAGUAS



Innovador



Único



Resistente



Rápido



¿Quieres ser
distribuidor
oficial IMER?



Consúltanos

+34 937 728 787

- ✓ NO es polímero
- ✓ Acabado pulido
- ✓ Sin armado interior
- ✓ Hidrofugado
- ✓ 9 medidas ancho

 **IMER**[®]
PREFABRICADOS

www.imerprefabricados.es

La combinación PERFECTA



ADHESIVO
GEL



MULTI-
PRESTACIONES



FIBRORREFORZADO

G 100 **+** G color

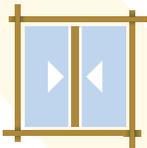
by GECOL by GECOL



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



CUIDAMOS LOS DETALLES

EXTREMOS BISELADOS.
RECORTAMOS SUS FIBRAS
PARA MEJORAR SU PEINADO.



NUEVA VERSIÓN
RODILLOS

CUBRI
XL

- MÁXIMA CUBRICIÓN
- MENOR SALPICADO



¿Quieres verlo?





TU PARTNER TECNOLÓGICO

30 AÑOS DIGITALIZANDO EL SECTOR DE
ALMACENISTAS CON LAS MEJORES
HERRAMIENTAS



www.lsisoluciones.com
info@lsisoluciones.com

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



AGENTE DIGITALIZADOR



PARTNER TECNOLÓGICO

andimac <

¿QUIÉN TIENE QUE ASUMIR ESTA PEDAGOGÍA?



RAMÓN CAPDEVILA

Director de L'informatiu

Publicamos en este número de L'informatiu un estudio que hemos realizado para obtener una fotografía lo más real posible de la situación en la que se encuentra el sector de la distribución de materiales de construcción en nuestro país. Un estudio centrado solamente en los almacenes de materiales de construcción, dejando de lado las grandes superficies (Obramat, Leroy Merlin, Saltoki, etc).

Queríamos presentar dos datos: tamaño de las empresas y si tienen relevo generacional. Dos datos muy relevantes: el 87% de los almacenes facturan menos de 2 millones de euros, y el 68% no tienen planificada la sucesión porque, entre otras cosas, el tamaño de las empresas dificulta la renovación familiar en la empresa.

Esta es la situación de un sector que cada vez tiene más problemas, sobre todo en los almacenes pequeños, para retener su cuota de mercado y mantener los márgenes. Si me permiten, me centraré una vez más en Obramat. Están haciendo realmente mucho daño a los almacenes de la zona donde se implantan y están cogiendo una cuota de mercado espectacular. Sin hacer ruido.

Yo hablo con muchos almacenes regularmente: grandes, medianos y pequeños, y cuando hablas

con los pequeños te dicen cosas como que "Obramat tiene tal producto a un precio de venta más barato que el precio que yo lo compro". Aquí lo dejo.

Si se acuerdan, el anterior artículo de Opinión llevaba por título: "Cuidado, también tenemos otros problemas graves". Pues a eso me refería.

Aunque el sector se encuentra en un momento cuando menos, dulce, estamos ante una situación preocupante y, entre todos, tendríamos que hacer más pedagogía y centrarnos mucho más en los temas que realmente son acuciantes y preocupan más en estos momentos a los almacenes de materiales de construcción.

Es muy interesante hablar de digitalización todo el rato y de proyectos que hace ya demasiados años que les estamos dando vueltas. Intentemos antes hacer otro tipo de pedagogía centrada más en los problemas más inmediatos. Si no se solucionan estos antes, no veo yo mucha digitalización. Creo que sin pedagogía será muy difícil, ya no digitalizar nuestro sector, sino profesionalizarlo en todos los sentidos.

La pregunta es muy sencilla: ¿quién tiene que asumir esta pedagogía?

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 Andalusí **PERIODICIDAD:** Bimestral, Núm. 132, Junio 2024 • Depósito legal: 29179-94

Los almacenes no tienen

El tamaño de las empresas dificulta la renovación familiar en la empresa

Este estudio se ha pensado y desarrollado para obtener una fotografía lo más real posible de la situación en la que se encuentra el sector de la distribución de materiales de construcción en nuestro país. Y cuando digo “distribución de materiales de construcción” me refiero solamente a los almacenes de materiales de construcción, y no a las grandes superficies (Obramat, Leroy Merlin, Saltoki, etc).

Lo que nos interesaba de este estudio es saber en qué situación de cambio generacional se encuentran los almacenes de materiales de construcción, y saber si tienen planificado el relevo en la empresa. Este estudio se efectuó en el mes de febrero de 2024 en base a las respuestas de 234

almacenes de materiales de construcción, recibidos de un total de 2.400 envíos sobre una base de 3.500. No sabemos con exactitud el número real de almacenes de materiales de construcción que hay en España, pero por nuestra base de datos creemos que podemos partir de una cifra bastante fiable en torno a los 3.500 almacenes. Posiblemente puede haber más, pero ya serían por su tamaño muy poco o nada relevantes. Por lo que respecta a las cifras de facturación, los datos estudiados son los que cada año publica L'informatiu en el Ranking de los principales almacenes de materiales de construcción por su facturación (datos del 2022).

RELEVO EN LOS ALMACENES DE MATERIALES DE CONSTRUCCIÓN

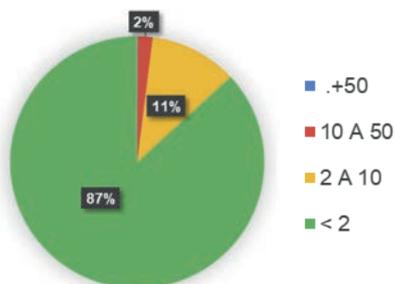
EL **87%** DE LAS EMPRESAS FACTURAN MENOS DE 2 MILLONES AL AÑO.

EL **68%** DE LAS EMPRESAS NO TIENEN PLANIFICADO EL RELEVO.

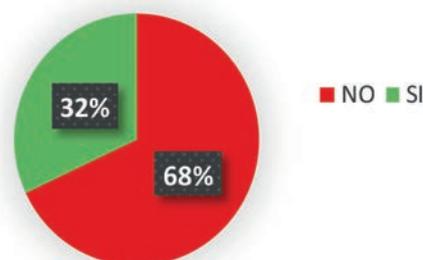
EL **60%** NO HAN ANALIZADO ALTERNATIVAS A LA CONTINUIDAD FAMILIAR.

EL **54%** NO LA TIENEN EN LA FAMILIA.

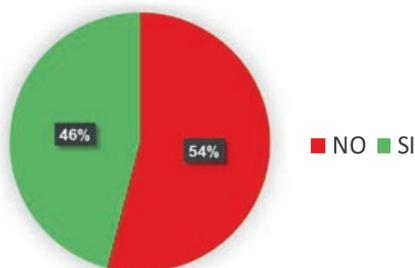
FACTURACIÓN ANUAL



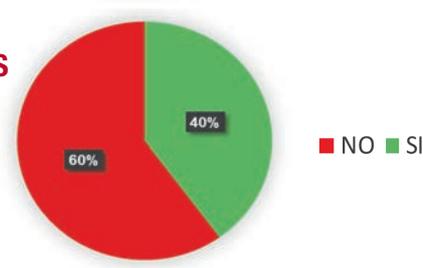
RELEVO PLANIFICADO



HAY RELEVO FAMILIAR



ANALIZADAS ALTERNATIVAS



planificada la sucesión

DE LAS EMPRESAS QUE TIENEN RELEVO EN LA FAMILIA:

Lo tienen planificado:

- 62% sí.
- 38% no.
 - 2% predecesor tiene más de 70 años.
 - 95% predecesor tiene entre 50 y 70 años.
 - 3% predecesor tiene menos de 50 años.

El 37 % han analizado alternativas a la continuidad familiar (respuesta múltiple):

- El 26% la venta.
- El 20% la fusión.
- El 14% el cierre.

DE LAS EMPRESAS QUE NO TIENEN RELEVO EN LA FAMILIA:

- El 91% no tienen planificada la continuidad.
- El 43% han analizado alternativas (respuesta múltiple):
 - El 32% la venta.
 - El 20% la fusión.
 - El 9% el cierre.

ANÁLISIS SEGÚN DIMENSIÓN:

FACTURACIÓN	< 2 MILLONES	DE 2 A 10	MÁS DE 10
HAY RELEVO	43%	72%	89%
ANALIZADAS ALTERNATIVAS	40%	64%	33%

ANÁLISIS SEGÚN EDAD PROPIEDAD:

EDAD	<50	50-70	. +70
HAY RELEVO	35%	67%	83%

OBSERVACIONES:

- Cabe suponer que el bajo porcentaje de existencia de relevo en las empresas en las que la propiedad tiene menos de 50 años es debido principalmente a la juventud de esta y la de los posibles sucesores.
- El 33% de los propietarios de entre 50 y 70 años no tienen relevo en la familia. De ellos el 46% no ha analizado ninguna alternativa.
- El 17% de propietarios de más de 70 años que no tiene relevo en la familia ha analizado la venta de la empresa.

RESUMEN COMENTARIOS PARTICIPANTES

El resumen de los comentarios de los participantes, recogidos en el anexo, es que las situaciones son muy variadas. Entre los desafíos relacionados con el relevo destacan:

- La falta de interés de los continuadores.
- La complejidad de la planificación.
- La competencia del mercado.
- El sacrificio de calidad de vida del empresario.
- La juventud de algunos de los posibles sucesores.
- La importancia de tener un proyecto claro.

CONCLUSIONES

La muestra ofrece una visión útil de como las empresas de venta de materiales de construcción están haciendo frente al reto de la continuidad.

1. La dimensión de la empresa es el factor más determinante de la continuidad. En el 89% de las medianas hay relevo en la familia, en el 67% de las micros no.
2. Hay muchas empresas que tienen relevo, pero no lo han planificado (32%).
3. La mayoría de empresas no han analizado alternativas como la venta, fusión o cierre.
4. En caso de no continuidad la opción preferida es la venta, seguida de la fusión. El cierre es la última alternativa considerada.

REFLEXIONES

1. El relevo es uno de los momentos clave de toda empresa. En las familiares es más difícil debido a la mayor duración de los cargos, especialmente en el caso de los fundadores, y al mayor peso de los sentimientos en la toma de decisiones.
2. La planificación no garantiza el éxito del proceso de relevo, pero aumenta su probabilidad.
 - a. Si se desea la continuidad de la propiedad en la familia, hay que planificar con antelación el acercamiento, respetando la libertad.
 - b. Continuar es una opción, no una obligación. La venta, fusión o cierre también requieren planificación.
 - c. Hay que tener planes de contingencia. La continuidad del negocio puede peligrar en caso de sucesión repentina; la covid nos recuerda que los imprevistos existen. La posibilidad de repentina incapacidad de predecesores o desinterés de continuadores debe tenerse en cuenta.
 - d. La continuidad (o no) de la empresa se ha de planificar con la mayor antelación posible, efectuando escenarios alternativos. Identificar, implicar y formar a los continuadores requiere tiempo.
3. Hay que diferenciar el relevo en la propiedad, gobierno y dirección; que en primera generación y en las microempresas suelen coincidir en la misma persona.
 - a. Para externalizar la dirección se requiere una dimensión mínima.
 - b. Hay que profesionalizar también a los propietarios, actuales y futuros, que no están en el día a día del negocio.
4. La falta de preparación para escenarios inesperados y las reticencias a analizar alternativas pueden perjudicar gravemente a la continuidad del negocio, al patrimonio y a la unidad familiar.
5. Hay que tomar decisiones informadas, pensadas con visión a largo plazo teniendo en cuenta al negocio, el patrimonio y la familia.
6. Es muy recomendable implicar en el mayor grado posible a la familia y colaboradores en la planificación del futuro, para reducir los posibles conflictos y alinear al máximo los objetivos y expectativas.
7. Un punto de vista externo cualificado puede aportar objetividad y experiencia para ayudar a decidir, planificar y ejecutar con mayores garantías de éxito el proceso de relevo (o no) en la empresa familiar; garantizado al máximo la continuidad del negocio, preservación del patrimonio y felicidad de la familia.

ANEXO OBSERVACIONES DE LOS PARTICIPANTES

Estos son los comentarios no metodológicos efectuados por participantes en el estudio

- Hay herederos, pero no son relevo en la empresa ya que se han decidido por otra actividad. La única salida es el traspaso o el cierre.
- Hace 1 año que se hizo el relevo generacional.
- Estamos preparando el relevo con mis dos hijos grandes estudiando marketing y logística. No será fácil para ellos, esto está cambiando muy rápido.
- Aún tenemos unos años para planificar la venta o fusión. Lo hemos empezado a hablar entre los socios propietarios.
- A mi parecer la generación que nos tiene que relevar no está por la labor de sacrificar su disfrute de la vida por la empresa, como hemos hecho la mayoría de nosotros. Hay que tener en cuenta que los pequeños y medianos almacenes se mantienen últimamente por la cantidad de horas que echamos.
- El panorama político hacia el mundo empresarial que hay en estos momentos en el país no ayuda al relevo generacional, y somos los padres los primeros que incitamos a los hijos a que busquen otras alternativas y, si no lo consiguen, como recurso que se hagan cargo de nuestros almacenes.
- En primer lugar, contar con un proyecto claro y definido para la sucesión familiar permite establecer metas y objetivos a largo plazo, el cual es fundamental para asegurar la continuidad y el crecimiento de la empresa. Esto ayuda a evitar que la sucesión se convierta en un proceso caótico y desorganizado.
- La incorporación de colaboradores externos puede aportar una perspectiva fresca y diversa a la empresa. Estos colaboradores deben tener habilidades y conocimiento especializados que complementen las capacidades del equipo directivo y contribuyan al crecimiento y la innovación de la empresa.
- En mi opinión, contar con un proyecto, un equipo directivo y colaboradores externos en la sucesión familiar de la empresa es beneficioso porque permite establecer metas claras, garantizar una transición exitosa y aprovechar las nuevas perspectivas y habilidades.
- Somos la segunda generación familiar y nuestro futuro relevo generacional está muy lejos; todavía son muy pequeños.
- Llevamos en el mercado 108 años, desde 1916, de los cuales llevo 49 años al frente del almacén, a 4 meses de mi jubilación. Es todo un orgullo tener a mi único hijo de 33 años, y con 8 años en la empresa, como relevo en la empresa.
- Una posibilidad sería ofrecerla a los trabajadores, pero todavía no se ha planteado.
- El gerente tiene 33 años, relevo generacional ya realizado.
- Cada vez es más difícil competir.
- Es complicado el relevo.
- Todas las soluciones de continuidad planteadas, están abiertas, pero ninguna analizada.
- Está en proyecto la sucesión por parte de una hija, pero en estos momentos está estudiando.
- En este momento estamos abiertos a estudiar y valorar cualquiera de las fórmulas de relevo mencionadas anteriormente. La de cierre y liquidación, solo en última instancia. Lógicamente nuestro deseo es que continúe la actividad.
- En España, a la pequeña empresa nos tratan como a los grandes, estamos abocados a la desaparición.
- Estamos buscando compradores.
- Hay relevo, pero no está bien definido.
- Persona colaboradora se interesa y traspasa el negocio.
- Nos quedan 10-12 años, y mi hijo a otra cosa y no a 12-14 horas diarias.
- Los posibles sucesores son muy jóvenes para saber si estarían interesados en continuar.

“BigMat Iberia presenta unas cifras de ventas récord y desvela su ambicioso plan estratégico en la Junta General de Accionistas”



◀ Aspecto general que ofrecía la Junta General de accionistas de BigMat Iberia.

El pasado 15 de junio, BigMat Iberia celebró su Junta General de accionistas con la asistencia de la práctica totalidad de los socios del Grupo.

Jorge Vega, el nuevo director general de BigMat Iberia, inauguró la Asamblea presentando el plan estratégico del Grupo para los próximos tres años, con la vista puesta en el 2027. Vega destacó los impresionantes resultados de 2023, con una facturación consolidada de 1.512 millones de euros, lo que ha permitido un reparto de rappel sin precedentes entre los socios y ha superado todas las expectativas. El Grupo se ha fijado como objetivo alcanzar los 2.000 millones de euros en facturación.



▲ A la izquierda, Jesús Prieto, en el momento de recibir el reconocimiento de todo el Grupo BigMat de manos de su presidente, Pedro Viñas.

En la Asamblea se presentaron y analizaron las líneas estratégicas del Grupo que en el **nuevo plan estarán basadas en 6 ejes de actuación principales**: la consolidación del modelo

de desarrollo de los socios, con más servicios y la mejora del punto de venta; una estrategia de crecimiento a través de incorporaciones, integraciones y absorciones; la logística, con el desarrollo de las nuevas plataformas en Andalucía, Gran Canaria y Mallorca; la división industrial, con el desarrollo y crecimiento de las actuales fábricas; el Modelo Green, con el foco puesto en conseguir productos y servicios acorde con la sostenibilidad y la agenda 20-30; y, finalmente, la digitalización e implementación de IA, ERP propio, con desarrollos digitales para los socios a través de The BigTech, la división digital del Grupo BigMat.

Uno de los enfoques clave del plan es el **fortalecimiento de la marca BigMat** a través del continuo desarrollo y apoyo a los socios.

La Asamblea también sirvió como escenario para un emotivo **reconocimiento a Jesús Prieto, quien ha dirigido el Grupo durante los últimos 20 años**. Prieto asumirá ahora el rol de consejero, continuando su contribución al nuevo Plan Estratégico.

Con este ambicioso plan, BigMat Iberia no solo celebra su éxito actual, sino que también se prepara para un futuro lleno de innovación y crecimiento sostenido.



▲ El nuevo director general Jorge Vega, inauguró la Junta General y presentó el plan estratégico del Grupo para los próximos tres años.

**Per a un
futur
més sòlid**



Una arena única

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

La granulometria, l'alt contingut silícic, la procedència natural detrítica i l'afectació directa que aquestes característiques tenen en aplicacions relacionades amb la construcció i la indústria la fan especial i insubstituïble.



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

www.arenesbellpuig.com

BigMat incorpora cuatro nuevos almacenes asociados

Desde comienzos de año, el Grupo BigMat ha incorporado a cuatro nuevos almacenes asociados. Se trata de **Pivita**, con dos puntos de venta en Palma y Ses Cadenes (Mallorca); **Pretensados Ribera**, también con dos puntos de venta en Pont de Suert y Vielha (Lleida); **Hermanos Escobedo García**, en Arcos de Jalón (Soria); y **Alcofer Logística**, en Lerma (Burgos).

Con estas cuatro incorporaciones, BigMat cuenta con 249 distribuidores asociados que representan un total de 361 puntos de venta entre España, Portugal y Andorra.

Con una superficie total de 21.000 m², y con más de 4 décadas de experiencia en el sector, **PIVITA** es una de las empresas de referencia del sector en Mallorca. La fábrica de prefabricados de hormigón inaugurada en 1978 fue el primer paso de un crecimiento constante que ha llevado a la empresa a ampliar horizontes hasta distribuir todos los materiales de construcción necesarios para hacer realidad cualquier proyecto.

La empresa alcanzó una cifra de facturación de 6.300.000 € en el año 2022.



▲ Instalaciones de Pivita en Mallorca.

Pretensados Ribera dispone de una superficie total 6.500 m² en el punto de venta de Vielha, y de 8.200 m² en el de Pont de Suert.

Pretensados Ribera es un negocio de materiales para la construcción con una buena área de influencia en todo el Valle de Arán y la parte norte de la provincia de Lérida. El almacén facturó 6.500.000 € en el año 2022.



▲ Instalaciones de Pretensados Ribera en Vielha.



Además del almacén de materiales ubicado en la localidad burgalesa de Lerma, que cuenta con unas instalaciones de 2.000 m² distribuidas en dos plantas con zonas diferenciadas para exposición y ferretería, **Alcofer Logística** se dedica también a la fabricación de elementos de hormigón. La facturación del almacén de materiales si sitúa en torno a los 4 millones de euros.

◀ De izda. a dcha.: Joan Torres, Subdirector General de BigMat; Ricarto López, Administrador de Alcofer Logística; y Lorenzo Fluxa, coordinador de BigMat Iberia.

Ubicado en Arcos de Jalón (Soria) **Hermanos Escobedo García** dispone de un punto de venta con una superficie total de unos 6.200 m² con dos zonas de exposición y libre servicio en unas instalaciones bien ubicadas en el extremo de la población.

► Lorenzo Fluxa y Joan Torres, con los hermanos Antonio y José Escobedo García.



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



Colocación a
cuatro piezas



Colocación a
rompe juntas



Colocación a
junta lineal



PIEZAS 3-30mm

JUNTA: 1, 2 y 3mm

GAMMA concluye con éxito sus tres semanas de convenciones

Durante el pasado mes de mayo tuvo lugar la primera ronda de convenciones de gerentes de distribuidores asociados organizada por GAMMA por todo el territorio nacional. **Durante tres semanas, un equipo de GAMMA** se desplazó por toda la península para reunirse con los gerentes de los almacenes asociados y hablar tanto de la situación actual del sector, como también de las perspectivas de futuro.

Las convenciones de gerentes son un formato de reunión muy afianzado en GAMMA y, en este sentido, un equipo formado por **el director comercial, Esteve Vilardell, y el propio gerente, Fran Fernández**, quisieron tener el contacto directo con los asociados para plantear estrategias de futuro y, sobre todo, cómo afrontar los nuevos retos que el sector tendrá que enfrentarse en un futuro ya no muy lejano. En algunas de estas reuniones se unieron también tanto de manera presencial como de manera telemática Ricard Planas, director de Compras, y Meritxell Martín, responsable de Compras.

Con un **total de 11 paradas (Zaragoza, Bilbao, Sevilla, Granada, Denia, Cataluña, Mallorca, Santiago, León, Cáceres y Aranjuez)** los asociados han podido descubrir las novedades en las que han estado trabajando desde la Central estos últimos meses y que siempre son en pro de su competitividad y de la mejora de su día a día.



▲ Convención celebrada en Denia.



▲ Convención celebrada en León.

Estas reuniones suponen un punto de intercambio muy importante para reencontrarse, compartir, y seguir trabajando en la colaboración conjunta como estrategia y base de crecimiento y cohesión como grupo



▲ Convención celebrada en Santiago.



▲ Convención celebrada en Sevilla.

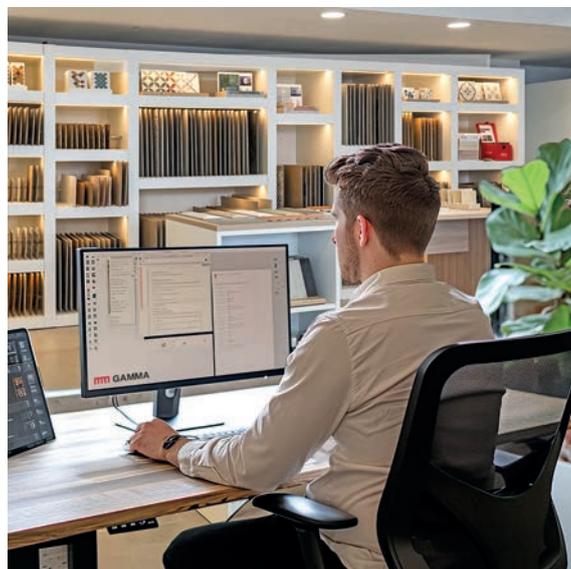
Los asociados de GAMMA ya pueden enviar los pedidos a la central con tan solo un clic

GAMMA ha ampliado el servicio integra360 que se ofrece a los asociados incorporando una opción que permite, de forma automática e instantánea, enviar los pedidos a la Central desde su ERP con tan solo un clic.

Hasta ahora, el servicio permitía recibir facturas, ver stock en tiempo real, precios, etc., pero ahora también disponen **de una nueva funcionalidad** que ofrece numerosas ventajas competitivas que mejoran, en primer lugar, la gestión del tiempo, ya que se puede hacer de una forma más rápida. Además, también reduce los posibles errores que se pudieran producir, simplificando el proceso y disminuyendo las gestiones proporcionando información actualizada e integrada en el sistema en tiempo real.

Esta nueva funcionalidad **está disponible de forma gratuita** para todos los asociados GAMMA que trabajen con algunos de los ERP'S con los que trabaja la Central. Además, GAMMA ha ofrecido a través de cada partner, una formación gratuita para conocer el funcionamiento de esta nueva funcionalidad y sacarle el máximo beneficio.

También es importante destacar que, durante las convenciones que se han llevado a cabo durante el pasado mes de mayo, se ha presentado esta nueva funcionalidad a los gerentes con una muy buena acogida por su parte. En definitiva, una nueva mejora que GAMMA ofrece de forma exclusiva a sus asociados y que se une a las ventajas únicas de las que disponen solo por estar asociados a la Central.



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.

GAMMA GROUP crea un comité de dirección y se prepara para el futuro



▲ De izqda. a dcha.: Marcel Sibila; Josep Barba; Gemma Junyent; Cristina Fernández; Carles Fernández; Fran Fernández; Esteve Vilardell; Gabriel Jiménez; Dolors Peralba; Joan Roldán; y Ricard Planas.

La compañía ha estado inmersa en un proceso de cambios que ha culminado con una nueva estructura directiva y una plantilla más completa y profesionalizada.

Uno de los cambios más importantes ha sido la creación del Comité de Dirección como órgano de decisión de los aspectos más importantes y trascendentales para **GAMMA GROUP**. Un Comité formado por personas muy afines en la compañía, la mayoría de ellos con una trayectoria de entre 15 y 30 años en GAMMA, y que reforzará la visión transversal de las decisiones y le aportará más fuerza y representatividad en cada una de ellas.

El nuevo Comité está formado **por su director general, Fran Fernández**, y por los diferentes directores de Departamento que están llevando a cabo diferentes planes de formación que proporcionaran unos conocimientos más especializados a sus respectivos equipos.

Este Comité está integrado por **Ricard Planas**, nuevo director del departamento de compras; **Esteve Vilardell**, nuevo director comercial; **Joan Roldán**, responsable del nuevo departamento de Transformación Digital; **Cristina Fernández**, nueva directora de Marketing; **Marcel Sibila**, responsable del nuevo departamento de expansión para Portugal; **Gabriel Jiménez**, director de Logística; **Gemma Junyent**, responsable de Sistemas y Procesos; **Josep**

Barba, responsable de Finanzas; y **Dolors Peralba**, directora del Departamento de Personas.

La creación de este Comité también supone la consolidación de un equipo totalmente capacitado para asumir en un futuro el relevo en la actual dirección

En palabras del director general, Fran Fernández, con este nuevo Comité “estamos en la culminación de la reorganización y profesionalización que empecé hace unos 4 años, con el claro objetivo de utilizar el mejor talento y experiencia para crear un Comité de dirección con visión estratégica y enfoque ejecutivo, al que estamos añadiendo constantemente formación técnica del máximo nivel. Un Comité **capacitado para asumir en un futuro el relevo en la dirección actual**. También quiero destacar que este Comité de dirección de alto rendimiento, junto **con la incorporación de Carles Fernández como adjunto a la Dirección General**, nos permitirá afrontar con garantía de éxito los cambios que se están produciendo en el mercado, a la vez que también supone la consolidación de un equipo totalmente capacitado para asumir en un futuro el relevo en la actual dirección”.

/ somos tu caja de herramientas

Te proporcionamos todas las herramientas y servicios que necesitas para hacer crecer tu negocio. **Tú eliges.**

/ ventajas en las compras

/ entregas semanales

/ mix de publicidad único

/ servicio de retail personalizado

/ marca propia exclusiva

/ surtido siempre en stock



Escanea y descubre
todas las herramientas
en gammagroup.es

GAMMA
GROUP

BdB impulsa su expansión en Portugal y nombra un nuevo responsable comercial

El Grupo BdB ha incorporado recientemente a dos nuevos almacenes asociados en Portugal. Se trata de **Ferragens Vieira**, ubicado en el Parque Empresarial de Machico, en la Isla de Madeira, y **Azulejos de Espanha**, en la localidad de Beja, muy cerca de la frontera española. Con estas incorporaciones, el Grupo ya cuenta con 5 puntos de venta en territorio portugués.

A comienzos del 2023, la Central BdB inició sus acciones de prospección y su equipo directivo trabajó en **una estrategia para desplegar su entrada en el país**. Se han llevado a cabo conversaciones con diferentes proveedores y se han adaptado al idioma portugués los soportes de comunicación necesarios para facilitar el día a día con los asociados. Ya en este 2024, BdB ha **incorporado un Responsable Comercial portugués, Leonardo Ramos**, con el objetivo de ofrecer una atención al Asociado más cercana y proporcionar las herramientas del Grupo a los almacenes que pretende incorporar a BdB.

Grupo BdB facturó un total de 511 millones de euros en 2023

Grupo BdB alcanzó una cifra de **facturación conjunta récord de 511 millones** de euros en el ejercicio de 2023, un 20% más que en 2022, debido en parte a la incorporación de **46 nuevos almacenes asociados al Grupo en 2023**.

Por lo que respecta a los datos de 2024, prevén la buena marcha de la Central que solo en la reciente edición primavera de la BdB Cybersemana se alcanzaron unos resultados de 3,3 millones de euros en compras, un 30% más que la edición de otoño de 2023.

Al respecto de estas cifras, el Director General de Grupo BdB, José Durá ha señalado que *“la estrategia anual, así como todo el trabajo de la Central, resulta fundamental para aportar valor y generar constantes ventajas competitivas para los Asociados BdB, para ayudarles a crecer y posicionarse en sus zonas, además de dar visibilidad y hacer crecer la marca BdB a nivel nacional”*.

BdB Cybersemana 2024

La BdB Cybersemana es uno de los eventos clave del Grupo para mejorar la competitividad de los Asociados BdB junto al **BdB Meeting**, cuya edición del 2023 en formato feria comercial se llegó a casi **3,8 M€ en compras**. Ambas iniciativas se enfocan en beneficiar a los Asociados BdB y Proveedores Homologados del Grupo participantes, incentivando las compras de los Asociados a través de precios de compra mejorados y para abastecerse para las siguientes acciones estratégicas que acontecerán en Grupo BdB.

Los buenos datos obtenidos respaldan los resultados presentados y refuerzan las líneas estratégicas y de actuación del Grupo con presencia en prácticamente todas las provincias españolas.



▲ José Durá, director general del grupo BdB, presentando los resultados en la pasada edición del BdB Meeting 2024 celebrado en Alcalá de Henares (Madrid).



Cuidamos el agua,
cuidamos la ciudad

Diseñamos Sistemas Urbanos de Drenaje Sostenible (SUDS)

En el medio natural, la tierra actúa como una esponja, absorbiendo y almacenando el agua pluvial para que cumpla con el ciclo hidrológico. Sin embargo, en las ciudades el agua se encuentra ante superficies duras que impiden su absorción, así como canalizaciones que sobrecargan las redes de alcantarillado.

Como consecuencia, este recurso cada día más escaso se acaba desperdiciando. Nuestros SUDS se diseñan y se instalan con el objetivo de imitar y favorecer el proceso hidrológico natural en los entornos urba-

nos: facilitan el crecimiento adecuado de la vegetación y sus raíces; ralentizan y controlan la escorrentía; almacenan el exceso de agua mediante tanques de tormenta y la infiltran en los acuíferos del subsuelo; depuran y regeneran el agua, lo que permite implementar sistemas para su reutilización; limitan el vertido final y mejoran su calidad. Así cumplimos nuestra misión: cuidar el agua y las ciudades para cuidar a las personas.

Más información en www.suds.aco.es

ACO. we care for water



La 'Súper Semana BdB' supera todas las expectativas

La Súper Semana BdB, la campaña más potente de Grupo BdB hasta la fecha, celebrada del 22 al 28 de abril ha concluido con gran éxito, tanto en participación como en la implicación de los Asociados. Esta iniciativa logró **captar la atención de profesionales** de la construcción en todo el territorio español gracias a una intensa campaña de promoción en redes sociales y medios de comunicación.

La campaña, diseñada para potenciar el conocimiento de la marca BdB a nivel nacional y aumentar la visibilidad local de los almacenes BdB participantes, tenía como objetivo llegar a todos los **profesionales de la construcción**. Para facilitar el acceso a las promociones, se creó una web específica que permitía a los clientes localizar su tienda BdB más cercana mediante geolocalización, ahorrando tiempo y gestiones.

La participación de los Asociados fue voluntaria, y su respuesta fue excepcional. **Las redes sociales se llenaron de diversas creatividades**, desde promociones tradicionales hasta innovadores formatos siguiendo las últimas tendencias de Internet. Por su parte, los Asociados también aprovecharon la campaña para realizar anuncios en emisoras locales, lo que incrementó significativamente el impacto en sus respectivas zonas.



▲ Los premios incluían una moto eléctrica, tres patinetes eléctricos, smartbox de deporte motor, smartbox del espectáculo 'El Rey León', un móvil Samsung de alta gama y cinco tarjetas regalo de Amazon.

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

SALVATERAZZA® ECO



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

Amargant inaugura la nueva exposición

En una de las arterias más importantes de Mataró, el distribuidor de materiales de construcción Amargant inauguró el pasado 23 de mayo la nueva exposición exclusiva de **Amargant Porcelanosa** con un formato muy cuidado y con una presentación de productos muy estudiada y selectiva. Esta exposición cuenta con un espacio total de 250 m², y se une a la exposición inaugurada en 2019 con el modelo **Amargant Constru-Dekor**. **Con los dos espacios, Amargant presenta en una exposición de 1.000 m²**, un posicionamiento en el segmento alto de la reforma en la zona de la comarca del Maresme (Barcelona). Es, sin duda, una apuesta dirigida al sector de la reforma y cuyo espacio combina muy bien los potenciales clientes tanto particulares como profesionales.

La exposición está a la altura del producto expuesto. Es elegante y con una iluminación muy cuidada que le confiere una personalidad propia. Los espacios de presentación de producto para el profesional están muy bien ambientados y, a su vez, el cliente particular puede encontrar fácilmente el producto escogido.

Muchos clientes, colaboradores y proveedores no quisieron perderse esta inauguración que, de momento, significa el broche de oro a una trayectoria de casi 140 años en el sector de la construcción.



Al acto asistieron **Pedro Marchante, Gerente de Porcelanosa Catalunya y Antonio Ballester, director de la compañía**, acompañados de los máximos responsables de Porcelanosa. Joan Amargant contó con la complicidad de Antonio Ballester para cortar juntos la cinta inaugural de la nueva exposición.



exclusiva de Porcelanosa



140 años al servicio de la construcción

En 1880 la familia Amargant comienza su actividad en este sector mediante la fabricación con métodos artesanales de ladrillos cerámicos con una bóveda propiedad de la familia en la localidad barcelonesa de Sant Cebria de Vallalta. Pero no es hasta el año 1960 que no entra de lleno en la venta de materiales de construcción.

En la actualidad, el Grupo Amargant cuenta con dos puntos de venta de materiales de construcción en las localidades de Sant Pol de Mar y Pineda de Mar, y en el año 2008 comenzó su actividad FERRAMAR, una empresa del Grupo cuya actividad principal es la elaboración de acero corrugado para la construcción y estructura metálica.

Amargant pertenece al **Grup Matdecó** y su división de venta de materiales de construcción cerró el ejercicio del año 2022 con una facturación consolidada de 12 millones de euros.



▲ Joan Amargant, en el centro de la imagen. A su izquierda, Antonio Ballester, director de la compañía; y en el extremo Pedro Marchante, Gerente de Porcelanosa Catalunya, (primero por la derecha).



▲ Miembros del Grup Matdecó: de izda. a dcha.: Antonia Jaume Femenías, Isabel Oliveras, María Rosa Oliveras y Sergi Urpí.



▲ Diferentes ambientes de la cuidada exposición de Porcelanosa inaugurada por Amargant en Mataró (Barcelona).

Catalonia Ceramic inaugura un nuevo

El nuevo espacio de cocinas que se inaugura ahora en Sabadell, viene a unirse al que Catalonia Ceramic ya tiene en su showroom de Barcelona, ampliando así la oferta de cocinas destinada al cliente final y a los profesionales del interiorismo, decoración y reformas. En paralelo, desde inicios del 2024, Catalonia Ceramic ha lanzado también su línea de cocinas con servicio integral para promotores y constructores. Todo ello está perfectamente alineado con el objetivo de Catalonia Ceramic de reforzar el portafolio de productos y servicios que ofrece a sus clientes, que abarca desde el material básico de obra, los productos de ferretería, el mobiliario y equipamiento para baños y cocinas y, por supuesto, su amplia gama de pavimentos y revestimientos.

Catalonia Ceramic inauguró el pasado 25 de abril el Kitchen Showroom Sabadell, un nuevo espacio de cocinas en un acto que reunió a un centenar de personas, entre clientes, profesionales, particulares, y proveedores. **Más de 200 m² de exposición** donde los asistentes pudieron ver las nuevas cocinas que complementan la ya consolidada exposición de cocinas de Catalonia Ceramic.

Eva Pujol, CMO de Catalonia Ceramic, ha dado la bienvenida a los asistentes, agradeciéndoles su presencia. Seguidamente, ha tenido lugar la presentación de los responsables de Catalonia Ceramic, **Josep Maria Tey, CEO de Catalonia Ceramic, y de Marcel·lí Sugrañes, consejero delegado del Grupo**. El acto ha contado con la presencia de Lluís Matas, teniente de alcalde de Promoción Económica y Proyección de la Ciudad de Sabadell.

Josep Maria Tey destacó, en su discurso, que con este nuevo espacio de venta y exposición de cocinas el grupo se adapta a las nuevas formas de vida de la sociedad, poniendo de manifiesto la importancia del “espacio cocina” que se ha convertido en “el centro neurálgico de las casas”. Esta nueva exposición presenta, en palabras de Tey, **“unas cocinas alineadas con el estilo de vida y las necesidades que tenemos hoy en día, al tiempo que respetando las máximas profesionales que tenemos en Catalonia Ceramic: servicio, amplitud de gama, variedad de producto, y adaptación a las distintas necesidades del proyecto con asesoramiento técnico y profesional”**. También ha resaltado la implicación de Catalonia Ceramic en el tejido empresarial de Sabadell, eligiendo la sede de Sabadell, como principal showroom de cocinas dentro del grupo que cuenta con otras tiendas en Barcelona, Cerdanyola/Sant Cugat, Cornellà y Premià.



▲ De izqda. a dcha.: Eva Pujol, Lluís Matas, Josep Maria Tey i Marcel·lí Sugrañes.

Lluís Matas, teniente de alcaldesa de Promoción Económica y Proyección de Ciudad en Sabadell, en su turno de palabra ha expresado la satisfacción del Ayuntamiento de Sabadell hacia Catalonia Ceramic, por su implicación con la ciudad y la incidencia laboral y económica de la nueva exposición de venta de cocinas en Sabadell. «Nosotros lo que hacemos desde Promoción Económica es hacer que Sabadell sea una ciudad de oportunidades, para emprendedores, para empresas y que ejerza de capital y éste es un ejemplo de lo que queremos que pase a la ciudad», ha declarado. También ha añadido que desde el Ayuntamiento trabajan para «ayudar» y «poner la alfombra roja» a las empresas y a los emprendedores que quieran estar en Sabadell, como acompañarlos en el aterrizaje en la ciudad, en el proceso de crecimiento y consolidación del negocio.

espacio de cocinas en Sabadell



▲ Momentos de la inauguración con los asistentes.

El nuevo Espacio Cocinas de Sabadell

Las cocinas destacan por su gran variedad de estilos, desde los ambientes más clásicos hasta los más modernos, sin olvidar los estilos más nórdicos y contemporáneos con toques rústicos. Se trata de cocinas versátiles, dinámicas y prácticas para atender a todas las peticiones vengan de particulares o de profesionales. En el nuevo espacio se puede ver gran variedad de acabados, nuevos materiales y las últimas tendencias e innovaciones del sector. Destaca la zona laundry room de aires frescos y prácticos para cuidar la ropa, y una amplia despensa y líneas esmeradas con una gran capacidad para el almacenamiento de alimentos y bebidas.

Los profesionales de Catalonia Ceramic, interioristas especializados en diseño de cocinas, **se encargan de atender y asesorar de forma personalizada e individual a todos los proyectos** para hacer una cocina o reformar una antigua con la voluntad de diseñar conjuntamente la cocina que mejor encaje con cada necesidad y estilo, escogiendo la propuesta más adecuada para cada caso. Las cocinas de Catalonia Ceramic de máxima calidad y a precios muy competitivos dentro del mercado proceden de reconocidas y consolidadas marcas como **Schüller, Santos, Armony y Pino**.

Diferentes modelos expuestos en el nuevo espacio de cocinas inaugurado en Sabadell, y que viene a unirse al que Catalonia Ceramic ya tiene en su showroom de Barcelona



EUROMAT cumple 30 años con una base sólida de crecimiento

Desde sus humildes comienzos en 1994, EUROMAT ha sido una de las empresas con mayor relevancia en el sector de la construcción y fontanería en las comarcas catalanas de Osona y el Ripollès. Fundada como un modesto almacén de materiales de construcción en la localidad de La Gleva (Barcelona) por los hermanos Xevi Coromina y Sagi Coromina, la empresa ha experimentado un crecimiento gracias a su compromiso con la calidad y el servicio al cliente.

Uno de los hechos más significativos en la historia de EUROMAT fue su incorporación a GAMMA GROUP en el año 1998, lo que marcó el inicio de una asociación fructífera que ha reforzado su posición en el mercado y ampliado su oferta de productos. En 2002, EUROMAT amplió sus servicios adquiriendo una empresa de venta de material de fontanería y calefacción en la comarca de Osona y el Ripollès. Esta decisión diversificó su oferta, permitiéndole atender mejor las necesidades de los clientes y consolidarse en el sector.

En 2005 abrió su primer Showroom dedicado a los materiales de diseño de interiores en la ciudad de Vic (Barcelona), donde EUROMAT ofrecía una amplia gama de productos para transformar los diferentes espacios del hogar.

En 2011, EUROMAT siguió expandiendo su zona de influencia al inaugurar unas nuevas instalaciones en Ripoll, que incluían una variedad de productos desde la fontanería hasta la ferretería, y con un nuevo Showroom de diseño de interiores. El año 2017 marcó otro hito importante con la adquisición de un almacén de materiales de construcción en Ripoll, consolidando aún más la presencia de EUROMAT en la zona.

► Showroom y exposición de diseño de interiores en Vic (Barcelona)

En la actualidad, EUROMAT cuenta con seis puntos de venta distribuidos estratégicamente en las comarcas de Osona y Ripollès, incluyendo dos Showrooms, dos ferreterías y dos almacenes de construcción. Esta red diversificada de establecimientos permite a la empresa satisfacer las necesidades de sus clientes con una amplia gama de productos y servicios.

Al celebrar su trigésimo aniversario, EUROMAT refleja no sólo tres décadas de logros destacados, sino también un compromiso continuo con la excelencia, la innovación y la satisfacción del cliente. Con una base sólida construida a lo largo de los años, la empresa mira hacia el futuro con optimismo, y preparada para hacer frente a los retos de futuro. La empresa alcanzó una cifra de facturación de 5.200.000 € en el ejercicio del 2023.

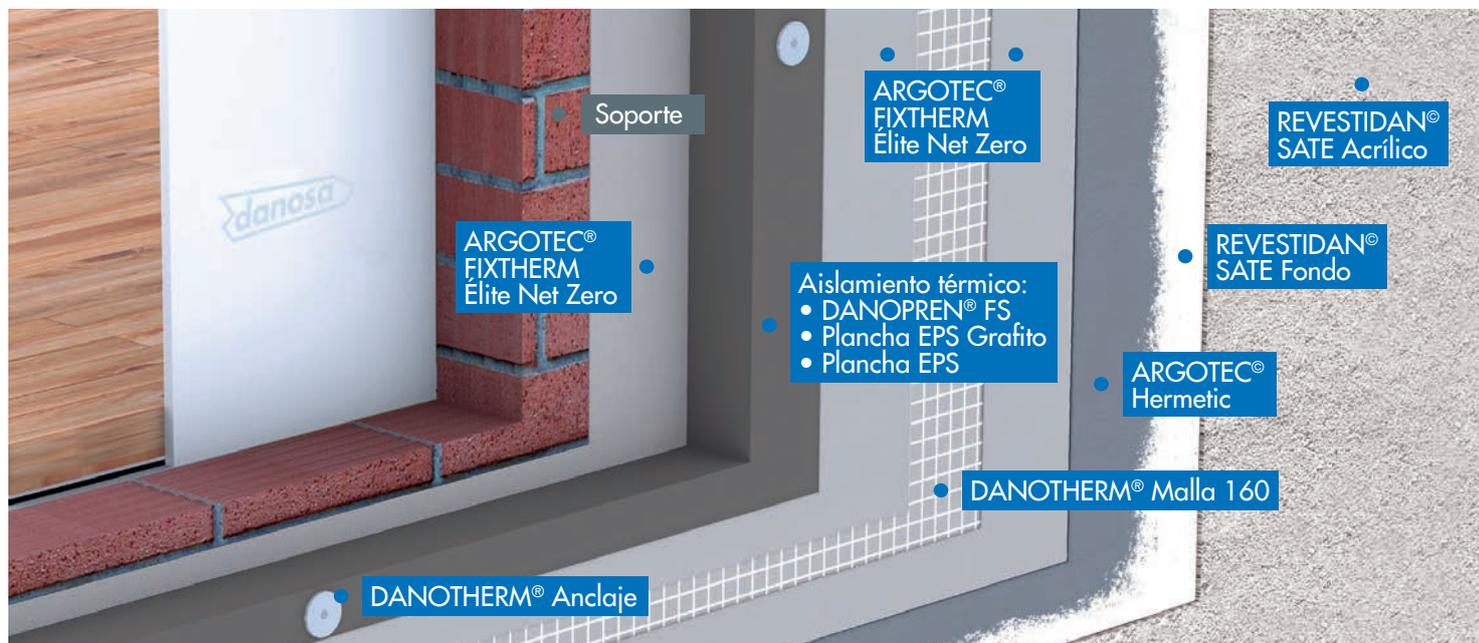


▲ Punto de venta de EUROMAT en la localidad Ripoll (Girona).



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

CIR62 traslada su delegación de Valencia a un nuevo almacén



CIR62 ha trasladado su punto de venta de Valencia a unas nuevas instalaciones ubicadas en la localidad valenciana de Picanya. Este cambio está motivado por la estrategia de la empresa para incrementar su presencia en la zona. **Las nuevas instalaciones de 3.500 m² permiten reforzar el stock de productos**, así como proporcionar una mayor comodidad y experiencia de compra a sus clientes.

El nuevo punto de venta cuenta con una zona de carga cubierta, un área de libre servicio para picking, así como también un amplio stock permanente de los productos que comercializan. Su ubicación, en un polígono industrial próximo a la capital valenciana y a varias autovías, permite a los clientes acceder de manera rápida al mismo.

El jueves 25 de abril se celebró la inauguración del nuevo almacén, con la presencia de clientes y proveedores que pudieron realizar una visita guiada por el nuevo centro y conocer de primera mano los productos de los proveedores presentes en el evento. En su discurso inaugural, **la directora general de CIR62, Felicidad Martínez**, destacó la importancia del cambio y el objetivo de CIR62 de convertirse en el distribuidor profesional de referencia en el sector de la construcción, industria y climatización, acelerando la estrategia de crecimiento y transformación en la zona del levante.

Fundada hace más de 60 años, CIR62 está especializado en la distribución de materiales de primeras marcas para la construcción, la industria y la climatización. Cuenta con tres puntos de



venta en Madrid, un punto de venta en Valencia y un almacén logístico en Pinto con más de 4.000 referencias en stock.

La empresa alcanzó una cifra de facturación de 17 millones de euros en el ejercicio del 2022.

NUEVA GAMA DE
CUBOS DE CAUCHO

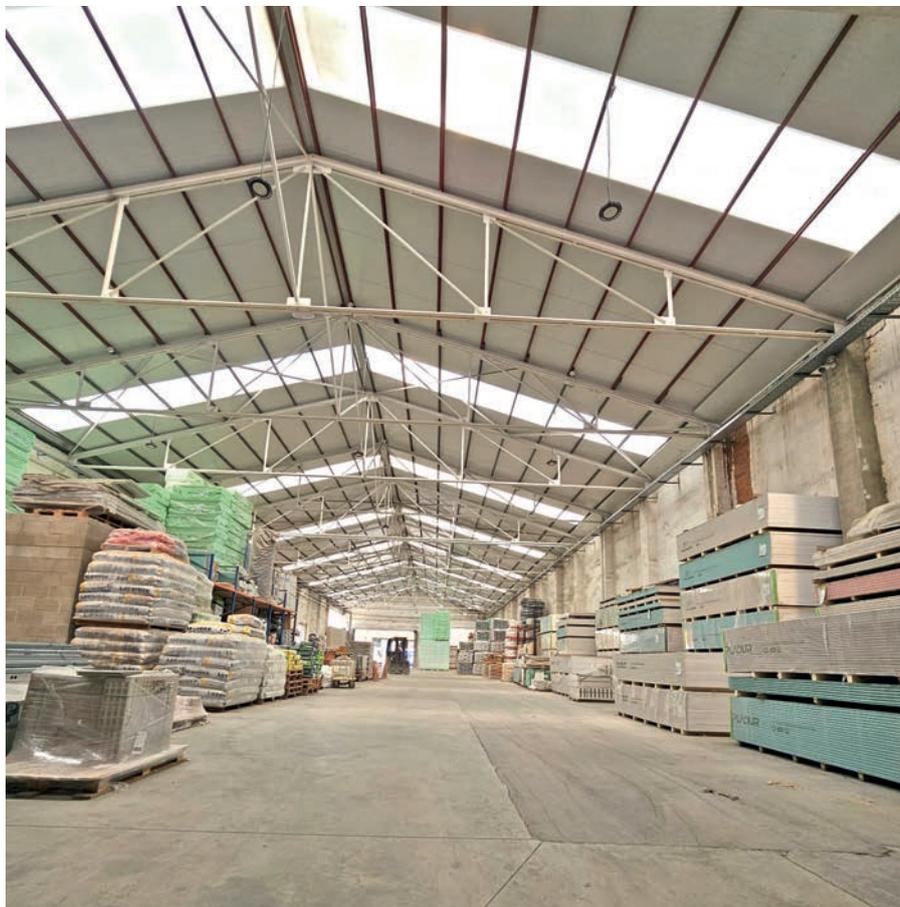
CARGA
CON
TODO



BELLOTA

www.bellota.com

Materials Can Rull, más de 40 años de profesionalidad y esencia de un negocio familiar



▲ Impresionante la zona cubierta del almacén situado en la Carretera de Molins de Rei, en Sabadell.

En el año 1980 José Castillo García abre en la ciudad barcelonesa de Sabadell un almacén de materiales de construcción con el nombre de **Materials Can Rull**, el mismo del barrio de la ciudad donde se ubica.

Con el tiempo, Materials Can Rull se ha convertido en una empresa familiar dedicada a la comercialización de materiales de construcción, cerámicas y complementos de decoración para las reformas del hogar. En la actualidad, la segunda generación ya se encuentra al frente del negocio, **con Octavio y Amalia, hijos de José Castillo, con sus respectivas parejas**, gestionando cada uno de ellos un área diferente del negocio. Para este almacén, la fórmula de unir trato familiar con una alta capacidad profesional ha dado como resultado un gran desarrollo de la empresa dentro del

sector de la decoración y la reforma del hogar y, hoy, la marca Materiales Can Rull tiene **un claro significado de calidad y diseño en el mercado**.

Materials Can Rull **dispone de dos puntos de venta**, uno en la Ctra. de Molins de Rei, 201, donde se encuentra el almacén de materiales de construcción y la zona de libre servicio; y el otro en la Ctra. de Terrassa, 399, donde se encuentra la exposición de cerámica y mobiliario de baño con una excelente relación calidad-precio, y con una gama de producto muy bien seleccionada para el mercado de la reforma y la rehabilitación.

Materials Can Rull alcanzó una cifra de facturación de 3.454.000 € en el ejercicio del 2022.

► Edificio donde se encuentra la exposición de cerámica y mobiliario de baño.





▲ De izqda. a dcha.: Gloria Sánchez Puga, Octavio Castillo Moya, José Castillo García, José Nicolás Judas y Amalia Castillo Moya.



◀ Zona de libre servicio.



▲ Flota de vehículos de Materials Can Rull.

BigMat Aldino celebra 100 Años en un acto muy emotivo



Toda historia que dura 100 años, tiene un comienzo. Y la de BigMat Aldino empieza en el año 1924 cuando Aldino Fernández comienza a comercializar cemento en la localidad de Torrent y en las poblaciones de su alrededor.

La evolución lógica del negocio le obliga a ampliar la gama de productos con la segunda generación al frente del negocio con sus hijos Aldino y Agustín. **Aldino Fernández Lerma se hace cargo del negocio desde el año 1939 hasta el año 1965** en las instalaciones ubicadas en la Avenida dels Martirs, actualmente denominada Avenida del Vedat. A su jubilación, su hermano Agustín continúa con el negocio con la marca Aldino, ubicando el almacén en la actual Plaza de las Cortes Valencianas, hasta su jubilación en el año 1976. Fue entonces **su hijo Aldino Fernández Roig, quién se hizo cargo del almacén** hasta el año 2015. La celebración de este centenario el pasado 15 de junio marca un hito significativo en la historia de la empresa, con la cuarta generación de la familia Aldino y Tomás Fenoll, asegurando la continuidad del negocio y de su legado de compromiso y dedicación.

En un acto muy emotivo celebrado en las actuales instalaciones de la empresa, **la familia Aldino y todo el equipo de BigMat Aldino agradecía a todos sus clientes, colaboradores y amigos** su apoyo durante estos 100 años, y a los proveedores por su respaldo y confianza. Al mismo, se comprometían a continuar proporcionando el mejor servicio y la venta de los mejores productos con una excelente relación de calidad/precio. Además de un excelente y

profesional servicio, BigMat Aldino ofrece a todos los clientes profesionales y particulares un amplio surtido de productos, con un extenso catálogo que asegura que tanto profesionales del sector como aficionados al bricolaje encuentren todo lo necesario para sus proyectos.

El momento más emotivo del acto fue la mención especial para la figura de **Aldino Fernández Roig**, quién como representante de la 3ª generación de la empresa, recibió el reconocimiento por parte de toda la organización a todos los años de dedicación a la empresa.

Para **Tomás Fenoll, actual Director General y administrador** de la empresa, esta celebración supone “la culminación a un esfuerzo de una vida, a una visión y a un empeño por transmitir unos valores tras generación tras generación. Quiero destacar la enorme implicación y profesionalidad que toda la plantilla demuestra día a día, creciendo juntos como personas, mejorando nuestras capacidades y con la exigencia de la mejora continua como objetivo principal”.

▲ Imagen de la celebración de los 100 años de BigMat Aldino el pasado 15 de junio en sus instalaciones de Torrent (Valencia).



▲ De izqda. a dcha.: David Nolasco (BigMat Nolasco Aldeguer), Aldino Fernández y Tomás Fenoll.

PROPAMSA[®] es ahora

Molins^c

Ofrecemos soluciones integrales para la construcción que incluyen sistemas de colocación de cerámica, revestimientos de fachada y SATE, morteros especiales y resinas.

+ Molins

Sumamos equipo,
compartimos propósito.
Somos más. Más Molins.



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

El pasado mes de mayo, **BigMat La Plataforma Odoricio** celebró por segundo año consecutivo la espectacular **Feria de Proveedores** con motivo del segundo aniversario del cambio de modelo de su punto de venta BigMat Odoricio al modelo de BigMat La Plataforma Odoricio.

En el evento no faltaron las presentaciones de las últimas novedades de cada fabricante, las demostraciones de producto y las ofertas especiales preparadas exclusivamente para esta 2ª edición. Además, durante el transcurso del evento se realizaron sorteos de productos y regalos para todos los asistentes. También hubo un servicio de barbacoa, así como un speaker y música para amenizar el evento que se extendió a lo largo de la jornada.

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.



▲ Roberto González con su padre Roberto (tercero por la derecha) con clientes y colaboradores.



▼ Instalaciones de BigMat La Plataforma Odoricio en Soria

Roberto González con algunos de los proveedores presentes en esta segunda edición de la Feria BigMat La Plataforma Odoricio





◀ Vista de una de las zonas del patio con los stands de los proveedores.



MATDECÓ, UN SALTO ADELANTE HACIA NUEVAS OPORTUNIDADES Y COLABORACIONES DE ÉXITO.

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.





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

GAMMA MARTÍ MARTÍ inaugura un

El pasado mes de mayo **GAMMA Martí Martí** inauguro el nuevo punto de venta en la localidad de Alcañiz, en la provincia de Teruel. El diseño del nuevo punto de venta se ha llevado a cabo con el servicio **“Diseñamos tu negocio”** que el Departamento de Retail de GAMMA pone a disposición del asociado. En este caso, el Departamento de Retail ha acompañado al asociado en todo el proceso de realización de su nuevo punto de venta, diseñando las diferentes zonas y buscando **crear una tienda única que maximice la satisfacción del cliente.**

El punto de venta cuenta con una superficie de más de 500 m² donde se encuentra una exposición de baños y un nuevo almacén de materiales de construcción. Dispone, también, de un gran surtido de sanitarios y de una amplia zona técnica de cerámica, que incluye desde la pieza más pequeña hasta el gran formato con un total de 150 paneles expositores.

Además, se pueden encontrar tanto productos de Marca Propia, **Baño en Baños y Terradecor en Cerámica**, como de las firmas más prestigiosas del sector.

Un punto de venta en el que se ha cuidado hasta el más mínimo detalle para que el cliente se sienta a gusto durante todo el proceso de compra y en el que se han incluido hasta una bonita zona infantil.

La **inauguración contó con la asistencia de clientes y amigos** que pudieron ver, de primera mano, cómo ha quedado tanto la parte de exposición como el almacén de materiales donde se realizó un aperitivo para todos los asistentes. Además, un equipo de la central no quiso faltar y acompañó al asociado también en este día tan importante. GAMMA Martí Martí cuenta también con otro punto de venta en la localidad de Valderrobres (Teruel).



▲ De izquierda a dcha.: Alejandro Martí, José Luis Martí, Gerente de GAMMA Martí Martí, con su señora, Lourdes Borrás, y con su otro hijo, Adrián Martí.



nuevo punto de venta en Alcañiz



Diferentes ambientes del nuevo punto de venta y zona de atención al cliente



Éxito total en III Congreso Canal profesional organizado por Rodríguez Valero

El pasado 31 de mayo se celebró en el restaurante Rincón Huertano, ubicado en la pedanía murciana de Beniaján, el **III Congreso Canal profesional de Instalaciones de Fontanería y Climatización de la Región de Murcia, organizado por Rodríguez Valero.**



◀ Participantes en la mesa redonda para debatir sobre temas de actualidad e interés para el colectivo. De izqda. a dcha.: Juan Stefani, Director Regional de Mitsubishi Electric; Luis de Vertiz, director comercial de ALB Sistemas; Josep Domingo Santamaria, Director General de Auna Distribución; Carmen Llorent, gerente de la empresa Item Climatizaciones; y Ramón Brocal, presidente de la asociación de instaladores de fontanería en la asociación FREMM.

El acto fue inaugurado por el consejero de Hacienda, Economía y Empresa, Luis Alberto Marín, que en su discurso felicitó a todos los congresistas y en especial al promotor, Rodríguez Valero, por la excelente convocatoria obtenida. También, el consejero aseguró que el gobierno regional apoyará a esta industria fomentando las ayudas a la formación e implementando cursos específicos de fontanería y climatización, para paliar los problemas de falta de mano de obra en este colectivo tan necesario para la sociedad.

Durante el Congreso **se realizaron dos grandes formaciones empresariales** a cargo de **Juan Merodio**, experto en marketing digital

y redes sociales a nivel nacional e internacional, y **Emilio José Díaz**, consultor, mentor y CEO de la consultoría "Estrategízate".

Hay que destacar que, en esta edición y como novedad, la organización entregó dos reconocimientos: uno personal, destinado a Rafa Soler Sánchez, socio y delegado comercial durante 45 años de Fagor Industrial por su amplia trayectoria y aportación al desarrollo del sector, y otro de carácter grupal a todas las mujeres que colaboran, trabajan o lideran las empresas del gremio, las cuales son tan necesarias e imprescindibles en cada una de nuestras organizaciones.

Feria y exposición de productos

En la feria participaron **cuarenta y dos fabricantes de primer nivel**, de ámbito nacional e internacional, de los sectores de la Climatización, Fontanería y Energías Renovables. Según **Andrés Carrasco, responsable comercial de Rodríguez Valero**, "todos ellos tuvieron sensaciones muy positivas, destacando un Feedback directo con los instaladores, conociendo así las necesidades y preocupaciones actuales.

También, nos comenta que "hacemos un balance positivo, ya que es un acontecimiento que lleva mucho trabajo y dedicación por parte de todo el equipo de Rodríguez Valero, pero una vez terminado y viendo la aceptación obtenida, ya tenemos ganas de preparar a partir de hoy mismo la organización del IV Congreso.

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

Suministros LAR entrega los premios del X Concurso



▲ Foto de familia de todos los alumnos de los 9 centros que participaron en esta edición del Concurso de Azulejos Lar.

El Concurso de **Murales de Azulejo Lar** es una iniciativa que puso en marcha en el año 2006 **Suministros Lar**, una empresa familiar con una trayectoria de más de 60 años en el sector de la distribución de materiales de construcción y equipamiento para el hogar, ubicada en la localidad de Cee, en plena Costa da Morte gallega. El concurso, que este año 2024 llegaba a su décima edición, ha estado dedicado a la temática de **“Morriña – Los oficios de las mujeres en el tiempo de la Emigración”**.

Nueve murales con la forma de una cara silueta de una mujer, para representar nueve oficios que estas valientes mujeres gallegas desempeñaron cuando sus maridos se vieron obligados a emigrar: “Palilleira”, “Ceramista”, “Tecedeira”, “Conserveira”, “Peixeira”, “Mariscadora”, “Costureira”, “Redeira” y “Labrega”.

En el concurso participaron 9 centros escolares y el primer premio recayó en el **IES Fernando Blanco, de Cee con el mural que rendía homenaje a las “Conserveiras”**. El jurado estuvo compuesto por el comisario de arte Antón Castro; la arquitecta Covadonga Carrasco; la ilustradora y escritora Laura Suárez; y el ceramista Nacho Porto.

Tatiana Rodríguez, impulsora de este Concurso y gerente de Suministros Lar, destacó que esta edición es “nuestro homenaje a quienes cuidaron y sostuvieron en momentos duros a la sociedad gallega”. La gala de entrega de premios fue presentada por el comunicador **Pepe Formoso**, y contó con la asistencia de **Andreas Fleischhauer, director general de MAPEI España**, y **Joaquim Cantacorps**,



▲ De izda. a dcha.: Pepe Formoso (presentador del evento), Tatiana Rodríguez (Suministros Lar), Antón Castro (jurado), Gonzalo Rodríguez (Suministros Lar), Covadonga Carrasco (jurado), Joaquim Cantacorps y Andreas Fleischhauer (MAPEI España), Ramon Capdevila (L'informatiu), Laura Suárez (jurado) y Nacho Porto (jurado).

Bussines Manager Construction Materials, en representación de la multinacional italiana que desde la primera edición ha patrocinado estos premios solidariándose con el proyecto.

Este proyecto nace de una idea muy simple. Acercar el azulejo a los más jóvenes, a partir de reciclar los azulejos de los expositores que se tienen que cambiar. Reciclar y no tirar y, además, poner en marcha una gran iniciativa de integración social. Dicen que el lugar imprime carácter. Nada más cierto.

El concurso, que este año 2024 ha llegado a su décima edición ha conseguido desde sus inicios, según nos comenta su responsable Tatiana Rodríguez, *“hacer algo especial, diferente y muy beneficioso para los estudiantes, y muy bien valorado tanto por los profesores como por los padres”*.

de Murales de Azulejo



▲ Gonzalo Rodríguez explicando a Andreas Fleischhauer y Joaquim Cantacorps una de las obras presentadas.



▲ Los alumnos del IES Fernando Blanco, de la localidad de Cee, que se llevaron el primer premio con el mural que rendía homenaje a las "Conserveiras".



▲ Los nueve murales que representaban los nueve oficios que las mujeres gallegas desempeñaron durante la dura época de la emigración.

Máxima Individualidad.



Schlüter®-KERDI-BOARD-W

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

www.schlutersystems-soluciones.es



OPINIÓN

¿Cuál es nuestra competencia?



Guillermo Alcaraz

Arquitecto Técnico. Consultor en comercialización de materiales para la construcción

alcarazconstruccion@gmail.com

¿Cuál es nuestra competencia,... y qué podemos hacer para ser más competitivos?

El estratega de la antigua China Sun Tzu decía en su libro *El Arte de la Guerra*, “conoce al adversario y sobre todo conócete a ti mismo y serás invencible”.

“En España hay más de 3.500 almacenes de materiales de construcción, pero solo unos 440 tienen una facturación anual superior a los dos millones de euros”, como señaló Víctor Manau, presidente de ANDIMAC, en la 9ª Jornada de L’informatiu.

Esta reducida dimensión o **atomización** de los almacenes es un factor claramente desfavorable frente a la competencia que suponen los grandes operadores (el grupo Adeo con Obramat, principalmente).

“Acuerdos, alianzas, **uniones**,... no hay otro camino” escribía muy acertadamente Ramón Capdevila en su editorial de noviembre del pasado año.

Aunque sabemos la complejidad que conllevan los procedimientos para unirse las empresas distribuidoras en forma de **fusiones**, no es menos cierto que para mejorar la competitividad habría que realizar un mayor esfuerzo para explorar todas y cada una de las opciones de fusionarse (preferentemente con otros asociados de un mismo grupo).

Esa potencial unión de empresas distribuidoras, podría ponerse en marcha mediante la fusión de dos, tres o cuatro almacenes, generándose una nueva empresa con un volumen de facturación de unos 9 – 12 millones/año, y una plantilla resultante en torno a 40 personas. Esto

facilitaría disponer una **estructura competitiva** mínima, evitando ineficiencias logísticas, simplificando tareas administrativas, potenciando el área de compras (complementario al de los grupos) y la red de ventas. A su vez también permitiría disponer de especialistas por familias de artículos, así como de un departamento técnico, un responsable financiero y un técnico de marketing (especializado en nuevas tecnologías). Este aumento de tamaño, si es realizado con criterio y eficiencia, debe conllevar un incremento del margen y de la rentabilidad.

Por otro lado, esta dispersión de pequeños almacenes produce un efecto de **capilaridad**, que reporta beneficios para el cliente como por ejemplo la **cercanía**. También es ventajoso por su contribución a la sostenibilidad al reducirse los portes y desplazamientos.

El objetivo sería aumentar el número de empresas preparadas para competir en un entorno cada vez más hostil, manteniendo las fortalezas actuales (cercanía al cliente, pertenencia a grupos de compra,...) pero modificando nuestras debilidades (facturación, estructura y organización).

Mientras tanto, observamos como día a día los grandes operadores siguen creciendo a un ritmo sostenido y ganan mayor cuota de mercado, ante lo cual toca actuar con la mayor celeridad posible. Como dijo T. Roosevelt, “en cualquier momento de decisión lo mejor que puedes hacer es lo correcto, lo segundo mejor lo equivocado, y lo peor que puedes hacer es nada”.

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

También es noticia...

GAMMA AMPLÍA SU SERVICIO DE ALQUILER DE HERRAMIENTAS

Este servicio, de la mano de **Toolquick**, consiste en el alquiler de todo tipo de herramientas para el profesional en el punto de venta, y ofrece dos versiones que se adaptan a las necesidades del asociado en lo que demanda se refiere. De esta forma, el profesional de la reforma y la construcción puede acudir al almacén de construcción para alquilar lo que necesite para llevar a cabo sus proyectos de reforma y construcción.

Con este servicio, el asociado cede un espacio en el punto de venta donde ubicar el servicio, con el personal necesario para atender las necesidades de los profesionales que acudan para alquilar alguna herramienta. Además, la adaptabilidad del servicio es ideal: permite alquilarla por días, semanas, e incluso realizar alquileres durante meses.

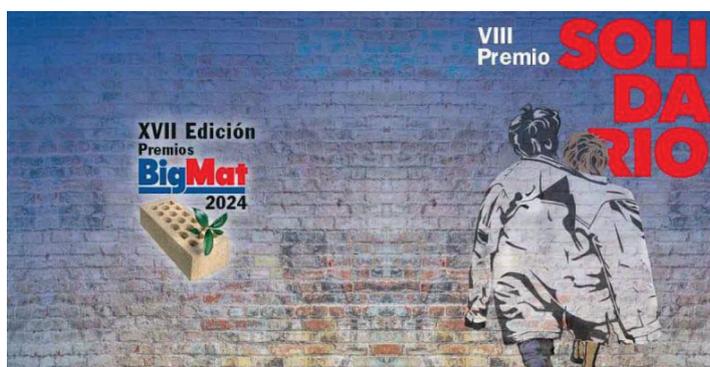
GAMMA también pone a disposición de almacenes con un volumen de demanda más bajo, el servicio **Toolquick Express** que, en vez de disponer de un espacio propio para el alquiler de las herramientas, se articula mediante el almacén asociado, que recoge la herramienta y la entrega al profesional que la ha solicitado y, al revés. El servicio tiene un plazo de entrega de 24h y permite que también puedan ofrecer este servicio adaptado a su tipología de cliente y a sus necesidades.



▲ La disponibilidad del servicio Toolquick en las zonas de Cataluña, Levante, Madrid y Andalucía ofrece un servicio de alquiler de herramientas adaptado a la propia demanda, por parte de los profesionales que tiene el asociado.

BIGMAT PRESENTA LA VIII EDICIÓN DE LOS PREMIOS SOLIDARIOS

El Grupo **BigMat** ha anunciado la convocatoria de la **VIII** edición de los **Premios Solidarios**. Unos galardones creados para **apoyar la filantropía y reconocer aquellos proyectos que destacan por generar un impacto social positivo en la sociedad**. Este premio está dirigido a financiar proyectos, actividades solidarias o la actividad ordinaria de personas físicas, entidades o asociaciones que desarrollen proyectos humanitarios con aquellas realidades que requieren de una intervención social. La entrega de los premios se realizará durante la cena de Gala en el marco de la Reunión Comercial Anual de BigMat que tendrá lugar a finales de año con la presencia de los representantes de las entidades que hayan presentado los proyectos ganadores.



▲ Cartel de la VIII Edición de los Premios Solidarios convocados por BigMat.

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.

En esta ocasión, FILA ha realizado sus Jornadas en los puntos de venta de **Linx Balears, en Palma de Mallorca; y en GAMMA Ginesta, en la localidad de Sant Feliu de Guíxols (Girona).**



▲ Demostración en Linx Balears. A la izquierda su gerente, José Luis Lobo, con Ramón Bufí, responsable área noreste de Fila España.



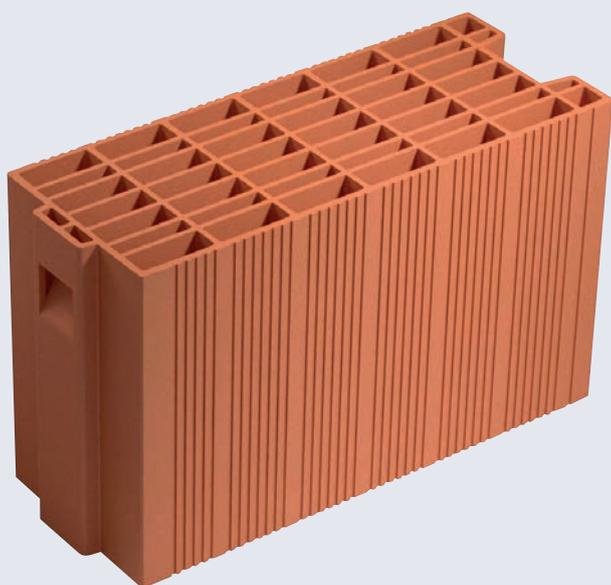
▲ Josep M^a Trucharce y Javi Romero, de GAMMA Ginesta, con Ramón Bufí.

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





“**Esta nueva identidad nos permitirá proyectarnos hacia el futuro ampliando nuestra cobertura de servicio y fortaleciendo nuestra presencia en los almacenes de la construcción”**

Yolanda Núñez

Directora de Marketing de Molins Construction Solutions

¿Qué sentido de fondo tiene el rebranding para Molins Construction Solutions?

Con el rebranding hemos actualizado y modernizado nuestra imagen para reflejar mejor la evolución y el crecimiento de nuestra empresa, y transmitir de manera coherente y unificada nuestros valores y nuestra oferta integral de soluciones para la construcción. Con este cambio, nuestra marca toma fuerza, destacando nuestra innovación, sostenibilidad y compromiso con las personas, fortaleciendo nuestra presencia y posicionamiento en el mercado.

¿Qué beneficios espera obtener Molins Construction Solutions con este cambio de identidad?

La integración de todas las marcas bajo la identidad de Molins permitirá a Molins Construction Solutions fortalecer su propuesta de valor. Esto se traducirá en una mayor eficiencia operativa, una comunicación más clara con nuestros clientes, y una mayor visibilidad y reconocimiento de marca en el mercado. Nos posicionará, sin duda, como un referente integral y global en soluciones para la construcción.

¿Cree que el mercado aceptará y comprenderá esta transición?

Confiamos en que así sea. Hemos planificado al detalle una transición gradual para que todos nuestros clientes y colaboradores comprendan y acepten el cambio. Estamos hablando de una ambiciosa campaña de comunicación multicanal, la actualización progresiva de nuestros puntos de venta y packagings y un fuerte respaldo a toda la red comercial. Además, mantendremos la cercanía que tanto nos caracteriza y que tanto valor, diría incluso diferencial, nos confiere a ojos de nuestros clientes.

¿Qué expectativas tiene Molins Construction Solutions en términos de reconocimiento y posicionamiento tras este rebranding?

Esperamos que el rebranding eleve significativamente nuestro reconocimiento y posicionamiento en el mercado. Con una marca moderna y comprometida con la sociedad, queremos captar la atención de un mercado más amplio y diversificado.

Nuestro objetivo es estar en el *top of mind* de nues-

tros clientes y ser reconocidos como un referente en soluciones innovadoras y sostenibles para la construcción. Esta nueva identidad nos permitirá proyectarnos hacia el futuro con una voz fuerte, coherente, ampliando nuestra cobertura de servicio y fortaleciendo nuestra presencia en los almacenes de la construcción.

¿Cómo afecta el rebranding de Molins Construction Solutions a su portafolio de productos?

Nuestro compromiso es tener una oferta de soluciones integrales muy amplia con productos y sistemas pensados para dar respuesta a las bien distintas, también crecientes y cambiantes necesidades de construcción de nuestros clientes. Estamos hablando de sistemas de colocación cerámica, revestimientos de fachada y SATE, morteros especiales y resinas para aplicaciones como protección, reparación, anclaje y refuerzo, impermeabilización, aislamiento, alicatado y pavimentación.

A nivel de producto, trabajamos en varios ejes estratégicos para racionalizar y optimizar nuestro portafolio de productos y sistemas para que sea más completo y más adaptado a los requerimientos del cliente y del mercado en términos de eficiencia energética.

El primer eje, el del crecimiento, de ahí que, por ejemplo, el año pasado adquiriéramos una empresa de resinas para complementar nuestro portafolio de sistemas de pavimentos industriales.

Nuestro firme compromiso por la sostenibilidad es el segundo eje, lanzando productos y mejorando fórmulas para dotarlos con atributos sostenibles que, debidamente certificados, aunamos bajo el paraguas Susterra.

¿Qué expectativas tiene Molins Construction Solutions sobre la aceptación del mercado ante este rebranding?

Tenemos expectativas positivas sobre la aceptación del mercado. La modernización de nuestra marca está siendo bien recibida por nuestros clientes y socios y estamos convencidos de que fortalecerá nuestra posición competitiva en el mercado. Para ello nuestra estrategia de marketing y contenidos está segmentada por cliente y enfocada por canales (B2B, B2B2C) para ofrecer una propuesta relevante y personalizada.

¿Qué papel tendrán los trabajadores en este proceso de rebranding?

Las personas que trabajamos en Molins tenemos un papel fundamental en este proceso. Somos los embajadores de la nueva marca y conocemos nuestros valores y nuestro propósito para poder transmitirlo a nuestros clientes y al mercado. Somos una pieza clave para asegurar que todos nuestros procesos están alineados con nuestra nueva identidad corporativa.

¿Qué desafíos anticipa Molins en la implementación de este rebranding?

Destacaría principalmente tres. El primero es garantizar que todos nuestros clientes y colaboradores comprendan y adopten la nueva marca asociándonos a nuestros valores de siempre y a nuestro propósito. De ahí el plan exhaustivo de comunicación en los principales medios y canales.

El segundo es dar visibilidad y seguir reforzando las



A nivel de producto, trabajamos en varios ejes estratégicos: crecimiento, sostenibilidad y, por supuesto, innovación”

Y por supuesto la innovación es nuestro tercer eje. **Acabamos de lanzar, por ejemplo, la gama PROPAM COAT de productos acrílicos de altas prestaciones para revestimiento de fachadas.** Se trata de una gama que incluye imprimaciones y morteros diseñados para ofrecer la máxima protección e impermeabilización de superficies, tanto interiores como exteriores y en especial para aislamiento térmico por el exterior (SATE), uno de los sistemas que más contribuye a la eficiencia energética de los edificios.

sinergias que tenemos entre negocios como proveedor único para cubrir todas las necesidades constructivas de nuestros clientes, aportando todos los materiales y soluciones que se requieran en proyectos de naves industriales o logísticas, obras residenciales, urbanas o reformas.

El tercero y más relevante para la visibilidad y notoriedad de marca es asegurarnos de que todos nuestros puntos de contacto con el mercado y nuestros clientes reflejen coherentemente nuestra nueva identidad.



Hablamos tanto de puntos de contacto físicos como son los puntos de venta, los eventos y formaciones o los packagings, como de puntos de contacto digitales destacando la web, medios especializados o las redes sociales.

¿Cómo pueden aprovechar empresas como Molins los datos que publica la patronal Andimac?

Los datos de Andimac sirven para ver las tendencias del mercado y, por ende, trazar estrategias de negocio a medio y largo plazo adaptadas a la coyuntura. A nivel general, las últimas cifras nos dicen que en el último trienio se han creado 805.256 hogares frente a las 403.230 viviendas construidas. Una diferencia que explica muchos de los problemas que sufre el sector inmobiliario, para cuyas soluciones resulta determinante el papel del sector de la reforma y la rehabilitación, sobre todo a la hora de aumentar la oferta.

Sin embargo, este año se reformarán 1,8 millones de viviendas, sólo un 1% más que en 2023. En este marco, hay que agilizar las ayudas comunitarias para obras de reforma y rehabilitación, lo que preocupa especialmente teniendo en cuenta la situación de los hogares en España: el 83% de las viviendas no cumplirán con los requi-

sitos mínimos en materia de eficiencia energética en tan solo 10 años.

Estamos ante una oportunidad de oro para mejorar de forma clara la calidad del parque edificado en términos de prestaciones. Las empresas que formamos parte del sector debemos asumir la responsabilidad de crear una cultura de la reforma entre las familias y las pequeñas comunidades de propietarios, en un contexto favorable gracias a las ayudas comunitarias. Desde Molins queremos ser el agente de referencia que promueva y facilite la reforma eficiente aportando nuestra experiencia y soluciones innovadoras y sostenibles para la construcción en todos los ámbitos de aplicación como son la edificación, la obra civil e industria.

TEXTO: Ramon Capdevila

FOTOS: Molins

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**



USB CHARGING

CT-eLIFTER

Ventosa automática a batería
Apta para superficies rugosas

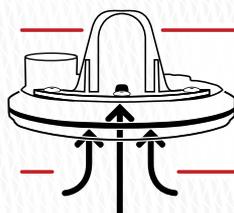
Empuñadura

Manómetro

Base de goma

Lengüeta de desanclaje

Conector de carga de la batería



Succión automática
ante la pérdida de presión

www.tomecanic.es

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

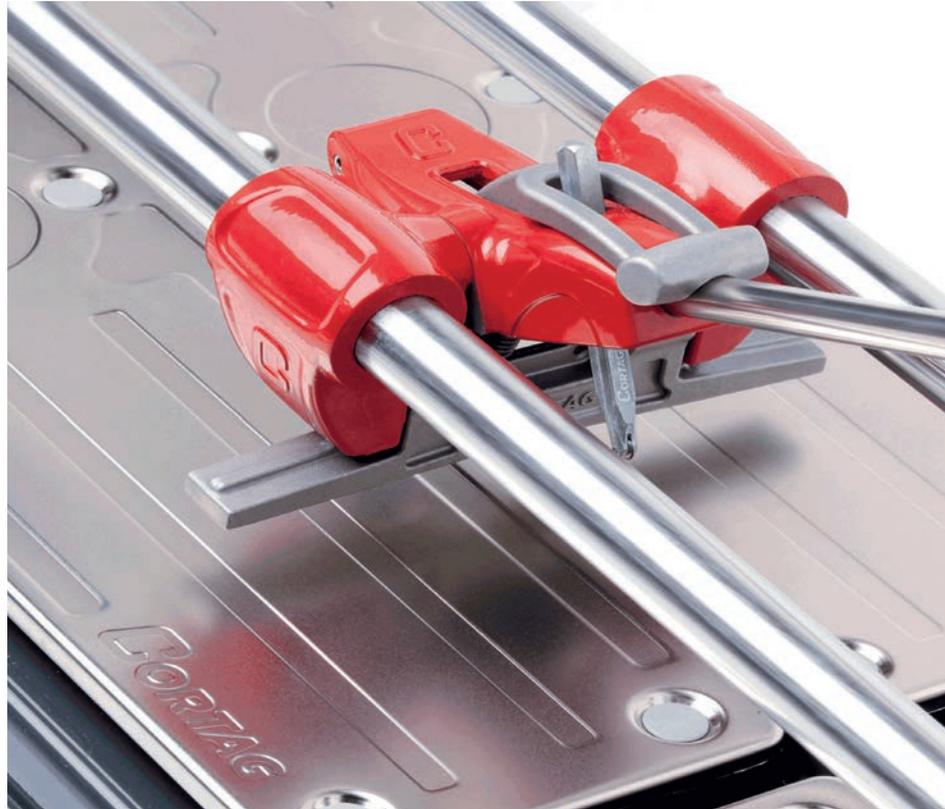


TOMECHANIC
HISPANIA S.A.

CORTAG, cortadores de calidad con

Desde su fundación en el año 1995 en Mogi Mirim, municipio situado en la parte oriental del estado de São Paulo, en Brasil, Cortag ha revolucionado el sector de herramientas para porcelánicos y la construcción. En menos de una década, se **consolidó en Brasil como la empresa líder en cortadoras de cerámica**, respondiendo a la necesidad de un mercado en crecimiento, en un país que es el segundo mayor fabricante de baldosas cerámicas a nivel mundial. Su expansión no se limitó a Brasil; Cortag ha llevado sus innovadoras soluciones a numerosos países de América Latina, Estados Unidos, Europa, Oriente Medio y China.

Cortag Europe tiene su sede en la localidad barcelonesa de Granollers, desde donde asegura el suministro de sus productos a países como España, Francia, Portugal y Bélgica. La estructura comercial de Cortag incluye agentes en los 3 primeros países anteriormente mencionados, apoyados por equipos de ventas garantizando un servicio excepcional en todo el continente.



Revolucionando el mercado europeo

Con una importante presencia internacional en América, Estados Unidos, Asia y Oriente Medio, las herramientas de **Cortag han sido reconocidas por su durabilidad y una calidad superior**. Ahora, la empresa ofrece una garantía de 6 años en cortadoras manuales profesionales, duplicando así la exigencia legal europea y reafirmando su compromiso con la excelencia.

Según declaraciones del CEO de Cortag, **“queremos que los profesionales sepan que, al elegir nuestras herramientas, están optando por un socio a largo plazo, que garantiza excelencia la máxima excelencia en el rendimiento y servicio postventa”**.



- Para Cortag es muy importante la presencia en Ferias y Convenciones en Europa para presentar su gama de productos.

30 años de experiencia

Empresa líder en el mercado de Latinoamérica en el sector de las herramientas para porcelánicos y la construcción.



Cada día más verde

En los últimos años, con motivo de la preocupación social por el impacto de la industria en el medio ambiente, y como consecuencia del creciente cambio climático, Cortag realiza cada año diferentes cambios en su actividad económica para reducir este impacto:

- Bosque Natural: Integrado en la fábrica para regular la temperatura ambiente.
- Proyecto Podium Verde: Plantación de más de 2.000 árboles en los últimos cinco años.
- Infraestructuras Sostenibles: Inversión de 500.000 dólares en sistemas de agua renovable.
- Reducción del Consumo de Agua: Disminución del consumo diario de agua de 10,000 litros a 700 litros, logrando un ahorro mensual de 280,000 litros.
- Patrocinio Ambiental: Apoyo a atletas y proyectos medioambientales.
- Certificación Internacional: Reconocimiento por su gestión medioambiental.
- Formación y Desarrollo: Más de 1.000 horas de formación para jóvenes.
- Material Reciclado: Uso de material reciclado en la fabricación de separadores, cuñas, lijas y discos Eco (de momento disponible en la sede de Brasil).



Garantía excepcional y compromiso con la calidad

Cortag se ha caracterizado en asegurar un control estricto en la calidad de sus productos. Sus **cortadoras están diseñadas para superar cada una de las expectativas de los profesionales más exigentes.**

En un movimiento audaz que refleja la confianza en la durabilidad y calidad de sus productos, Cortag está preparando las herramientas de gestión para duplicar la garantía legal en Europa de sus cortadoras profesionales, pasando de 3 a 6 años.

Cortag está preparada para redefinir el estándar de excelencia en herramientas de corte de cerámica en Europa, invitando a todo profesional a experimentar la diferencia y unirse a una creciente base de clientes satisfechos.

El departamento de I+D de Cortag apuesta por la búsqueda de nuevos conceptos y nuevos materiales en el contexto actual

FIXCER y tú, el mejor equipo

¿Qué necesitas?

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

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

*¡Contacta
con nosotros!*

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

APP 



creixem junts!!

*molt més que el teu
grup de compres*

EM **CAT**
GRUP

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

www.emccat.cat
Tel. 93 70 70 700



Hacemos fácil su día a día

gronpes[®]
distribución 



HIKOKI



Valero



*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

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





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



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





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

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



Frontek

INTELLIGENT
PORCELAIN



 Construcción
sostenible

 **Eficiencia**
energética

 **Rehabilitación**
de edificios

Piezas
alveolares
XXL hasta
100x300 cm

Fachada
VENTILADA



Instalación rápida y sencilla

Procesos de construcción
eficientes y tiempos más
reducidos que en los
sistemas tradicionales.



Ligereza y durabilidad

Su sistema alveolar
minimiza el peso de las
piezas. No precisa
mantenimiento.



Aislamiento térmico y acústico

Reduce significativamente
el ruido del exterior y
protege de la radiación
solar.

Reduce el
consumo de aire
acondicionado y
calefacción
hasta un 35%.



+34 925 50 00 54



contacto@grecogres.com



WEB
FRONTEK