



GAMMA implanta su primer autoservicio de la construcción 2.0

GAMMA Azulejos Javier Fernández es el primer asociado de GAMMA en implantar el nuevo modelo, totalmente diseñado y montado por la Central. Página 42

L'informatiu

www.almacenesconstruccion.com

AÑO 2026
FEBRERO • Núm. 140

LA REVISTA DE LOS ALMACENES
DE LA CONSTRUCCIÓN

TOP 5 millones España 2024

Almacenes de Materiales de Construcción

Página 50

EMPRESA	FACTURACIÓN 2024	FACTURACIÓN 2023	% VARIACIÓN	COMUNIDAD AUTÓNOMA	PTOS. VENTA	GRUPO
1 MAUSA - Maderas Alto Urgell, SA	86.755.533	85.350.913	1,65%	Catalunya	7	-
2 SOCIAS Y ROSSELLO, SL	60.785.284	66.840.115	-9,06%	Baleares	3	-
3 Bongrup Baleares, SL	52.574.112	50.956.693	3,17%	Baleares	12	-
4 Servicios Palau, SL	46.141.247	45.583.382	1,22%	Baleares	1	-
5 DISCESUR	43.002.450	45.206.506	-4,88%	C. Madrid	3	IBERGROUP
6 Azulejos Peña, SA	41.709.751	40.135.978	3,92%	C. Madrid	7	-
7 Jorge Fernández	41.500.000	43.053.000	-3,61%	Euskadi	6	IBERGROUP
8 Terrapilar, SAU	41.253.606	43.286.279	-4,70%	C.Valenciana/Murcia	6	IBERGROUP
9 Productos Cerámicos Cetosa, SA	39.766.185	43.320.247	-8,20%	C. Madrid	1	-
10 Alberch, SA	39.033.644	40.160.000	-2,80%	Catalunya	5	IBRICKS
11 Suministros Ibiza, SA	36.000.000	33.277.152	8,18%	Baleares	2	IBERGROUP
12 Guillermo Duran, SA	35.277.982	35.959.492	-1,90%	Baleares	3	IBERGROUP
13 Las Chafiras, SA	34.103.983	35.190.768	-3,09%	Canarias	7	IBERGROUP
14 GRUPO BILBU (Bilbu-Larogei-Bilcon-Navagres-Exp)	32.600.000	31.023.000	5,08%	Euskadi/Navarra	-	-
15 ALBERTO SOLER, SA	30.268.443	29.830.215	1,47%	Catalunya	2	IBRICKS
16 BigMat Ochoa, SL	29.722.038	30.926.000	-3,89%	Aragón/Catalunya	7	BigMat
17 Oliveras Derivats i Materials, SL	29.025.867	28.217.064	2,87%	Catalunya	5	matdecó
18 Impex Subministres, SL	27.947.771	25.852.671	8,10%	Catalunya	4	IBRICKS
19 Juan Alcaín Jauregui, SA	27.434.683	26.590.173	3,18%	Euskadi	2	mtm GAMMA

Entrevistas



Ramon Jané
Socio Fundador de
THERMOGREEN Pág. 38



Pablo Maroto
Director de Marketing y
Técnico de Knauf Ibérica Pág. 56

OPINIÓN “Reflexión de futuro: no lo sé”

Página 9



100% RECICLADO
100% RECICLABLE
100% XPS

www.thermogreen.com



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

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

RÁPIDA COMO UN DISPARO

GAMA PULSA

NEVER STOP
BUILDING

MÁS LIGERA Y COMPACTA

10.000 DISPAROS POR CARGA

SIN EMISIONES DE POLVO

EVITA LESIONES MUSCULARES



Instalación
8x1 más rápida
que el anclaje tradicional



PULSA 40P+

PULSA 65

PULSA 27P



APP i-PULSA



www.spitpaslode.es



ITW ESPAÑA SLU - SPIT SAS



INFINITY PAINT

2EN1 ^{by} Rualaix

ESMALTE MULTISUPERFICIE

Su adherencia desafía cualquier superficie

Fórmula al agua



Satinado

Semimate



Acabado
SEMIMATE



Acabado
SATINADO

APLICACIÓN SENCILLA. RESULTADOS PROFESIONALES
ALTO RENDIMIENTO, MÁXIMA CUBRICIÓN Y GRAN PODER NIVELANTE
SECADO RÁPIDO Y EXCELENTE LAVABILIDAD
RESISTENCIA TÉRMICA DE HASTA 100 °C
DISPONIBLE EN 12 COLORES Y BASE TRANSPARENTE COLOREABLE

USB CHARGING

CT-eLIFTER

Ventosa automática a batería
Apta para superficies rugosas

Empuñadura

Manómetro

Base de goma

Lengüeta de desanclaje

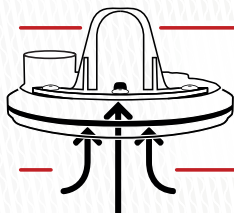
Conector de carga de la batería



200 mm



85



Succión automática
ante la pérdida de presión

www.tomecanic.es

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

**cons
Tools**

**TOMECANIC
HISPANIA S.A.**



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

gronpes[®]
group



ESTANKA
HIGH PERFORMANCE DOORS



años
gronpes[®]
distribución

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**

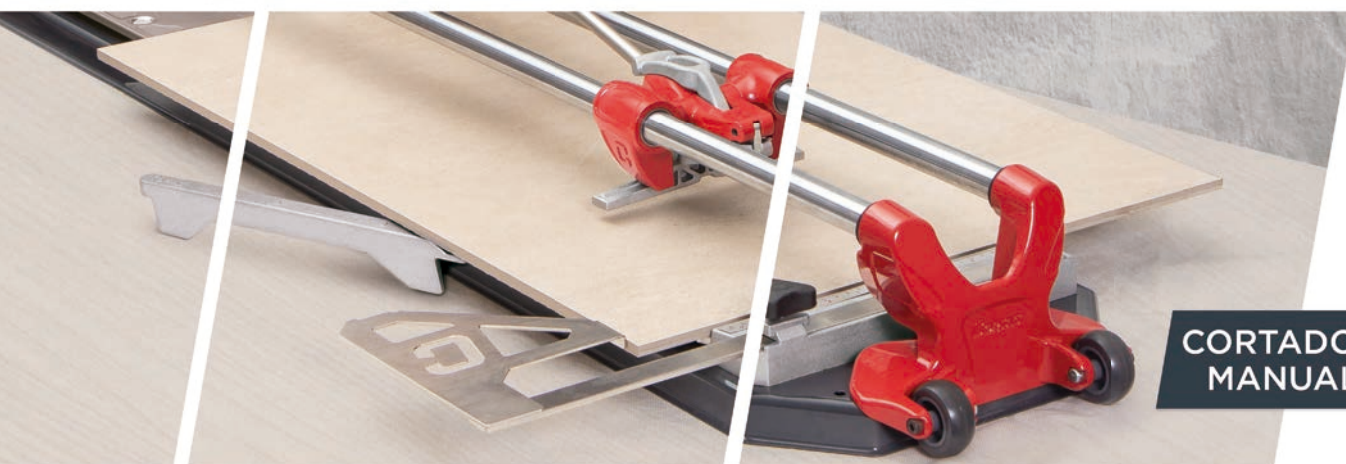
Conoce más en www.mapei.es



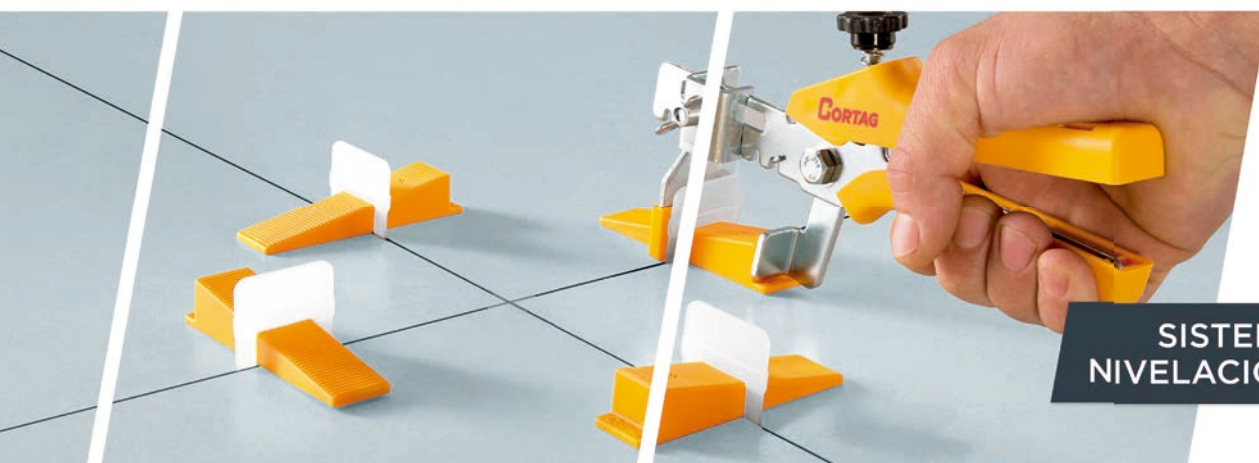
ESPECIALISTA EN HERRAMIENTAS Y ACCESORIOS PARA LA COLOCACIÓN DE REVESTIMIENTOS CERÁMICOS Y PORCELÁNICOS



**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

“REFLEXIÓN DE FUTURO: NO LO SÉ”



RAMÓN CAPDEVILA

Director de L'informatiu

Al hilo del artículo publicado en el anterior número de L'informatiu titulado “El retail no es cuestión de amabilidad, confianza o servicio, es cuestión de imagen y publicidad”, recibimos después tres artículos más que reflexionaban acerca de cómo podemos contrarrestar el empuje de las grandes superficies.

En el primero, el almacén de materiales de construcción que envió el artículo llegaba a la conclusión de que los almacenes y las grandes superficies “no jugamos en la misma liga, y que el retail es cuestión de machacar con un producto gancho para atraer al profesional o particular”.

El segundo artículo recibido, apuntaba la siguiente reflexión: “ahora nos encontramos en un escenario que no podemos ignorar y, si no actuamos, el pronóstico es claro: cerrarán almacenes. Nuestro sector es un sector muy atomizado; cada población tiene su empresa de distribución, con mercados limitados y gastos estructurales similares. Entonces la pregunta es: **¿y si nos uniésemos?**”

El tercer artículo, ponía el foco en un tema curioso, pero interesante a la vez: “Si un producto concreto está presente en una gran superficie, el almacén tradicional puede ofrecer una alternativa de otra marca. Es una idea sencilla: o le vendes a ellos, o nos vendes a nosotros”. Y terminaba diciendo: Creo que, con solo un trimestre en el que los almacenes digamos: “este producto no te lo compro porque está en la gran superficie”, empezáramos a ver resultados inmediatos.

Estos tres artículos fueron enviados por propietarios de almacenes de materiales de construcción, y el cuarto por un proveedor. Este proveedor apuntaba

que la fórmula que proponían en el tercer artículo “era bien curiosa, pero difícil de llevar a cabo”, y apuntaba que “existe una clave para superar los embates de los grandes actores y es clara: profesionalizar el equipo y adaptar la oferta en los productos más técnicos y de valor, dar soluciones constructivas de alto nivel al constructor y, sobre todo, huir de intentar estar en precios inferiores o querer vender a precios más económicos los mismos artículos; porque esta guerra siempre se va a perder.

Pueden leer los cuatro artículos completos en nuestra página web y podrán reflexionar mejor acerca de esta problemática.

Pero sin duda, para mí, la excesiva atomización del sector es el principal problema que tiene los almacenes; pero es que, además, esta excesiva atomización convierte al mismo sector en un terreno abonado y en un aliado perfecto para la implantación de grandes superficies. Salvo zonas geográficas muy concretas.

Para muestra un dato: si partimos de la base de que en España habrá alrededor de unos 3.700 almacenes generalistas de materiales de construcción, “solamente” unos 250 facturan más de cinco millones de euros, según el Ranking que publicamos en la página 50.

Reflexión de futuro: no lo sé. Quizá encontrar un modelo diferente. Un modelo basado en el producto, el servicio y la profesionalización, teniendo en cuenta tu zona geográfica y la competencia en tu área de influencia. Porque, sinceramente, la unión entre almacenes, lo que algunos llaman concentración, la encuentro muy difícil.

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. 140, Febrero 2026 • Depósito legal: 29179-94

GAMMA arranca el 2026 con la incorporación de seis nuevos asociados

GAMMA ha iniciado el año reforzando su red de distribución con la incorporación de seis nuevos almacenes asociados que confirma la solidez de un modelo que va mucho más allá de la compra competitiva. La Central continúa atrayendo a empresas que buscan diferenciación, profesionalización y herramientas reales para crecer en un mercado cada vez más exigente y muy concentrado. Un modelo que convierte a GAMMA en el socio estratégico perfecto para impulsar el negocio de sus asociados.

El crecimiento de la red confirma la apuesta de GAMMA por ofrecer un ecosistema que integra todo lo que un almacén necesita hoy para diferenciarse: marca, tecnología, logística, formación, marketing, aprovisionamiento y soporte constante. Una fórmula que sigue demostrando la capacidad de GAMMA GROUP para atraer a empresas de perfiles diversos, pero con una misión común: crecer y competir con garantías en un mercado en plena transformación.

Presentamos los seis nuevos asociados en lo que va de año y al cierre de esta edición de L'informatiu.



Ormat ubicado en la localidad de Cabrera de Mar (Barcelona), con 38 años de experiencia y más de 4.700 m² entre exposición y almacén. En apenas un mes dentro del grupo, ORMAT ya ha lanzado su nueva web, trabaja en su ecommerce y prepara una ampliación de gama y una intensa campaña de marketing multicanal. **(Ver noticia en pág.46).**



Materiales de Construcción Jorge Rey y Marisol de la O se encuentra localizado en la localidad de As Pontellas – Moraña, en la provincia de Pontevedra, y se trata de un almacén con más de 40 años de trayectoria donde la segunda generación ya se encuentra al frente del negocio. Dispone de unas instalaciones de 5.500 m² de superficie total, de los cuales 4.500 m² están destinados a campa de materiales y 1.000 m² a ferretería y zona de exposición de cerámica y baño, para dar el mejor servicio a los profesionales del Concello de Moraña.

En la foto, Marisol y Jorge junto a Manuel López Moreno, director de área de GAMMA.

Grupo CELSAM Horadada S.L., es un almacén ubicado en la localidad de Pilar de la Horadada, en la provincia de Alicante, y es una empresa joven fundada en el año, y actualmente dispone de una amplia exposición de 400 m² dedicados a cerámica y baño, junto con 120 m² más destinados a ferretería. Además, dispone de un almacén de materiales con una superficie de 9.400 m².

En la foto, Celestino García, actual gerente de GRUPO CELSAM, junto a Sindo Diz, director de área de GAMMA.



Con más de 30 años de trayectoria, **Jopesan Materiales S.L.** inició su andadura en 1995 y hoy es todo un referente en Albacete y su zona de influencia. Es una empresa que comenzó como fabricante de terrazo y que, tras años de evolución, se ha consolidado como especialista en materiales de construcción. Cuenta con unas instalaciones de 10.000 m², de los cuales 1.000 totalmente cubiertos; y dispone también de 400 m² destinados a la zona de exposición de cerámica y baños. Jopesan combina pasado, presente y futuro. La incorporación de Alejandro a la dirección garantiza la continuidad del éxito logrado por Pedro y José durante más de tres décadas de dedicación al sector.

En la imagen, de izquierda a derecha, Pedro Sánchez, Sindo Diz Lorenzo, Alejandro Sánchez y José Sánchez.



MACALCOSA es un almacén de materiales de construcción localizado en la localidad extremeña de Orellana la Vieja, en la provincia de Badajoz, y es una empresa familiar de 2ª generación con más de 45 años de dedicación y atención al cliente tanto particular como también para el profesional.

En la foto, Manuel Calderón, gerente de MACALCOSA; con María Calderón, Responsable de Compras; Ascensión Calderón, Responsable de Administración; y Daniel Perozo, director de área GAMMA.



CARIJULPE es una pequeña empresa familiar de Castellón con unas instalaciones de 1.300 m² para materiales de construcción y ferretería. Se unen a GAMMA con el objetivo de beneficiarse de una Central que no solo pone a su alcance las mejores compras, sino la cartera más amplia de servicios

En la imagen, Arantxa Juliá, actualmente gerente de Carijulpe S.L. con Sindo Diz, director de área de GAMMA.

GAMMA GROUP cierra el 2025 reforzando su liderazgo como central de compras y servicios



◀ Equipo de GAMMA GROUP presente en la pasada edición del GAMMA Connecting 2025, celebrado en la ciudad de Málaga.

Durante el pasado ejercicio, la Central ha incorporado 30 nuevos asociados repartidos por distintas zonas de la península, además de los 5 que se suman a la estrategia de expansión en Portugal, alcanzando **así los 412 asociados y superando los 550 puntos de venta** repartidos entre España, Portugal y Andorra. Este incremento consolida la presencia del grupo en el mercado ibérico y demuestra la confianza del sector en su modelo.

A lo largo del año, el grupo ha seguido incrementando la propuesta de valor que ofrece a sus asociados; una propuesta marcada por la colaboración de más sus de 300 proveedores, además del impulso que le ha dado este año a sus marcas propias.

En lo que **se refiere a Baho, su marca en exclusiva de baños**, 2025 ha supuesto la incorporación de nuevas colecciones de muebles, accesorios, espejos, lavabos y mamparas, todas ellas alineadas con las tendencias actuales y pensadas para facilitar la venta cruzada en el punto de venta. En cuanto a **Terradecor, la marca propia de cerámica**, la Central ha sumado nuevas referencias además de lanzar nueva tarifa. Por su parte, **la marca GAMMA de materiales** ha protagonizado uno de los hitos del año con el lanzamiento del primer calzado laboral de marca propia desarrollado por una Central de compras. La **formación ha continuado siendo uno de los pilares estratégicos de la compañía** y, no solo de forma interna, sino también con programas centrados en estrategia comercial, producto e inteligencia artificial enfocada a almacenes asociados. Este enfoque se complementa

con la apuesta por la innovación y la transformación digital, con avances significativos en B2B, seguridad, Datacloud, CRM y la actualización de infraestructuras, todo ello orientado a ofrecer al asociado soluciones reales que aumenten su competitividad.

GAMMA GROUP cierra 2025 fortaleciendo su propuesta de valor, con un crecimiento hasta los 412 almacenes asociados y más de 550 puntos de venta

También, durante el 2025 se ha inaugurado el **primer modelo de autoservicio de la construcción 2.0**, inicialmente implantado en la Central como espacio demostrativo para asociados y como entorno de formación, y aplicado ya con éxito en la primera tienda GAMMA.

La presencia activa en ferias **sectoriales ha permitido al grupo seguir detectando tendencias relevantes**, mientras que el evento GAMMA Connecting 2025, celebrado en Málaga, reunió a asociados y proveedores en una jornada de oportunidades comerciales, promociones y networking. Según **Carles Fernandez, adjunto a la dirección en GAMMA GROUP**, “el 2025 ha sido un año de consolidación. Hemos crecido en red, en servicios y en capacidades, pero sobre todo hemos reforzado nuestro compromiso con el asociado, ofreciéndole herramientas reales para competir en un mercado cada vez más exigente. Nuestro objetivo sigue siendo el mismo: acompañarlos, impulsarlos y anticipar lo que viene.”



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

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



Exposición / diseño integral / optimización del espacio / primeras marcas



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



...pero sí donde te lleva este QR



GAMMA

GROUP

La primera central de compras
desde 1989

GAMMA GROUP impulsa a sus asociados con una formación en IA aplicada al negocio

GAMMA GROUP ha ofrecido una formación sobre Inteligencia artificial a sus almacenes asociados. La sesión forma parte del modelo diferencial de la compañía que combina servicios tradicionales de Central de compras con un firme compromiso por la digitalización, el desarrollo profesional y la incorporación de soluciones tecnológicas en la red.

Antes de arrancar la sesión, las **personas asistentes completaron una breve encuesta de madurez digital**: la mayoría declaró tener un nivel básico de conocimiento sobre IA, lo que permitió adaptar el contenido y asegurar que la formación fuese accesible, práctica y directamente aplicable a la gestión diaria del almacén.

Durante la sesión se abordaron los aspectos esenciales para comprender el papel de la inteligencia artificial en un negocio de materiales de construcción, poniendo el foco en la importancia de contar con datos, procesos y equipos bien organizados antes de incorporar cualquier herramienta en las aplicaciones inmediatas que la IA ya permite en áreas como compras, gestión de stock, atención comercial o procesos administrativos, y también **en varios casos prácticos directamente aplicables al día a día de los almacenes**, como la generación de imágenes para catálogos y ambientes, la automatización documental o el uso de modelos predictivos para detectar productos inmovilizados.



▲ Uno de los mensajes clave de la formación fue que la IA no sustituye la experiencia directiva, sino que la amplifica, aportando precisión, agilidad y capacidad analítica para tomar mejores decisiones.

GAMMA consolida su servicio de grupaje multiproducto

Dos años después de su lanzamiento, este servicio de transporte puerta a puerta de la Plataforma Logística de GAMMA GROUP se ha consolidado como uno de los servicios con mayor acogida entre los asociados de la Central, registrando un crecimiento del 74% en su volumen de ventas entre el primero y el segundo año de implantación.

Este resultado confirma el valor estratégico del servicio, diseñado para reforzar tres ejes fundamentales para los almacenes de construcción: competitividad, inmediatez y ampliación de referencias disponibles. Lanzado en diciembre del 2023, el **servicio permite la entrega directa desde la Plataforma Logística de GAMMA al almacén del asociado**, con plazos de entrega de 24/48h, lo que contribuye a reducir roturas de stock y a mejorar la eficiencia en la reposición.

Otro aspecto diferencial es la capacidad ampliada de envío, especialmente para productos extradimensionales, superando las 15.000 referencias que pueden combinarse en un solo pedido reduciendo así, además, gestiones administrativas e impacto medioambiental. Un abanico amplio que se suma a los otros servicios logísticos que GAMMA pone a disposición de sus asociados, como **las dos entregas semanales sin mínimo de compra o las múltiples formas de envío** según la necesidad del almacén.



▲ La Plataforma Logística de GAMMA cuenta con tres centros y más de 28.000 m² de superficie, desde los que se gestionan más de 50.000 referencias dando servicio a más de 400 asociados en España, Portugal y Andorra.



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
recicladadas.



Menos impacto
en transporte.



Formato 15 kg,
más fácil de llevar.



Menos Huella
de Carbono.

NUEVO

BATIDOR +
LIMPIADOR

2 EN 1

Mezcla homogénea

2025

INNOVACIÓN

MADE IN SPAIN

+ VER VIDEO



REF: 08186



BATIDOR

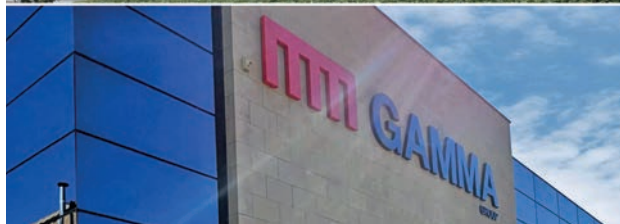


LIMPIADOR

GAMMA GROUP incorpora a TRES Grifería como nuevo proveedor estratégico

GAMMA GROUP ha firmado un acuerdo de colaboración con TRES Grifería, uno de los fabricantes de grifería más reconocidos y de mayor trayectoria en el sector del baño. Con esta incorporación, **GAMMA GROUP reafirma su objetivo de ofrecer a sus asociados oportunidades** que impulsen el crecimiento de su negocio, facilitando el acceso directo a productos de primer nivel bajo condiciones ventajosas y avalados por una marca líder en el mercado.

TRES Grifería es especialista en todas las categorías de grifería y conjuntos de ducha, y pone a disposición de los asociados GAMMA una amplia variedad **de producto superior a 3.000 referencias**, diseñada para cubrir todas las necesidades de baño y cocina con soluciones modernas, eficientes y orientadas al usuario final. Fundada en 1968, **TRES Grifería es una empresa familiar con sede en Vallirana (Barcelona)**, especializada en el diseño y fabricación integral de soluciones para baño y cocina. La compañía cuenta con una superficie industrial de más de 30.000 m², presencia comercial en toda Europa y más de 4.000 productos en catálogo, fabricando anualmente más de un millón de piezas. Su filosofía se basa en el diseño inteligente, la calidad exigente y un proceso de producción 100% controlado internamente, lo que la ha convertido en una de las marcas mejor preparadas para ofrecer innovación, servicio y eficiencia en el uso responsable del agua.



ALGACID

ELIMINA VERDÍN, MOHO Y ENNEGRECIDOS



surface
care
solutions



FILA SOLUTIONS IBERIA S.L

12592 Chilches (Castellón) | +34 964.590101 | filaiberia@filasolutions.com | www.filasolutions.com | [@filasolutionsiberia](https://www.instagram.com/filasolutionsiberia)



BigMat DAY 2026, entre el pasado y el futuro



Ramon Capdevila



◀ Impresionante el aspecto de la entrada al pabellón donde se celebró la 18ª edición del BigMat DAY 2026

Se ha celebrado la 18ª edición del BigMat DAY en la ciudad de Valencia y, en mi opinión, ha sido una edición muy bien organizada y con un nivel de asistencia similar a las anteriores. En el momento de escribir este artículo no dispongo todavía de los datos facilitados por BigMat en cuanto a la asistencia y al volumen de negocio generado, pero sí que sabemos que han participado un total de 138 proveedores. No voy a valorar los porcentajes del grado de satisfacción de los proveedores en cuanto a la nueva ubicación de la Feria como han apuntado algunos medios.

Hay que recordar, que en las 17 ediciones anteriores de la Feria, esta se ha organizado en ciudades como L'Hospitalet de Llobregat (Barcelona), Madrid y Valencia, todas en diferentes recintos feriales, y también en lugares "curiosos" como Puerto Deportivo de Benalmádena (Málaga), Bricor Xanadú (Madrid), Hipódromo de la Zarzuela (Madrid); Club Deportivo Somontes (Madrid) y Terra Mítica Benidorm (Alicante), y la verdad es que nunca he oído quejarse a ningún proveedor, más allá de una cierta ironía en alguna que otra ocasión.

Por qué he comenzado diciendo que esta edición ha sido como todas las otras. Porque en todas hay dos datos que casi siempre son los mismos: el número de proveedores y el número de socios asistentes. Siempre nos movemos en una horquilla muy estrecha, no hay mucha variación. Y hay un tercer dato que es, realmente relevante: el volumen de negocio realizado. Y este dato, en el momento de escribir este artículo, no lo tengo.

Hablemos del espacio. Si comparamos el Madrid Arena con el Pabellón de la Feria de Valencia,

es como si comparamos Churras con Merinas. No se puede comparar, pero es cierto que, al ser un espacio más grande, parecía que había menos gente. Pero pienso que no. Y, por cierto, me atrevería a decir que quizá hubo más asistencia de socios de las otras enseñanzas que en la anterior edición (aunque muy baja).

También, hay que señalar que hubo un consenso bastante general en que es mucho más "amable" el espacio de la Feria Valencia para organizar una Feria, que no el Madrid Arena. Estoy de acuerdo.

Hay que recordar que BigMat DAY nació con la idea de ser una Feria itinerante para acercarla más a todos los socios y a sus clientes. Y en este contexto, lo único que habría que valorar la Central para posibles nuevas ubicaciones sería las dificultades que podrían tener algunos socios para su desplazamiento desde su lugar de origen.

En general, creo que esta edición ha transmitido las mismas sensaciones que otras ediciones, y creo que es importante resaltar la capacidad de cambio e innovación del Grupo BigMat, intentando encontrar siempre el formato ideal que responda mejor a su tejido asociativo. No es fácil.

Por último, creo que BigMat tendría que trabajar un poco más las interacciones entre la Central, los socios y los proveedores que la precisen, ya que siempre tienen que ser muy cuidadosas. En este sentido, es bueno que este año BigMat haya "abierto más su stand" a todos los asistentes y hacerlo más visible. Sin paredes. Es bueno y pongo como ejemplo la puesta en escena de Expocadena. Precisamente un stand tiene que ser un espacio abierto. Esperamos las sorpresas para el BigMat DAY 2027.

GALERIA FOTOGRÁFICA BIGMAT DAY



GALERIA FOTOGRÁFICA BIGMAT DAY





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

GALERIA FOTOGRÁFICA BIGMAT DAY





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

BOUTIQUE
HOTELS & RESORTS

Perfil para proteger y decorar esquinas con luz.

**Novoescuadra
Eclipse® Sunset**

U202431751

TU MOMENTO SUNSET

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

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

Novoescuadra Eclipse® Sunset, crea tus propios momentos.



SOCIO CORPORATIVO



AIDIMME
INSTITUTO TECNOLÓGICO



**Club
Cámara**
VALENCIA

EMAC®
EL TOQUE FINAL
EMAC® GRUPO | ESPAÑA | USA | ITALIA |

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

GALERIA FOTOGRÁFICA BIGMAT DAY



NUEVA GAMA DE CORTADORAS BELLOTA



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

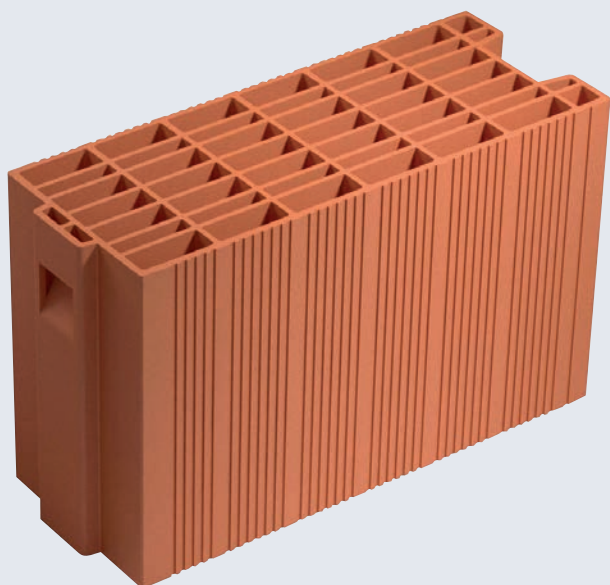
(ventiladas/SATE/revestimiento).

Paredes separadoras.

- **4,8 veces más aislante
que un ladrillo perforado:**

Apto para edificios de bajo consumo.

PASSIVHAUS



BigMat incorpora a Munné i Munné como nuevo socio y refuerza su posicionamiento en Cataluña

BigMat ha incorporado a **Munné i Munné** como nuevo socio del Grupo. Esta unión representa un paso estratégico clave en la expansión y consolidación de la red de distribución, fortaleciendo su posicionamiento en Cataluña y proyectando su crecimiento a nivel nacional.

Munné i Munné cuenta con dos puntos de venta en las localidades de Sant Feliu de Codines y Moià, ambos en la provincia de Barcelona, y en palabras de su gerente, Jordi Munné, la compañía cuenta con un equipo formado, dos almacenes operativos, y ha logrado ganar terreno en el mercado gracias a la apertura de una exposición moderna, ampliando su oferta a ferretería, azulejos, cocinas, aislamiento y otras familias de producto. **La integración en Grupo BigMat no solo sitúa a Munné i Munné bajo una marca referente en su zona de influencia, sino que le permitirá acceder a nuevas capacidades de crecimiento:** compras centralizadas, mayor poder de negociación, acceso a un catálogo ampliado de productos de calidad, logística optimizada y servicios de valor añadido para profesionales. Para Jordi Munné, “siempre hemos apostado por el servicio personalizado, la calidad y la agilidad y, nos permite mejorar nuestra oferta, acceder a mejores tías.” La empresa alcanzó una cifra de facturación de 3



▲ De izqda. a dcha.: Eloi Mas y Mauricio Calzada, Coordinadores de Grupo BigMat; Jordi Munné, propietario de Munné i Munné; Pablo de Antonio, Subdirector General de Grupo BigMat; y Inma Forcada, propietaria de Munné i Munné.



BdB arranca el año con la incorporación de cuatro nuevos Asociados en Valencia, Alicante, Ávila y Burgos

El Grupo BdB ha comenzado el año reforzando su red con la incorporación de cuatro nuevos Asociados. Se trata de BdB El Rejolar, BdB Los Capitos, BdB Hermanos Dochado y BdB TPF, cuatro empresas con una sólida trayectoria en el sector y una clara orientación al cliente profesional.

Ubicado en **L'Olleria (Valencia)**, **BdB El Rejolar** cuenta con una amplia experiencia en la distribución de materiales de construcción, donde ofrece soluciones para obra y reforma, así como una cuidada selección de materiales para acabados. Su apuesta por la calidad y el asesoramiento personalizado lo ha consolidado como un referente en su área de influencia. En **Pinoso (Alicante)** se incorpora **BdB Los Capitos**, un Asociado con un profundo conocimiento del mercado local y una trayectoria ligada al suministro de materiales para la construcción y la reforma. Su oferta abarca materiales para obra, productos cerámicos y soluciones adaptadas a las necesidades de profesionales y particulares. Por

su parte, **BdB Hermanos Dochado, situado en El Barraco (Ávila)**, se suma a la red BdB aportando su experiencia en el suministro de materiales de construcción en entornos rurales y de montaña. La empresa ofrece soluciones para obra nueva, rehabilitación y mantenimiento, destacando por su cercanía y confianza con el cliente.

La red BdB incorpora también en **Burgos a BdB TPF**, un Asociado especializado en sistemas de fijación, perforación y soluciones técnicas para la construcción e industria. Su experiencia y alto nivel de especialización aportan un valor añadido a la red, especialmente en proyectos que requieren soluciones técnicas avanzadas y asesoramiento experto. Con estas cuatro incorporaciones, BdB continúa avanzando en su estrategia de crecimiento y refuerza su implantación territorial, alcanzando la cifra de 466 puntos de venta repartidos entre España y Portugal, que agrupan a un total de 360 Asociados.

El BdB Meeting 2026 se celebrará los días 26 y 27 de marzo en Feria Valencia

El BdB Meeting, el evento de referencia en el calendario anual de Grupo BdB, ya calienta motores para su próxima edición. La **cita tendrá lugar los días 26 y 27 de marzo de 2026 y volverá a celebrarse en Feria Valencia**. El Congreso tendrá lugar el día 26 de marzo en el Foro Norte de la Feria de Valencia, y la feria comercial, el 27 de marzo, en el pabellón 8 del mismo recinto.

Tras el éxito de la edición de 2025, que destacó por su elevada participación con más de 700 asistentes, el BdB Meeting regresa con el objetivo de seguir consolidándose como un punto de encuentro que favorezca un entorno de cercanía entre los almacenes Asociados, Proveedores Homologados y el equipo de la Central.

En el Congreso **se presentarán las principales novedades del Grupo** y, después, intervendrá una especialista en Inteligencia Artificial para ayudar a los Asociados a saber cómo aplicarla en sus negocios. El **acto terminará con un experto en productividad y gestión de equipos y el Mentalista de Got Talent**.



▲ BdB Meeting 2026 se consolida como una cita imprescindible en la agenda de empresas y profesionales del sector de la construcción a nivel nacional.

En la mañana del viernes, **96 expositores estarán listos para recibir a los Asociados BdB** en lo que será una jornada de compras y ventas, sinergias y networking. La sesión de la mañana finalizará con la tradicional entrega de premios a los Asociados con mayor actividad en la feria, y por la noche, los Asociados disfrutarán de la tradicional cena de clausura.

FORMAR PARTE LO CAMBIARÁ TODO



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

ÚNETE A GRUPO BdB, CENTRAL DE COMPRAS Y SERVICIOS

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



*Tu tienda especialista
en construcción* —

LA AUTÉNTICA BORADA®

DESDE 1977



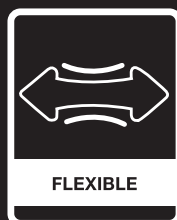
DÉJANOS TUS
DATOS PARA MÁS
INFORMACIÓN



CAJA
Welcome
to 100%
RECYCLED



DISPONIBLE EN
30 COLORES



PROPAMSA

BdB cierra 2025 con acciones solidarias junto a entidades sociales, educativas y sanitarias



▲ BdB, como empresa, siempre ha tenido claro que tiene una responsabilidad y un compromiso con la sociedad.

La Central BdB, con el objetivo de reafirmar su compromiso con las personas y con la sociedad, **ha impulsado varias acciones solidarias a lo largo de 2025**, centradas en apoyar a colectivos en situación de vulnerabilidad y en contribuir a causas sociales de alto impacto. A través de la implicación directa de su equipo, BdB continúa desarrollando una labor social basada en la cercanía, la responsabilidad y la continuidad en el tiempo.

Un año más, BdB **renovó su colaboración con la ONG Natania**, entidad con la que mantiene una relación solidaria desde hace varios años y que trabaja apoyando a personas sin hogar. En esta ocasión, el equipo BdB participó mediante la donación de alimentos no perecederos, productos de higiene personal y ropa, destinados a cubrir necesidades esenciales.

Asimismo, con motivo de la celebración de la Navidad, **la Central BdB volvió a colaborar con el Colegio Nuestra Señora de los Desamparados de Nazaret**, en València, un centro que atiende a alumnado en riesgo de exclusión social. También, el compromiso solidario de BdB en 2025 se extendió al ámbito de la salud. La Central **colaboró con la Asociación Española Contra el Cáncer (AECC)** reforzando así su apoyo a la labor que desarrolla la entidad en investigación, prevención y acompañamiento a pacientes y familiares.

Tal y como señala **José Durá, director general de BdB**, “creemos que las empresas tenemos una responsabilidad con la sociedad que va más allá de nuestra actividad diaria. Apoyar a entidades sociales, participar en iniciativas solidarias y estar cerca de quienes más lo necesitan forma parte de los valores que definen a BdB”.

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



MATERIAL BUILDING BY EMCCAT incorpora

Material Building by Emccat continúa su estrategia de crecimiento e incorpora **cuatro nuevos socios en Cataluña y Baleares**. Estas nuevas adhesiones se enmarcan en el modelo del grupo basado en el servicio al profesional, el asesoramiento especializado y un crecimiento ordenado que respeta el área de influencia comercial. Con la incorporación de estos

cuatro nuevos socios, el Grupo **fortalece su presencia territorial en Cataluña y Baleares** y continúa consolidando un proyecto de grupo orientado a dar soporte a almacenes especializados, con un modelo basado en el servicio, el asesoramiento profesional y la excelencia del producto.

Cataluña: ampliando la presencia estratégica

En Cataluña se incorpora **un nuevo socio, JPérez Materiales para la Reforma y la Construcción**. Fundada en 1972 en el barrio de La Guardia, **JPérez Materiales para la Reforma y la Construcción** cuenta con más de 50 años de trayectoria vinculada al sector de la reforma y la construcción. La empresa está especializada en cerámica, azulejos, baños, platos de ducha, materiales de construcción y soluciones profesionales. A lo largo de su historia, la compañía se ha consolidado como un referente en **Sant Vicenç dels Horts**, apoyándose en el esfuerzo de varias generaciones y en una estrecha vinculación con el entorno local. Actualmente, JPérez mantiene una línea de trabajo basada en la **calidad de producto, el asesoramiento experto y la oferta de soluciones adaptadas a cada proyecto**, dando servicio tanto a profesionales como a clientes particulares.



▲ De izquierda a derecha: Ferran Nàjar, director de Material Building by Emccat; Joaquim Pérez y Joan Pérez, de JPérez e Hijos, S.L.; y Dolors Claret, presidenta de Material Building by Emccat.

Baleares: consolidación de la presencia insular

En las Islas Baleares, el grupo suma tres nuevos socios con una amplia trayectoria en la distribución de materiales de construcción y soluciones vinculadas a la obra y la reforma.

Fundada en 1982, **Materiales de Construcción Lorenzo Perelló Vidal** comenzó su actividad como un pequeño almacén orientado al suministro de materiales básicos para obra. Con el paso de los años, la empresa ha ampliado su catálogo y servicios para adaptarse a la evolución del mercado, ofreciendo hoy una **amplia gama de materiales, tanto para profesionales como para clientes particulares**.



▲ De izquierda a derecha: Ferran Nàjar, director de Material Building by Emccat; Andreu Perelló, gerente de Materiales de Construcción Lorenzo Perelló Vidal; y Dolors Claret, presidenta de Material Building by Emccat.



▲ De izquierda a derecha: Ferran Nàjar, director de Material Building by Emccat; Toni Lladó, gerente de MARPASA; y Dolors Claret, Presidenta de Material Building by Emccat.

Fundada en 1991 por la familia Lladó, **MARPASA** inició su actividad en la venta y elaboración de **piedra natural, mármoles y granitos**. Con el transcurso del tiempo, se ha consolidado como una de las empresas de referencia en el sector de los materiales de construcción en Mallorca. En su trayectoria, la compañía ha trabajado con numerosos profesionales del sector y ha participado en **proyectos de gran envergadura**, especialmente en el ámbito hotelero, tanto a nivel nacional como internacional. Actualmente, MARPASA complementa su actividad con una amplia variedad de materiales de construcción, productos para el hogar, ferretería, baños, azulejos y pavimentos.

cuatro nuevos socios en Cataluña y Baleares

Con una trayectoria que se remonta a 1894, **Prefabricats Son Basca, S.L.**, integrada en Alorda Grup, desarrolla su actividad en el ámbito de la **venta y distribución de materiales de construcción** en Baleares, con una presencia consolidada en el territorio.

La empresa ofrece una amplia gama de materiales para obra, pavimentos, revestimientos, sanitarios, grifería, pinturas y productos de ferretería, orientando su actividad a profesionales y clientes particulares. Su modelo se apoya en la **seriedad, la calidad de producto y el compromiso con el cliente**, ofreciendo soluciones adaptadas a cada proyecto mediante un servicio basado en el asesoramiento y la atención personalizada.



▲ De izquierda a derecha: Ferran Nájjar, director de Material Building by Emccat; Joana Inmaculada Alorda y Miquel Alorda, de Prefabricats Son Basca; y Dolors Claret, presidenta de Material Building by Emccat.



ceys[®]
INFALIBLE.

INCLUSO ANTE LO INESPERADO
DESCUBRE POR QUÉ ►



También es noticia...

MANAU COMPRA EL ALMACÉN DE BIGMAT MATERIALS DOROTEA

A principios de febrero el almacén de materiales de construcción **MANAU** anunciaba un **preacuerdo** para la futura adquisición del almacén de materiales para la construcción **BigMat Materials Dorotea** ubicado en la localidad barcelonesa de Mataró.

Según este comunicado, este preacuerdo refuerza la red comercial de MANAU en la provincia de Barcelona, y les permite mejorar la capacidad de servicio, la disponibilidad de producto y los plazos de suministro para los clientes de la zona. Durante este periodo de transición, la actividad se desarrollará con total normalidad, sin cambios operativos para clientes y colaboradores, trabajando de forma coordinada para asegurar una integración ordenada y eficiente.

Con esta operación, **MANAU consolida su presencia en la provincia de Barcelona** con 6 almacenes estratégicamente ubicados en las localidades de Vallirana, Barcelona, Badalona, Terrassa, Granollers y Mataró.

BigMat Materials Dorotea es un almacén que cuenta con un punto de venta en Mataró (Barcelona) y en el año 2024 alcanzó una cifra de facturación de 4.860.000 €. Por su parte, MANAU facturó en 2024 una cifra de 21.322.000 €.



▲ Instalaciones de BigMat6 Dorotea en la localidad barcelonesa de Mataró.

TPA CONTINÚA SU ESTRATEGIA DE CRECIMIENTO EN 2026 CON DOS NUEVAS INCORPORACIONES

TPA Central de Compras de Distribución Especialista, S.L. ha incorporado dos nuevos asociados a su red nacional de almacenes especialistas en placa de yeso laminado, aislamientos y sistemas constructivos, reforzando así su posicionamiento como central de referencia en el canal profesional. Se trata de **Escayolas Europa y Matterplac**.

Escayolas Europa es un referente en la distribución especializada de placa y aislamientos en la zona centro del país

y cuenta con dos puntos de venta estratégicamente ubicados en **Pedro Muñoz (Ciudad Real)** y **Getafe (Madrid)**, sumando más de 7.400 m² de superficie comercial. Con una cifra de negocio de **12 millones de euros en 2024**, la empresa destaca por su sólida implantación en el mercado profesional y por una clara orientación al servicio técnico y logístico. Por su parte, **Matterplac**, empresa joven ubicada en Albacete, impulsa su crecimiento en la Comunidad de Castilla-La Mancha, donde dispone de unas instalaciones de 1.600 m² en la capital manchega. Matterplac nace como un nuevo proyecto empresarial impulsado por dos socios de TPA, **Escayolas Bedmar** con dos puntos de venta en Terrassa y Sant Quirze del Vallès (Barcelona) y **Dangla Distribución**, operador consolidado en el arco mediterráneo con presencia en Alicante y Finestrat.

Estas incorporaciones se enmarcan en el plan estratégico 2026-2028 de TPA, orientado a: reforzar la especialización técnica del canal profesional, incrementar la cobertura territorial en zonas estratégicas, potenciar sinergias comerciales y logísticas entre asociados y generar una mayor capacidad de negociación y valor añadido para los socios.



▲ Instalaciones de Matterplac en Albacete.

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



RAMON JANÉ

SOCIO FUNDADOR DE THERMOGREEN

“La gama de THERMOGREEN se sitúa como el aislamiento clásico con una huella de carbono más baja del mercado”

Ingeniero Industrial de 55 años, Ramón se ha dedicado desde sus inicios profesionales al sector del aislamiento térmico en responsabilidades de negocio que incluyen, tanto la producción de la mayoría de las gamas de aislamiento (XPS, Lana de Roca, Lana de Vidrio, EPS) como también las ventas en un amplio sector del mercado europeo en países como España, Portugal, Francia, UK, BENELUX, y Sureste Europeo.

Texto: Ramon Capdevila / Fotos: L'informatiu





“La rehabilitación en España tiene un gran potencial pero necesita de incentivos, y que estos incentivos se estructuren de forma que lleguen más fácilmente al consumidor”

¿Cómo nos presentaría a THERMOGREEN?

THERMOGREEN es una iniciativa promovida por 4 socios, todos ingenieros industriales, que hemos trabajado conjuntamente durante toda nuestra carrera profesional en distintas empresas referentes en aislamiento térmico como POLIGLAS/URSA, TOPOX, y SOPREMA, donde realizamos, entre otras cosas, la evolución en el desarrollo tecnológico de la fabricación del XPS. Así, el resultado de más de 30 años de experiencia nos ha permitido presentar una oferta en poliestireno extruido

fabricado con un 100% de materias primas recicladas y, esto, añadido al hecho que el XPS es un producto reciclable al fin de su ciclo de vida, sitúa a la gama THERMOGREEN como el aislamiento clásico con una huella de carbono más baja del mercado.

¿Cuál es su estructura operativa en España?

La estructura de THERMOGREEN está concebida para desarrollar las ventas de su gama de productos a través de la distribución, sea generalista, especialista o gran superficie.

¿Cómo definiría su posicionamiento y estrategia en el mercado?

Nuestra estrategia es poner en valor la utilización de un aislamiento sostenible con el menor impacto medioambiental posible, y que no perjudica ni su competitividad, ni en la eficacia térmica y que, gracias a la amplia gama de espesores (de 40 a 200mm), permite el ahorro en la colocación del producto en la obra (con una sola colocación en vez de utilizar varias capas) y un menor coste por poder utilizar menores espesores que otros productos con peor eficacia térmica.

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

La rehabilitación en España tiene un gran potencial, ya que la capacidad para construir nuevas viviendas está limitada y el parque de viviendas obsoletas es elevado. De todos modos, como cualquier mercado, necesita de incentivos, y en el caso de la renovación en España creo que falta que estos incentivos se estructuren de forma que lleguen más fácilmente al consumidor, como por ejemplo se ha realizado en otros países europeos. En Francia, por ejemplo, cuando un particular o una comunidad de vecinos acometía una reforma para adaptar la envolvente térmica a las exigencias normativas, tanto ese proyecto como cualquier otra obra de rehabilitación conjunta se benefician de una reducción significativa del IVA. Esto supone una ayuda directa, tangible e inmediata en el presupuesto de la renovación

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

La conciencia de utilización de productos sostenibles es bastante transversal, si realizas una encuesta general. Pero tal como ha ocurrido en cuanto al aislamiento térmico, la legislación debe apoyar la utilización de estos materiales en los proyectos para que el proceso de implantación se acelere de manera que su presencia sea apreciable. También es importante, y en esto trabajamos, que el hecho de utilizar productos como el plástico, que desde ciertos sectores se interpreta como un producto no sostenible, tiene una ventaja muy importante en la economía circular y es que, a diferencia de muchos otros productos, el poliestireno extruido es un producto que se puede fabricar utilizando el 100% de las materias primas recicladas y que al final de su ciclo de vida es 100% reciclable.

“La distribución está cada vez más preparada para dar respuesta a la utilización y aplicación de los productos de aislamiento térmico”

Además, este proceso es infinito, con lo que el XPS cumple al 100% con los perceptos de la circularidad de los productos sostenibles.

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

El aislamiento térmico, aun siendo un producto con especificaciones técnicas que no son complejas, aún tiene ciertos aspectos que no son claros en el mercado. Se confunde la conductividad térmica como el valor que describe la utilización de un producto u otro en una especificación de proyecto, pero el valor real que debe describir el producto y que es el definido en el código técnico es la transmitancia térmica o su valor inverso, la resistencia térmica, que se compone del factor de la conductividad térmica y del espesor del producto. Entonces, un producto térmicamente equivalente, es aquel que tiene la misma resistencia térmica que el proyectado (no la misma conductividad térmica). También hay que trabajar en facilitar las buenas prácticas en la colocación de este producto, para evitar, por ejemplo, los puentes térmicos que en el transcurso del tiempo pueden reducir significativamente el confort térmico o el que aparezcan humedades en la vivienda.

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

La distribución está cada vez más preparada para dar respuesta a

la utilización y aplicación de los productos de aislamiento térmico. En primer lugar, por un interés de negocio, ya que estos productos han ido creciendo en cuanto a presencia e importancia en el mercado desde la primera publicación del Código Técnico de la edificación en 2006, donde se indicaban los valores mínimos de aislamiento en viviendas y que se ha ido renovando en distintos años hasta la última revisión en 2019, y en segundo lugar, por el hecho de que la distribución ha tomado conciencia de su necesidad de ser un prescriptor de cercanía para aplicación de los productos; un poco como pasa con las farmacias en relación a los medicamentos.

Usted como buen conocedor del mercado francés, cómo analizaría el sector de la distribución en España.

El sector de la distribución en España está en una transición donde se está organizando, concentrándose en grandes grupos de distribución (en grandes empresas de distribución o en grupos de compra) para mejorar su capacidad de negociación y profesionalizándose hacia una orientación de servicio al cliente (prescripción, servicio, condiciones). Y especialmente en los grupos de compra, creo que es clave que sepan trasladar esa agrupación en estrategias de compra y venta que sean conjuntas, porque sin esa estrategia, la fuerza de grupo es muy menor a la que podrían conseguir.

GAMMA implanta su primer autoservicio de la construcción 2.0 en GAMMA Azulejos Javier Fernández

El nuevo modelo, totalmente diseñado y montado por la Central, ofrece al asociado un autoservicio profesional llave en mano en un plazo récord.

Una solución lista para vender en una semana, replicable, escalable y con la consistencia de marca que los almacenes asociados GAMMA necesitan para seguir creciendo

El Autoservicio de Construcción 2.0 es la evolución natural de un modelo propio de autoservicio ya implantado y perfeccionado en la red, ahora profundamente mejorado en metodología, estandarización, surtido, implantación y comunicación en el punto de venta. El objetivo es el mismo de siempre —facilitar la compra profesional y elevar la competitividad del asociado—, con una propuesta más ágil, consistente y replicable.

Y, una vez dado este paso, **GAMMA ha llevado a cabo la primera implantación de su Autoservicio de Construcción 2.0**, como un formato pensado para profesionalizar la experiencia de compra en el punto de venta y facilitar al asociado un espacio completamente organizado, surtido y listo para vender sin necesidad de planificación previa.

El proyecto incluye la definición del espacio, la elección del mobiliario corporativo, la selección del surtido, el desarrollo de planogramas detallados, y la comunicación completa en tienda, además de una logística centralizada que permite montar el autoservicio en apenas una semana.

El **modelo trabaja con alrededor de 2.500 referencias profesionales, todas en stock** GAMMA (incluida la marca propia), y se adapta al espacio, a la geodemografía y al tipo de cliente de cada almacén. Para el asociado, supone acceder a un sistema totalmente estandarizado que facilita la implantación y garantiza un nivel uniforme de calidad y presentación en toda la red.

La decisión de dar el paso: “Vimos que el cliente lo demandaba”

El primer asociado en implantar este modelo ha sido **GAMMA Azulejos Javier Fernández, en Fuenlabrada. Su gerente, Óscar Fernández, explica** que la decisión venía madurándose desde hacía tiempo: “Empezamos con algo muy pequeño en una oficina y vimos que nuestro cliente lo demandaba cada vez más. Decidimos dar el paso y hacerlo de forma profesional.”

El traslado de sus oficinas centrales supuso una oportunidad para integrar el nuevo autoservicio en el mismo edificio, uniendo en un solo movimiento renovación de instalaciones y ampliación de surtido: “Se juntaron varios factores que nos hicieron dar el paso”



◀ De izquierda a derecha: Eva (AJF), Juan Manuel (AJF), Víctor Pérez (director de Área GAMMA); Javier Fernández (gerente AJF); Oscar Fernández (gerente, segunda generación AJF); Sandra Fernández (AJF); Fran Fernández (gerente de GAMMA); Josué Cid (Retail Manager GAMMA); Juan Manuel (AJF); y Esteve Vilardell (director comercial GAMMA).

La implantación: un proceso técnico y sorprendentemente ágil

El proceso de implantación del Autoservicio 2.0 ha sido especialmente relevante por la amplitud del surtido y el nivel de detalle que exige la colocación de más de 2.500 referencias profesionales. **Desde la primera visita hasta la apertura, el equipo de GAMMA trabajó con mediciones precisas, planos técnicos y planogramas desarrollados específicamente para este punto de venta**, lo que permitió ordenar categorías muy distintas dentro del universo de materiales de construcción. Óscar Fernández reconoce que, aunque ellos ya trabajaban algunas familias, el paso a un autoservicio completo exigía una nueva forma de organizar el producto: “para nosotros era un salto importante. Estamos habituados al material de obra tradicional —químicos o herramientas de mano—, pero convertir todo eso en un autoservicio profesional y fácil de comprar requería un planteamiento completamente distinto”.

A pesar de las obras y la mudanza, la fase de montaje fue rápida, y con este modelo, GAMMA puede dejar un autoservicio listo para vender en una semana, un plazo muy reducido en comparación con montajes tradicionales que suelen requerir meses.

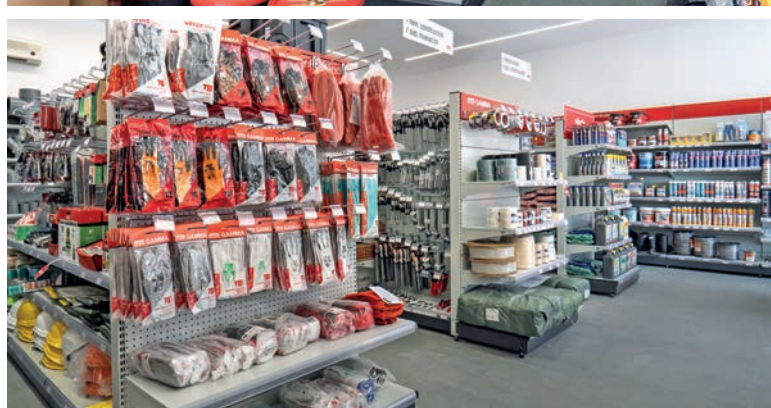
Un cambio visible en tienda y en la percepción del cliente

El espacio renovado ha supuesto un salto en experiencia de compra y en claridad de la oferta. Aunque Fernández considera que aún es pronto para evaluar todos los detalles, el impacto es evidente: el feedback de los clientes ha sido muy bueno. El cambio es muy grande y la aceptación ha sido total”.

La mejora se ha dejado sentir también en ventas: **“este tipo de producto ha crecido bastante y lo vemos a diario. El ticket medio ha aumentado”**. Incluso han detectado incrementos particulares en categorías concretas, como ropa laboral y calzado, que han ganado visibilidad con la nueva implantación.

Una oportunidad de crecimiento para la red

El momento más especial para Fernández llegó al ver el autoservicio terminado: “fue una gran satisfacción. Hay mucho trabajo detrás y ver que clientes y amigos te dicen que está fenomenal te confirma que has hecho lo adecuado”. Con esta primera implantación 2.0, **GAMMA consolida un estándar de autoservicio profesional que es, al mismo tiempo, robusto y sencillo de desplegar**. La metodología basada en planogramas, la logística unificada y el mobiliario corporativo permiten replicar el modelo de forma ágil en cualquier punto de venta de la red, ajustando el surtido a la geodemografía y al tipo de cliente de cada asociado.



▲ Detalles de la primera implantación que GAMMA ha llevado a cabo de su Autoservicio de Construcción 2.0 como un formato pensado para profesionalizar la experiencia de compra en el punto de venta.

Un modelo que refuerza el posicionamiento profesional del asociado

Para Óscar Fernández, el nuevo autoservicio ha ayudado a posicionarnos en un segmento en el que antes teníamos poca presencia: “nos permite competir como especialistas en productos profesionales de construcción y reforma. Es una oportunidad para situarnos como referencia en la zona.” El modelo también facilita la captación de perfiles emergentes: “ayuda tanto al profesional, como al bricolajista avanzado o cliente DIY, que hoy es un perfil en crecimiento constante”, Cuando se le pregunta si lo **recomendaría a otros asociados, la respuesta es clara: “es un proyecto interesante y rentable si tu cliente principal es profesional. Y si no lo es, también puede ser una buena forma de atraerlo”**.

BigMat Cama inaugura el

▼ Nuevo punto de venta de BigMat Cama en Golmés (Lleida).



El pasado mes de febrero, **BigMat Cama** inauguró las instalaciones del punto de venta que el distribuidor de materiales de construcción adquirió a mediados del año pasado en la localidad de Golmés, en la provincia de Lleida.

Como ya publicó **L'informatiu**, BigMat Cama compró el almacén de materiales de construcción Pons Mayoral, SL, en julio del 2025 y, ahora, después de una profunda remodelación y adecuación al modelo de negocio de BigMat, ha presentado en sociedad las nuevas instalaciones.

Estas instalaciones se encuentran en la Avenida de Europa, 5 (zona Caprabo), y cuentan con un terreno de 9.500 m² y una **superficie total construida de 1.650 m²**, de los cuales 500 m² se dedican a la zona de ferretería y 500 m² más a la zona de exposición. El centro estará abierto de lunes a viernes, de 7.30 a 19.30 h, de forma ininterrumpida, y los sábados, de 8.00 a 13.00 h.

BigMat Cama es una empresa que empezó su andadura aproximadamente en el año **1880 de la mano de Josep Cama Amargant**, fabricando productos para la construcción. Más tarde, hacia 1978, la empresa cambió su actividad y se dedicó a la comercialización de materiales para su construcción y decoración.



▲ Acceso y detalle de la zona de ferretería.

punto de venta de Golmés



En 1997 se produjo la apertura del primer centro en la localidad de Cervera y a continuación, en el año 2012, se abrió el centro de Tàrrega y en el 2017 el de Bellpuig.

BigMat Cama es uno de los almacenes líderes de la provincia de Lleida por su cifra de facturación (8.000.000 euros en el año 2024), y con esta adquisición pasará a gestionar 4 puntos de venta: **Tàrrega, Cervera, Bellpuig y Golmés**, todos en la provincia de Lleida y situados estratégicamente en el centro de la provincia y en la diagonal que une la ciudad de Cervera con la capital, Lleida.

▲ Socios de BigMat presentes a la inauguración, junto con los responsables de BigMat Cama. De izqda. a dcha.: Jordi Cama (BigMat Cama) Jordi Gironés (BigMat Gironés); Ferran Oliu (BigMat Mercamat); Albert Cama (BigMat Cama); Carles Carbonell (BigMat Gil); Eloi Mas, Coordinador de BigMat; y Mireia Font, directora de comunicación de BigMat.



▼ Diferentes detalles de la zona de exposición de cerámica y baño.



GAMMA acelera la digitalización de sus asociados

En tan solo un mes el nuevo asociado ORMAT ha transformado su modelo



El almacén de materiales de construcción **ORMAT**, ubicado en la localidad barcelonesa de Cabrera de Mar, ha iniciado una nueva etapa estratégica tras su incorporación como asociado GAMMA, un movimiento que la compañía considera clave para ganar competitividad en un mercado de la distribución “cada vez más complejo y exigente”. En apenas **un mes dentro del Grupo, ORMAT ya ha lanzado** su nueva web, trabaja en su ecommerce y

prepara una ampliación de gama y una intensa campaña de marketing multicanal. “El sector de la distribución está viviendo grandes cambios donde sin duda, el sector más tradicional de la distribución está perdiendo partida”, explican desde ORMAT. “Hay una clara apuesta por los grandes grupos y multinacionales, por eso dar este paso era necesario para mantenernos fuertes y seguir creciendo”.

▲ Punto de venta de ORMAT en la localidad de Cabrera de Mar (Barcelona)

Unir fuerzas: seguridad, herramientas y visión

ORMAT afirma que la llegada a GAMMA les ha permitido acceder a una estructura más sólida y orientada al desarrollo del negocio. “**GAMMA nos ha dado seguridad.** La confianza de acceder a herramientas que por coste o conocimiento sería muy difícil tener por nuestra cuenta”, destacan. Además, remarcan que la clave está en mantener la perspectiva: “los almacenes también tenemos que pensar en nuestros objetivos propios, pero con el respaldo de un grupo. Ahí está la fuerza real”.

Digitalización como palanca de crecimiento

Uno de los grandes hitos del primer mes ha sido el lanzamiento de su nueva web y el inicio del proyecto e-commerce. Aunque contaban con experiencia previa, reconocen que la rapidez ha superado expectativas: “antes de empezar trazamos un plan de acción claro, pero siempre surgen sorpresas. Estos retos son un aliciente: hay que transmitir esa superación al equipo para mejorar rendimiento y resultados”.

La digitalización no es su único frente abierto: **ORMAT también prepara una ampliación**

de su ferretería, mejoras en la exposición de cerámica y una campaña de marketing combinando medios digitales y tradicionales. “No podemos empujar solo hacia un lado. Tenemos que coordinar todos los esfuerzos y dar sentido a todo el conjunto de objetivos”.

“El cliente debe sentir que está en GAMMA, pero también que quien le atiende es ORMAT”



Una web al servicio del profesional y con coherencia GAMMA

Entre los objetivos del nuevo sitio web, la prioridad era construir un entorno coherente entre el Libro GAMMA y la plataforma online, manteniendo la identidad del grupo, pero reforzando el papel de ORMAT como centro de servicio.

“El cliente debe sentir que está en GAMMA, pero también que quien le atiende es ORMAT. Queremos ofrecer toda la información y servicios desde aquí”. Otro reto ha sido definir una política de precios ajustada al profesional, su principal target: “El mercado favorece a menudo al particular y no podemos permitir que un cliente no profesional tenga mejores condiciones que un profesional”.

El papel clave de la Central: datos, procesos y acompañamiento

ORMAT destaca especialmente el apoyo recibido por los equipos de Marketing, Sistemas y procesos y Transformación digital: “GAMMA ha hecho

un gran trabajo con la base de datos de producto. Todo proceso de digitalización depende directamente de esa información. **Estandarizar los datos es imprescindible**”. Además, animan al resto de asociados a aprovechar estas oportunidades: “Hoy existen herramientas que permiten a muchos centros caminar por sí mismos. Hay que aprender, generar contenido, aportar servicio y demostrar que el sector tradicional también está en la red”.

Un e-commerce para abrir un nuevo mercado

ORMAT ve en el comercio online un proyecto necesario para acercarse a un público al que no llegaban: el consumidor particular.

“Este proyecto nos permitirá ofrecer servicios que el cliente no encuentra en la gran distribución y generar nuevas oportunidades de negocio”. El e-commerce tiene un horizonte planificado: “el objetivo es iniciar la tienda online en 2027, pero antes debemos asegurar que el servicio será de calidad y sostenible”.

“GAMMA ha hecho un gran trabajo con la base de datos de producto”

Ventajas competitivas desde el primer mes

A nivel operativo, una de las mejoras más visibles ha sido la logística: “La gestión logística de GAMMA es un elemento diferenciador. Con dos entregas semanales y herramientas eficientes podemos ofrecer plazos muy competitivos”.

A nivel estratégico, destacan dos aportaciones principales: “Mejoras logísticas y nuevas oportunidades de negocio con familias de productos ampliadas”.

Mirada al futuro y mensaje al resto de asociados

ORMAT se visualiza dentro de un año con objetivos consolidados y nuevas fuentes de ingresos: “Queremos concretar los retos en los que ya trabajamos y ampliar nuestro conocimiento de mercado. Tenemos margen para crecer”.

Además, **lanzan un mensaje claro a los asociados que aún no han dado el salto digital**: “Verifactu es un reto que tenemos todos, pero también una oportunidad. No hay que tener miedo del entorno digital: hay que ser realistas, prudentes y convertir la obligación en una oportunidad de mejora”.



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

UNICO

CUBREMUIROS Y VIERTEAGUAS



PIEZAS DE 1 M DE LARGO



10 ANCHOS DE PARED



GOTERÓN INTEGRADO



HIDROFUGADO EN MASA



PIEZAS SIN ARMADURA



ACABADO PULIDO



RESISTENTE Y DURADERO



6 COLORES DE ACABADO

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

TE GUSTARÍA SER DISTRIBUIDOR OFICIAL DE IMER?

www.imerprefabricados.es
+34 937 728 787

 **IMER**[®]
PREFABRICADOS

TOP 5 millones

Almacenes de Materiales de Construcción España

EMPRESA	FACTURACIÓN 2024	FACTURACIÓN 2023	% VARIACIÓN	COMUNIDAD AUTÓNOMA	PTOS. VENTA	GRUPO
1 MAUSA - Maderas Alto Urgell, SA	86.755.533	85.350.913	1,65%	Catalunya	7	-
2 SOCIAS Y ROSSELLO, SL	60.785.284	66.840.115	-9,06%	Baleares	3	-
3 Bongrup Baleares, SL	52.574.112	50.956.693	3,17%	Baleares	12	-
4 Servicios Palau, SL	46.141.247	45.583.382	1,22%	Baleares	1	-
5 DISCESUR	43.002.450	45.206.506	-4,88%	C. Madrid	3	IBERGROUP
6 Azulejos Peña, SA	41.709.751	40.135.978	3,92%	C. Madrid	7	-
7 Jorge Fernández	41.500.000	43.053.000	-3,61%	Euskadi	6	IBERGROUP
8 Terrapilar, SAU	41.253.606	43.286.279	-4,70%	C.Valenciana/Murcia	6	IBERGROUP
9 Productos Cerámicos Cetosa, SA	39.766.185	43.320.247	-8,20%	C. Madrid	1	-
10 Alberch, SA	39.033.644	40.160.000	-2,80%	Catalunya	5	
11 Suministros Ibiza, SA	36.000.000	33.277.152	8,18%	Baleares	2	IBERGROUP
12 Guillermo Duran, SA	35.277.982	35.959.492	-1,90%	Baleares	3	IBERGROUP
13 Las Chafiras, SA	34.103.983	35.190.768	-3,09%	Canarias	7	IBERGROUP
14 GRUPO BILBU (Bilbu-Larogei-Bilcon-Navagres-Exp)	32.600.000	31.023.000	5,08%	Euskadi/Navarra	-	-
15 ALBERTO SOLER, SA	30.268.443	29.830.215	1,47%	Catalunya	2	
16 BigMat Ochoa, SL	29.722.038	30.926.000	-3,89%	Aragón/Catalunya	7	
17 Oliveras Derivats i Materials, SL	29.025.867	28.217.064	2,87%	Catalunya	5	
18 Impex Subministres, SL	27.947.771	25.852.671	8,10%	Catalunya	4	
19 Juan Alcain Jauregui, SA	27.434.683	26.590.173	3,18%	Euskadi	2	
20 José María Gallizo, SL	26.686.465	28.822.997	-7,41%	Aragón	-	
21 Laguardia&Moreira	26.600.000	24.958.000	6,58%	C.Madrid/Galicia	10	IBERGROUP
22 Dicona, SA	25.941.662	25.158.761	3,11%	Navarra	1	
23 Catalonia Ceramica, SA	24.915.677	24.633.129	1,15%	Catalunya	6	-
24 Ferrolan, SA	24.691.552	22.108.309	11,68%	Catalunya	6	-
25 Grupo Unamacor	24.600.000	17.654.000	39,35%	Andalucía	-	IBERGROUP
26 A. Palliser, SL	24.324.555	24.375.509	-0,21%	Baleares	3	
27 Saneamientos Puya, SL	24.279.029	23.810.640	1,97%	Andalucía	4	
28 Tabisam, SLU	22.835.634	19.909.854	14,70%	C. Valenciana	4	-
29 Corretja, SL	21.430.000	18.766.000	14,20%	Catalunya	1	
30 Jodul	21.408.337	19.202.910	11,48%	Catalunya	2	
31 Manau, SA	21.322.708	20.435.223	4,34%	Catalunya	6	IBERGROUP
32 Almacenes Femenias, SA	20.050.379	19.516.215	2,74%	Baleares	6	
33 A. Feliciano, SL - AFELSA	20.033.396	19.834.319	1,00%	Canarias	9	
34 Amado Salvador, SA	19.400.837	18.964.985	2,30%	C. Valenciana	4	-
35 Eurocasa Suministros, SLU	19.023.706	18.623.868	2,15%	C. Valenciana	3	
36 Pavimarsa, SA	18.870.696	18.879.782	-0,05%	C. Madrid	2	
37 Comercial de Industria y Representaciones, SL	18.762.369	18.239.476	2,87%	C. Madrid - C. Valenciana	4	-
38 Santandreu Sureda, SL	18.286.085	18.578.429	-1,57%	Baleares	1	
39 ENERFUER	17.963.299	17.537.378	2,43%	Canarias	-	
40 Garro, SA	17.474.420	19.269.241	-9,31%	Catalunya	2	
41 SANCHEZ PLA, SA	17.018.474	17.971.880	-5,30%	C. Valenciana	1	-
42 Construdeco Norte, SL	17.000.000	17.079.000	-0,46%	Galicia	4	IBERGROUP
43 Calvente Bóbila, SLU	16.961.897	17.526.727	-3,22%	Catalunya	3	

2024 RANKING

EMPRESA	FACTURACIÓN 2024	FACTURACIÓN 2023	% VARIACIÓN	COMUNIDAD AUTÓNOMA	PTOS. VENTA	GRUPO
44 Grupo Veralia + LAOBRAMADRIDSUR	16.786.003	16.032.429	4,70%	C. Madrid	4	-
45 Fajovi, SL	16.762.962	14.835.113	13,00%	C. Valenciana	1	
46 Sainz Allende, SL	16.372.158	16.443.635	-0,43%	Cantabria	4	
47 Verger Materials Es Pla, SL	16.012.969	14.097.003	13,59%	Baleares	4	
48 Blanco Quintas, SL	14.643.462	10.804.806	35,53%	Galicia	5	-
49 Mat. Construcció Gil, SL	14.538.178	13.630.212	6,66%	Catalunya	1	
50 RECODUL, S.L. Pérez Lázaro	14.172.880	15.330.986	-7,55%	Andalucía	3	
51 Suministros Rufino Navarro, SL	13.744.120	14.621.222	-6,00%	C. Madrid	2	
52 Suministros Ampuriabrava - Materials Banyoles	13.435.314	12.355.564	8,74%	Catalunya	2	
53 Saneamientos Pereda, SA	13.312.543	12.440.490	7,01%	Asturias	3	
54 Showroom Barral, SL	13.303.855	11.974.611	11,10%	C. Madrid	1	-
55 Amargant Sat Pol - Amargant Pineda	13.251.930	13.054.755	1,51%	Catalunya	2	
56 TECN. PERFORACION Y FIJACION SL	12.705.994	12.404.134	2,43%	Castilla Leon	1	
57 Gibeller Grupo	12.385.000	12.380.000	0,04%	C.Valenciana	4	
58 COMERCIAL VERA CERAMICA Y BAÑO, SL	11.986.065	11.318.504	5,90%	Andalucía	1	
59 Cerámicas Dominguez, SL	11.985.833	12.212.456	-1,86%	Catalunya	1	
60 Arias Nadela, SL	11.407.029	11.453.777	-0,41%	Galicia	4	-
61 Vizcay Hermanos, SA	11.317.563	10.483.546	7,96%	Navarra	1	
62 Badalona Gres, SL	11.278.000	9.580.303	17,72%	Catalunya	1	-
63 Escayolas Europa, SL	11.249.816	11.341.484	-0,81%	C. Madrid	2	
64 Prefabricados Dena, SL	11.052.835	10.240.341	7,93%	Galicia	2	
65 Carmona e Hijos, SA	11.005.362	10.494.321	4,87%	Catalunya	3	
66 Bricoceramic, SA	10.962.307	9.884.528	10,90%	Catalunya	2	-
67 Prefabricados Ibaferan, SL	10.919.084	10.359.190	5,40%	Andalucía	1	-
68 GRUEXMA RB, S.L.	10.870.265	9.243.616	17,60%	C. Murcia	1	
69 González Higuera e Hijos, S.L.	10.846.432	9.173.719	18,23%	Castilla León	1	-
70 ROCASA Materiales de Construcción, SL	10.646.419	10.001.767	6,45%	Asturias	2	
71 Gress Argenton, SL	10.514.112	9.722.910	8,14%	Catalunya	1	
72 Pronor Cuatro Caminos S.L.	10.396.154	10.287.061	1,06%	Melilla	1	
73 Agrupación Empresarial Tabanera	10.351.553	10.485.738	-1,28%	Castilla León	1	
74 Ferretería Germán Medina, S.L.	10.229.979	10.019.086	2,10%	Canarias	1	
75 Loiu Materiales de Construcción, SL	10.222.738	8.688.202	17,66%	Euskadi	1	
76 Rodriguez Valero Francisco, SL	10.208.199	10.044.496	1,63%	C. Murcia	1	
77 Agrupacio Constructores Llevant, SL	10.123.245	9.790.137	3,40%	Baleares	1	
78 DYCTEN SXXI, SL	10.065.695	8.250.298	22,00%	Canarias	5	-
79 Garci Venta, SL	9.951.378	9.119.789	9,12%	Galicia	1	
80 Montejo Ceramicas, SL	9.673.170	13.628.160	-29,02%	Navarra	3	
81 Almacenes Lavin, SA	9.667.415	9.992.539	-3,25%	Cantabria	1	
82 Cementos Benidorm, SA	9.566.861	9.969.450	-4,04%	C. valenciana	6	
83 FUNDIBIDE, SA	9.423.402	8.231.500	14,48%	Euskadi	2	
84 Ferret Casulleras, SL	9.329.355	9.669.709	-3,52%	Catalunya	1	
85 José Tineo e Hijos, SL	9.301.722	8.871.982	4,84%	Andalucía	1	
86 Segura e Hijos, SA	9.297.499	10.184.152	-8,71%	C. Madrid	2	

TOP 5 millones

Almacenes de Materiales de Construcción España

EMPRESA	FACTURACIÓN 2024	FACTURACIÓN 2023	% VARIACIÓN	COMUNIDAD AUTÓNOMA	PTOS. VENTA	GRUPO
87 Sasmak Belartza, SL	9.193.127	9.113.568	0,87%	Euskadi	1	
88 Ferreterías Doncel, SL	9.183.772	8.204.621	11,93%	Ceuta	2	
89 Materiales de Construcción Aldino, SL	9.177.441	10.516.090	-12,73%	C. Valenciana	1	
90 Higinio Tabares e Hijos, S.L.	9.145.447	10.028.397	-8,80%	Canarias	1	
91 Gomila Materiales de Construcción, SA	9.084.204	10.248.118	-11,36%	Baleares	1	-
92 Ferretería San Isidro, SL	9.052.501	9.396.178	-3,66%	Canarias	2	
93 PLATA HERMANOS, SL	9.038.257	8.847.120	2,16%	Catalunya	2	
94 Viuda de W. Vila, SA	9.001.174	8.320.277	8,18%	Catalunya	3	-
95 Los Belis, SA	8.992.231	9.471.686	-5,06%	Castilla La Mancha	3	
96 Borrás Sabater, SA	8.880.072	6.118.674	45,13%	Baleares	1	-
97 Azulejos Delgado, SA	8.845.206	8.964.227	-1,33%	Cantabria	1	-
98 G.I.P. (Queralt-Brea-Valotrans)	8.824.756	8.794.779	0,40%	-	4	
99 Cantara Bussines, SL (Casanova)	8.746.503	8.440.830	3,62%	Catalunya	3	
100 Mercamat, SA	8.728.180	8.589.229	1,62%	Catalunya	2	
101 Segmento de Ocio, SL	8.571.670	8.083.278	6,04%	Baleares	1	
102 Materials Brecor, SL	8.493.254	7.928.622	7,12%	Catalunya	3	
103 Suministros José Luis Cabrera, SL	8.464.800	8.350.000	1,37%	Canarias	2	
104 AISLADIS, SL	8.427.000	6.364.777	32,40%	C. Valenciana	1	
105 Empresa Comercial Albert, SL	8.307.717	7.394.713	12,35%	Castilla La Mancha	1	
106 Macoga Las Bardenas, SL	8.140.160	7.132.696	14,12%	Aragón	1	
107 Materials Cama Cortadellas / Plastics Tarrega	7.992.235	7.256.132	10,14%	Catalunya	2	
108 Siesmo, SL - Sanicer, SL	7.975.000	7.477.335	6,66%	Catalunya	2	
109 JICASA MAT. DE CONSTRUCCION, SA	7.831.610	8.335.871	-6,05%	Euskadi	1	
110 Mat. Construcción Ortega Aviles, SL	7.790.791	7.260.090	7,31%	Andalucía	1	
111 Tinalex Arte, SL - Vda. Antoni Font, SA	7.755.776	9.248.689	-16,14%	Catalunya	7	
112 Materiales de Construcción Expocanal, SL	7.739.873	7.936.368	-2,48%	Aragón	1	
113 Mat. Miquel Alt Emporda / Baix Emporda	7.665.405	8.604.708	-10,92%	Catalunya	3	
114 Juan Sastre Roca, SL	7.646.276	8.058.196	-5,11%	Baleares	1	
115 Materials Creixell, SA	7.643.263	7.621.124	0,29%	Catalunya	1	
116 Materiales de Construcción Galmés, SAU	7.633.396	6.588.021	15,87%	Baleares	1	
117 BigMat Moreno Comercial, SL	7.613.069	6.996.641	8,81%	Andalucía	1	
118 Castrogres, SL	7.586.417	7.581.318	0,07%	Cantabria	2	
119 MADECON, SA	7.397.555	8.263.347	-10,48%	Castilla León	1	
120 Guix i Decoració Gomila Gost, SL	7.387.640	7.347.226	0,55%	Baleares	6	-
121 Can Teuet, SL	7.275.476	6.934.043	4,92%	Baleares	1	
122 Mat. Ciutadella Joan i Jordi, SL	7.273.146	7.040.581	3,30%	Baleares	1	
123 Ginesta 1951, SL - Gamma Ginesta	7.263.570	7.208.622	0,76%	Catalunya	2	
124 Materiales Reformas Generales, SL - MRG	7.241.444	6.647.315	8,94%	Andalucía	1	
125 Silviu Materiales de Construcción, SL	7.209.467	5.321.126	35,49%	C. Madrid	1	
126 Cial. De Techos Calabuig, SL	7.108.969	7.130.986	-0,31%	C. Valenciana	4	
127 Materiales Cano, SL	6.958.534	7.029.531	-1,01%	C. Valenciana	2	-
128 Inmersalia Trading (Solomat)	6.943.690	6.519.482	6,51%	Catalunya	1	
129 Materiales y Azulejos Petri, SL	6.877.942	5.955.886	15,48%	C. Madrid	4	-

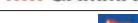
2024

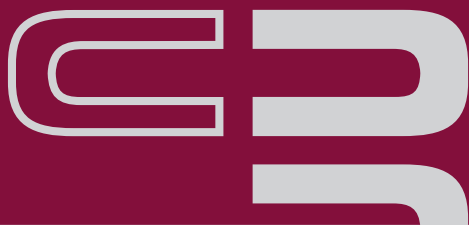
RANKING

EMPRESA	FACTURACIÓN 2024	FACTURACIÓN 2023	% VARIACIÓN	COMUNIDAD AUTÓNOMA	PTOS. VENTA	GRUPO
130 Grupo Leioa XXI, SL	6.838.667	6.996.343	-2,25%	Euskadi	1	
131 Materials Gisbert, SL	6.670.466	6.700.000	-0,44%	Catalunya	3	
132 Construcciones Normalizadas, SA - CONORSA	6.567.458	6.235.769	5,32%	Castilla León	1	
133 Cano Materiales de Construcción	6.417.942	6.369.386	0,76%	Andalucía	1	
134 Revestimientos Cerámicos Ferrcos, SL	6.386.852	5.543.205	15,22%	C. Valenciana	1	
135 Comercial Silva León, SL	6.362.301	5.274.087	20,63%	Castilla León	1	
136 Hermanos Hermi Sanfi, SL - Ferretería Marcial	6.359.754	5.986.188	6,24%	Canarias	1	
137 Mayor Materials per a la Construcción, SL	6.321.335	6.220.072	1,63%	Catalunya	1	
138 Cuxach, SA	6.298.021	6.318.693	-0,33%	Baleares	1	
139 Alvaro Albalat. SL	6.208.844	5.987.900	3,69%	C. Valenciana	1	
140 SUMCO, SA - PORSERMAT COMERCIAL	6.190.000	6.366.453	-2,77%	Catalunya	2	
141 Pivita, SA	6.123.689	4.799.964	27,58%	Baleares	1	
142 Pretensados Ribera	6.116.000	6.329.927	-3,38%	Catalunya	2	
143 Comervía, SL	6.100.075	6.007.384	1,54%	Galicia	1	-
144 SOPAM CR, SL	5.984.446	6.208.118	-3,60%	Castilla León	2	
145 Saneamientos Pereda, SA	5.977.769	6.112.852	-2,21%	Euskadi	3	-
146 TC Todo Construcción, SL	5.957.704	5.287.948	12,67%	Andalucía	1	
147 SUMEX - S.Mat. Excavacions Igualada	5.954.439	5.880.210	1,26%	Catalunya	1	
148 Anton Blasco, SL	5.950.242	5.440.061	9,38%	C. Valenciana	1	-
149 Comercial Arqués, SCCL	5.885.649	5.806.207	1,37%	Catalunya	1	
150 Pavimentos Garrido	5.800.118	5.687.626	1,98%	Extremadura	1	
151 Amengual Dols, SA	5.772.433	4.895.193	17,92%	Baleares	1	-
152 Corralo Materiales de Construcción	5.693.480	4.395.805	29,52%	Castilla La Mancha	1	
153 Magatzem Bosom, SL	5.685.653	5.631.702	0,96%	Catalunya	2	
154 Romesur, SL	5.658.863	5.133.833	10,23%	Andalucía	1	
155 Jordi Rull, SA	5.636.322	5.991.732	-5,93%	Catalunya	1	
156 Comercial Feleches, SAL	5.635.233	5.576.605	1,05%	Asturias	1	
157 Desarrollos Estrategicos The New Time, SL	5.618.160	4.854.257	15,74%	Andalucía	1	
158 Vela Verdugo, SL	5.594.188	5.340.587	4,75%	Andalucía	1	
159 Saneamientos Orts, SL	5.557.729	5.610.625	-0,94%	C. Valenciana	1	
160 Gero 10, SL	5.507.730	5.409.112	1,82%	Catalunya	1	
161 Almacenes San Blas, SA	5.478.539	4.903.699	11,72%	Andalucía	1	-
162 Mat. de Construcción Matias Arbol, SL	5.469.340	5.343.909	2,35%	Andalucía	1	
163 Ceramicas Tacoronte	5.449.090	6.205.288	-12,19%	Canarias	-	-
164 MURO STROS. Y SERVICIOS, SLU	5.443.005	3.957.559	37,53%	Castilla La Mancha	1	
165 Hijos de Acañías Cabrera, SL	5.418.354	5.026.976	7,79%	Andalucía	1	
166 Archipelago Suministros Industriales 95	5.398.719	5.062.511	6,64%	Canarias	1	
167 Comercial Jocer Baix Emporda, SL	5.376.019	5.732.990	-6,23%	Catalunya	2	
168 JASA Transporte y Materiales de Construcción	5.366.861	5.454.609	-1,61%	Baleares	1	
169 Alcarras Cial. per a la Construcció, SL	5.359.821	4.682.154	18,32%	Catalunya	1	-
170 Aislamientos Javier, SL	5.350.000	5.614.678	-4,71%	Castilla León	1	
171 Bricosafor, SL	5.341.722	5.776.045	-7,52%	C. Valenciana	1	
172 Prefabricados Carbonell, SL	5.282.143	5.148.293	2,60%	Baleares	2	

TOP 5 millones

Almacenes de Materiales de Construcción España

EMPRESA	FACTURACIÓN 2024	FACTURACIÓN 2023	% VARIACIÓN	COMUNIDAD AUTÓNOMA	PTOS. VENTA	GRUPO
173 COMERCIAL FERRETERIA MAXORATA, SL	5.272.999	4.925.955	7,05%	Canarias	1	 GAMMA
174 Materiales de Construcción Cadavid, SL	5.257.049	4.798.465	9,56%	Galicia	1	 IBRICKS
175 Berges Centro Comercial, SA	5.215.670	4.713.268	10,66%	Aragón	1	 IBRICKS
176 Europea de Materials EURO MAT, SL	5.172.966	5.036.898	2,70%	Catalunya	5	 GAMMA
177 Arquimatt Materials i Decoració	5.152.404	4.539.551	13,50%	Catalunya	1	 EM CAT
178 Juan Marquez del Río, SL	5.150.092	5.342.573	-3,60%	Andalucía	1	 B d B
179 BigMat Tevisa, SL	5.145.346	5.716.200	-9,99%	Extremadura	2	 BigMat
180 Iturria Industrial, SL	5.130.632	5.052.298	1,55%	Euskadi	1	 IBRICKS
181 Aislamientos Isolais, SL	5.074.183	5.937.025	-14,53%	Andalucía	1	 GAMMA
182 Imagal Cerámica & Baño, SL	5.074.171	4.052.793	25,20%	Galicia	1	 IBRICKS
183 Aislamientos Unificados, SL	5.073.376	5.687.970	-10,81%	C. Madrid	1	 IBRICKS
184 Tolo Florit, SA	5.070.674	5.470.579	-7,31%	Baleares	1	 IBRICKS
185 Alfonso Jiménez e Hijos, SL	5.023.208	5.242.730	-4,19%	Murcia	5	 B d B
186 Suministros Verasur, SL	5.010.797	4.997.261	0,27%	Andalucía	1	 B d B
187 Ferretería de Tias, SL	-	19.175.248	-	Canarias	-	 GAMMA
188 Materiales Construcción Rampuixa, SA	-	15.909.016	-	Baleares	1	 A A Obra
189 Roca Materiales y Herramientas	-	13.040.188	-	C. Valenciana	1	 BigMat
190 Preyser Autoservicio, SL	-	9.963.942	-	C. Valenciana	14	-
191 Grupo Perea Morante, SL	-	9.509.234	-	Andalucía	1	 BigMat
192 Salleras Hermanos, SL	-	9.488.217	-	Aragón	1	 A A Obra
193 Relux Plásticos Técnicos, SL	-	8.980.791	-	Andalucía	1	 BigMat
194 Hnos. Marín Gas. y Mat. Const., SL	-	8.966.460	-	Castilla La Mancha	1	 BigMat
195 Melsacon, SA	-	8.449.212	-	Canarias	-	 BigMat
196 Hermanos Moreno, SL	-	7.968.839	-	C. Valenciana	1	 BigMat
197 Cerámicas y Azulejos del Mar Menor, SL	-	7.024.027	-	C. Murcia	1	-
198 Mat. Construcción Juan García - Suministros BigMat	-	6.895.597	-	C. Murcia	1	 BigMat
199 Saneamiento y Construcción, SA (Sacosa)	-	6.777.058	-	C. Madrid	1	 IBRICKS
200 Ferretería El Motor II, SL	-	6.533.263	-	Andalucía	1	 BigMat
201 Materials de Construcció Cala D'OR, SL	-	6.464.179	-	Baleares	1	 BigMat
202 Materiales Const. Asumendi, SL	-	6.235.995	-	Navarra	1	 BigMat
203 Mat. de Construcción La Marina, SL	-	6.187.853	-	C. Valenciana	1	 BigMat
204 Materiales Construcción Odoricio, SL	-	5.978.959	-	Castilla León	2	 BigMat
205 TOTPERCONS, SL	-	5.933.953	-	C. Valenciana	1	 A A Obra
206 Azulejos y Materiales J&L, SL	-	5.903.606	-	C. Madrid	1	UNYCO
207 Urbil Etxegintako Materialak, SL	-	5.758.400	-	Euskadi	1	 BigMat
208 Ferretería Almonte, SL	-	5.628.583	-	Canarias	-	 BigMat
209 Sirvent e Hijos, SL	-	5.594.417	-	C. Valenciana	2	 MAGATZEM
210 Juan Márquez del Río, SL	-	5.361.993	-	Andalucía	1	 B d B
211 Prefabricados Manzano, SL	-	5.349.783	-	Extremadura	1	 matteria
212 Carrión Arexna, SL	-	5.171.127	-	Castilla León	1	 A A Obra
213 ROMESUR	-	5.122.866	-	Andalucía	1	 B d B



SUPERBRICK

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

HOJA PRINCIPAL EN...

Fachadas ventiladas

Fachadas SATE

Paredes separadoras

Casetones de instalaciones



Sistema constructivo SUPERBRICK

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

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

Mortero adhesivo SUPERBRICK

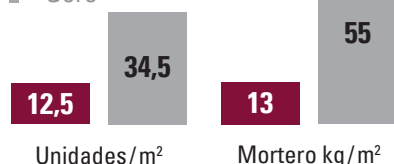
El sistema resuelve la unión entre piezas con un mortero adhesivo en base cemento.



AHORRO EN UNIDADES Y MORTERO

■ SUPERBRICK

■ Gero



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

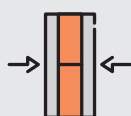
(*) DB SI Anejo F. Revoco 2 caras / Enyesado 2 caras

VENTAJAS de SUPERBRICK frente a la solución tradicional Gero

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



Reducción del grosor de la fachada



Superficies con mayor planeidad



Mejor resistencia y conductividad térmicas



Elevadas prestaciones acústicas



Mayor sostenibilidad (etiqueta DAP)



PABLO MAROTO

DIRECTOR DE MARKETING Y TÉCNICO DE KNAUF IBÉRICA

“Nos definimos como un aliado clave en la creación de los espacios del futuro”

Pablo Maroto posee una sólida formación académica que incluye una Ingeniería de la Edificación por la Universidad Europea de Madrid, un Máster en Gestión de Calidad en la Empresa y un MBA por el Colegio de Ingenieros de Barcelona. Además, ha cursado un postgrado en Sostenibilidad y Arquitectura en la Escola Sert del COAC, consolidando su experiencia en el sector de la construcción y la sostenibilidad.

Actualmente, Pablo es **miembro activo de los Comités Técnicos CTN 198 de Construcción Sostenible y CTN 171 de Calidad Ambiental en Interiores**, donde aporta su experiencia y visión para fomentar la sostenibilidad y la eficiencia en el sector.

Texto: Ramon Capdevila / Fotos: Knauf Ibérica

¿Cómo nos presentaría a Knauf?

Knauf es mucho más que un fabricante líder de materiales de construcción. Nos definimos como un aliado clave en la creación de los espacios del futuro: espacios que sean sostenibles, saludables, seguros y confortables para las personas.

Nuestra especialidad es la placa de yeso laminado (PYL) y los sistemas innovadores de construcción en seco. Con ellos, ofrecemos al sector de la edificación soluciones ligeras y de altas prestaciones para todo tipo de aplicaciones, ya sea en fachadas, tabiques, techos

o suelos. Pero lo que realmente define a un producto Knauf son los beneficios que aporta. Hablamos de garantizar una eficiencia energética óptima, de crear un confort acústico excepcional, de ofrecer la máxima seguridad con protección frente al fuego o impactos, y todo ello, dando una total libertad de diseño a los arquitectos e interioristas.

¿Alguna innovación o novedad de producto en un horizonte próximo?

La innovación constante es un pilar fundamental para Knauf. En esa línea, el año pasado presentamos

una evolución significativa de nuestro producto de referencia: la nueva placa Standard de Knauf. El desarrollo de este producto parte de un análisis riguroso de las necesidades del mercado. Se realizó un estudio detallado con aproximadamente 500 profesionales de la instalación en la Península Ibérica, cuyas conclusiones indicaron una demanda clara por placas con mayor resistencia, un peso más reducido y una mayor facilidad de manipulación. La nueva placa Standard da respuesta directa a estas exigencias. Mediante una nueva tecnología



KNAUF



“La sostenibilidad se percibe más como un beneficio económico colateral, que como un objetivo principal”

de fabricación, se ha logrado un producto con bordes y esquinas reforzados, lo que minimiza las roturas durante su transporte y manipulación. Adicionalmente, su fórmula optimizada reduce su peso de forma notable, lo que se traduce en una mejora de la ergonomía para el instalador y en una optimización de los procesos en obra.

Este lanzamiento representa un avance importante en dos de nuestros ejes estratégicos: la innovación orientada al cliente y la sostenibilidad. La reducción de peso no solo aporta las ventajas mencionadas, sino que también contribuye a optimizar la logística y, consecuentemente, a reducir la huella de carbono asociada al transporte. Demuestra nuestro compromiso por desarrollar soluciones de alto rendimiento que sean, a su vez, más sostenibles.

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

La situación actual es la de un reto sin precedentes, pero también la de una gran oportunidad. Más del 80% de los edificios en nuestro país

posee una calificación energética igual o inferior a la letra E. Si consideramos que la nueva directiva europea nos exige alcanzar al menos la calificación D para 2033, la relevancia del problema al que nos enfrentamos es evidente.

Además, gran parte de nuestro parque inmobiliario fue construido bajo normativas que no contemplaban los estándares actuales, resultando en niveles de aislamiento térmico y acústico muy bajos o inexistentes. Por tanto, sí, queda una inmensa labor por delante. La rehabilitación ha dejado de ser una opción para convertirse en una necesidad del presente, fundamental para garantizar el confort y la eficiencia de nuestras viviendas.

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

Nuestro estudio, ‘Rehabilitación del parque de viviendas en España’, revela una realidad clara: el problema de la sostenibilidad está presente en los consumidores, pero no es el principal motor de decisión.

El factor económico prevalece. El 85% de los encuestados afirma que la principal motivación para reformar sería reducir el coste de sus facturas energéticas, mientras que un 40% alude a la reducción del impacto medioambiental.

Este dato, sumado al hecho de que un 85% desconoce la Directiva de Eficiencia Energética de la UE, sugiere que la sostenibilidad se percibe más como un beneficio económico colateral que como un objetivo principal. Existe, por tanto, un margen de mejora muy significativo para elevar el grado de concienciación sobre la importancia intrínseca de la sostenibilidad en la edificación

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

No solo es que haga falta un poco de pedagogía ante el cliente final, es que es fundamental realizarla. Y los datos de nuestro estudio son concluyentes al respecto. Nos encontramos ante una paradoja: mientras el 75% de los españoles identifica el coste como la principal barrera para rehabilitar, un 79% desconoce la existencia de

fondos públicos y ayudas destinadas precisamente a mitigar esa barrera económica.

Además, el 45% de los ciudadanos admite que falta información y un 44% considera el proceso demasiado complejo. Esto demuestra que es imperativo llevar a cabo una labor didáctica. No se trata solo de explicar las características técnicas de un buen aislamiento, sino de comunicar de forma clara y tangible los beneficios directos que conlleva en términos de ahorro económico, mejora de la salud y aumento del confort y del valor del inmueble, tal y como señalan los expertos que han colaborado en nuestro informe.

¿Cómo lo trabaja Knauf?

En Knauf abordamos este desafío asumiendo nuestra responsabilidad como actor principal en el sector. Por un lado, nuestra aportación más fundamental es a través del producto. Desarrollamos y fabricamos las soluciones constructivas, como los sistemas de placa de yeso laminado y construcción en seco, que permiten ejecutar estas rehabilitaciones energéticas de forma eficiente, garantizando el aislamiento y el confort que la nueva normativa y la sociedad demandan. Por otro lado, asumimos un rol activo en la generación y divulgación de conocimiento. El estudio que hemos estado comentando es el ejemplo más claro. A través de nuestro “Foro Construyendo Juntos”, no solo buscamos diagnosticar la situación e identificar las barreras, sino también poner esos datos a disposición de la sociedad y de los profesionales para impulsar la toma de conciencia y la acción.

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

El papel de la distribución es absolutamente crítico en el contexto actual y futuro. Desde nuestra perspectiva en Knauf,

no los consideramos un mero intermediario, sino un socio estratégico fundamental para afrontar los retos de la rehabilitación y la construcción sostenible.

¿Cree que está suficientemente preparada a nivel de conocimiento de producto?

El nivel de profesionalización de la distribución en España es notable. Sin embargo, el sector de la construcción evoluciona a tal velocidad, con nuevos sistemas y normativas, que la preparación no puede entenderse como un estado estático, sino como un compromiso de formación continua. El objetivo, que compartimos con nuestros socios distribuidores,

instancia, beneficia al cliente final con una mejor prescripción y aplicación de nuestras soluciones.

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

Es importante señalar que el sector de la edificación se encuentra en un momento de profunda transformación. La clave reside en afrontar los grandes desafíos —sostenibilidad, industrialización, escasez de mano de obra o normativas exigentes— no como obstáculos, sino como las verdaderas palancas de cambio que impulsarán la evolución del propio sector.

“El objetivo, que compartimos con nuestros socios distribuidores, es que cada punto de venta se consolide como un centro de asesoramiento técnico de alto nivel”

es que cada punto de venta se consolide como un centro de asesoramiento técnico de alto nivel, capaz de orientar al profesional sobre la solución constructiva más eficiente para cada proyecto. Conscientes de esta necesidad, en Knauf hemos asumido un papel proactivo en este proceso. Un ejemplo tangible es nuestra inversión en formación a través de las tres **Knauf Akademie** que tenemos en el país. El hecho de que más de 2.000 profesionales, muchos de ellos personal de nuestros distribuidores, se hayan formado con nosotros en los últimos tres años, demuestra un compromiso compartido por alcanzar esa excelencia. Este esfuerzo conjunto refuerza la confianza en toda la cadena de valor y, en última

Las exigencias en sostenibilidad, por ejemplo, son una oportunidad para construir edificios de mayor calidad y valor añadido. La necesidad de industrializar los procesos es la vía para lograr una mayor eficiencia, seguridad y productividad a través de sistemas más inteligentes. Cada nuevo reto normativo es una invitación a la innovación. Se presenta, en definitiva, una oportunidad histórica para la profesionalización del sector y para demostrar a la sociedad el valor esencial que la construcción aporta. El compromiso de Knauf es el de actuar como un socio en este viaje, colaborando con cada profesional para transformar estos retos en un éxito compartido.

La delegación de Catalunya, Baleares y Canarias de Grupo Greco Gres se reúne en el showroom de Molins de Rei

El pasado 18 de febrero de 2026, la delegación de Catalunya, Baleares y Canarias de Grupo Greco Gres celebró una reunión comercial con todo su equipo en el showroom de la compañía en la localidad barcelonesa de Molins de Rei. Este encuentro reunió a los diferentes miembros del equipo comercial de la zona con el objetivo de analizar la evolución del mercado, reforzar la coordinación interna y compartir las líneas estratégicas que marcarán la actividad comercial durante los próximos meses.

Durante la jornada se abordaron distintos aspectos clave para el desarrollo de la actividad comercial del grupo. Uno de los puntos centrales de la reunión fue la revisión de **las novedades presentadas** recientemente en la convención anual de la compañía, donde se dieron a conocer nuevos productos y colecciones diseñadas para responder a las tendencias actuales del mercado cerámico, tanto en el ámbito residencial como en el de proyectos.

El equipo tuvo la oportunidad de conocer en detalle las características técnicas, estéticas y las posibles aplicaciones de estas nuevas propuestas, así como los argumentos comerciales necesarios para trasladar al mercado el valor añadido de cada una de ellas. Asimismo, la reunión sirvió para poner en común diferentes estrategias comerciales orientadas a fortalecer la presencia de las marcas del grupo en los distintos mercados de la delegación. Se trataron aspectos relacionados con la optimización de los procesos de venta, la identificación de nuevas oportunidades de negocio y el refuerzo de la relación con distribuidores, profesionales del sector y clientes finales.

El encuentro también permitió compartir experiencias y buenas prácticas entre los distintos miembros del equipo, fomentando un espacio de diálogo y colaboración que resulta fundamental para afrontar los retos actuales del mercado con una visión conjunta.

Este tipo de encuentros presenciales permiten reforzar la cohesión del equipo, alinear objetivos y continuar avanzando en el desarrollo de una estrategia comercial sólida, orientada a ofrecer soluciones cerámicas de calidad adaptadas a las necesidades de cada proyecto.



▲ Equipo al completo de las delegaciones de Greco Gres de Catalunya, Baleares y Canarias, con el equipo de dirección, administrativo y de logística de Molins de Rei.



▲ Aspecto espectacular del showroom del Grupo Greco Gres en Molins de Rei (Barcelona).



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



65
SINCE 1961

KAPATAZ

**Tools for
professionals**

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

BigMat

LA TIENDA PROFESIONAL DE LA CONSTRUCCIÓN

LAS TIENDAS DE LOS
PROFESIONALES DE LA
**REFORMA Y LA
CONSTRUCCIÓN**

Más
por
ti

www.bigmat.es | info@bigmat.es

Síguenos en:



@BigMat_Iberia



BigMat Iberia



@BigMatIberia



@BigMatIberia



BIGMAT IBERIA

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



Financiado por:



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



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

www.emccat.cat

  **@emccat.grup**



matdecō
GRUP

MUCHO MÁS QUE UN GRUPO DE COMPRAS

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

JUNTOS SOMOS
MÁS FUERTES

**Amargant**

almacenes
femenías

MATERIALS
GISBERT

JÒDUL


Oliveras
MATERIALS PER A LA CONSTRUCCIÓ


SERVICIOS
PALAU

solomat
soluciones y servicios de construcción

CONSTRUCENTER
SUMCO
BRICOMARKET

NUEVO

URSA XPS SATE PLUS

Porque MÁS siempre es MÁS

Acabados perfectos
que perduran en el tiempo



Aislamiento especialmente diseñado para cubrir y proteger la totalidad de la fachada



Solidez y durabilidad

Gran resistencia al impacto y resistencia el paso del tiempo durante decenas de años y sin mantenimiento.



Impermeabilidad

Nula absorción de agua.



Excelente acabado

Fácil y rápida instalación que evita la aparición de aguas y reflejos.



La solución MÁS sostenible

Hasta el 100% de materia prima reciclada, 100% de aprovechamiento con 0 residuos en la fabricación y 100% reciclable.



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

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

Frontek

VENTILATED FACADES



+34 925 50 00 54
contacto@grecogres.com

