



BdB Sagristà celebra su 100 aniversario con la inauguración de un nuevo showroom

Francesc, 33 años y Eduard, 30, son los encargados de mantener el espíritu y la esencia de este negocio familiar, pero con la responsabilidad de proyectarlo al futuro.

Página 42

L'informatiu

www.almacenesconstruccion.com

AÑO 2024
SEPTIEMBRE • Núm. 133

LA REVISTA DE LOS ALMACENES
DE LA CONSTRUCCIÓN

Queràmic lanza el método QueEasy, un sistema nuevo y disruptivo que revoluciona la venta de baños



Página 36

JOSEP M^a TEY

Director General de
Catalonia Ceramic



“Necesariamente, el sector tendrá que pasar por un proceso de concentración o reducción de actores”

Página 48

Tector

MORTEROS TÉCNICOS Y SOLUCIONES QUÍMICAS.

INFINITAS POSIBILIDADES.



holcim.es



 **HOLCIM**

NUEVA GAMA PULSA

CLAVADORAS A GAS MULTIMATERIAL

NEVER STOP
BUILDING

AHORA
MÁS LIGERA
Y COMPACTA



PULSA 27E

PULSA IF

PULSA 40P+

PULSA 27P

PULSA 65



MÁS LIGERA Y COMPACTA

Ergonómico y más manejable en espacios más estrechos o posiciones complicadas



RÁPIDA Y AHORRO

Hasta 8 veces más rápido que el anclaje tradicional



ALTA AUTONOMÍA

Hasta 10.000 disparos por carga



SALUD Y SEGURIDAD

Todo son beneficios, trabaja casi sin polvo y menos vibraciones

Descarga la APP y compara



i-PULSA

Aplicación comparativa de costes de taladro VS clavadora

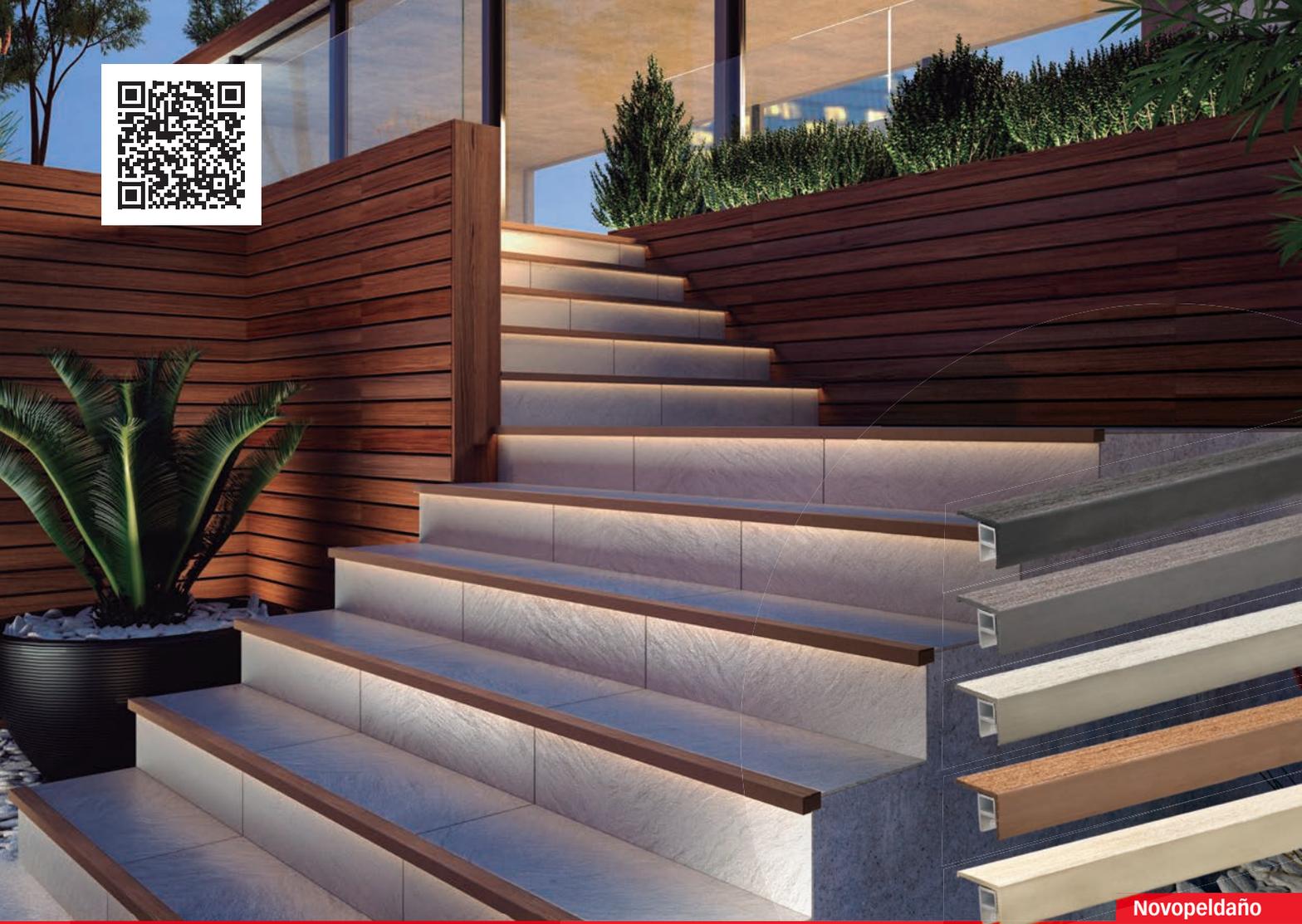




PLACA DE YESO NATURAL

Construyendo Bienestar

Cno. de los Olagares, s/n · 45350 Noblejas (Toledo)
Tel. 925 788 480 · interplac@interplac.es



Perfil para el remate con luz de peldaños

Novopeldaño

ASTRA® Stella



EL ASTRA® QUE MÁS BRILLA

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

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

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

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

Novopeldaño ASTRA® Stella, el ASTRA que más brilla.



AIDIMME
INSTITUTO TECNOLÓGICO



SOCIO CORPORATIVO
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

UNICO
CUBREMUROS Y VIERTEAGUAS



Innovador



Único



Resistente



Rápido



¿Quieres ser
distribuidor
oficial IMER?



Consúltanos

+34 937 728 787

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

 **IMER**[®]
PREFABRICADOS

www.imerprefabricados.es

La combinación PERFECTA



ADHESIVO
GEL



MULTI-
PRESTACIONES



FIBRORREFORZADO

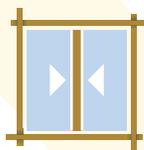
G+100 + **G+color**
by GECOL



JUNTA
GEL



ULTRA-RÁPIDO
(3 horas)



HASTA 8mm



► Piscinas

► Climatización radiante

► Tráfico intenso

► Fachadas

► Piedra natural

► Gran formato

Todo es posible



www.gecol.com
info@gecol.com

@GECOLoficial



CUIDAMOS LOS DETALLES



**EXTREMOS BISELADOS.
RECORTAMOS SUS FIBRAS
PARA MEJORAR SU PEINADO.**



**NUEVA VERSIÓN
RODILLOS**

CUBRI
XL

- MÁXIMA CUBRICIÓN
- MENOR SALPICADO



¿Quieres verlo?





TU PARTNER TECNOLÓGICO

30 AÑOS DIGITALIZANDO EL SECTOR DE
ALMACENISTAS CON LAS MEJORES
HERRAMIENTAS



www.lsisoluciones.com
info@lsisoluciones.com

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



AGENTE DIGITALIZADOR



PARTNER TECNOLÓGICO

andimac<

ES BUENO Y NECESARIO IMPLICARSE EN LOS FOROS DE DEBATE



RAMÓN CAPDEVILA

Director de L'informatiu

El pasado 10 de octubre nuestra publicación *L'informatiu* celebró su **10ª Jornada L'informatiu** con la asistencia de unas 200 personas, entre almacenes y proveedores, que se dieron cita en el Hotel SB BCN EVENTS en la localidad barcelonesa de Castelldefels, para analizar y debatir la situación en la que se encuentra el sector de la distribución de materiales de construcción en nuestro país, y buscar entre todos nuevas ideas y soluciones para el futuro.

La *Jornada L'informatiu*, que este año llegaba a su décima edición, se ha convertido, junto con el **Congreso Nacional de ANDIMAC**, que este año se celebrará durante los días 29 y 30 de octubre en la ciudad de Valencia, en los dos únicos foros de debate y reflexión que se organizan en España centrados exclusivamente en los almacenes de materiales de construcción. La idea que mueve la organización de ambas propuestas es alertar de las amenazas que tiene planteadas el sector en estos momentos y cómo hacerles frente, en un sector cada vez más complicado con la irrupción de las grandes superficies.

Como ya alertaba en otros artículos de opinión, aunque el sector se encuentra ahora en un momento bastante dulce, estamos ante una situación preocupante en cuanto al crecimiento de nuestros negocios y a los márgenes de beneficio en que nos movemos. Y aquí el futuro se nos revela, cuando menos, preocupante.

Como muy bien analiza **Josep Mª Tey**, director general de **Catalonia Ceramic** en este pequeño extracto que destacamos de la entrevista que publicamos en este mismo número de la revista: “a mi entender, los tres segmentos de empresas/almacenes (grandes, medianas y pequeñas) tienen su razón de ser y tienen cabida en el mercado, aunque también creo que en este momento hay demasiadas empresas en cada uno de estos tres segmentos y, necesariamente, el sector tendrá que pasar por un proceso de concentración o reducción de actores”.

Si me permiten, toda esta introducción previa es para animarlos a que participen y se impliquen en los diferentes foros que organizamos en el sector para debatir todos sus problemas y sus problemáticas. Nuestro sector es y será cada vez más un sector en constantes cambios y movimientos de toda índole.

Si me preguntan si en estos foros podrán encontrar soluciones aplicables directamente a la situación y a los problemas de los almacenes, les diré que no. Pero también les diré que el análisis de la información recibida y, sobre todo, el compartir conocimiento y experiencias con todos los asistentes (proveedores, colegas del mismo grupo de compras, también de otros grupos, de diferentes zonas geográficas, etc.) les puede ayudar a ver aspectos o posibles estrategias que quizá no habían reparado en ellas y que de golpe les puede venir a la cabeza. Y si no es así, en cualquier caso, siempre es interesante el conocimiento.

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. 133, Septiembre 2024 • Depósito legal: 29179-94

BdB suma 55 nuevos puntos de venta y se sitúa en 320 asociados



La Central de Compras y Servicios BdB ha incorporado 55 nuevos almacenes entre España y Portugal durante el primer semestre de este año, y consolida su crecimiento con un total 320 Asociados. Entre las acciones clave llevadas a cabo por la Central para incrementar la competitividad de los Asociados, destacan las **Compras Conjuntas** promovidas con la cartera de Proveedores Homologados y las **Promociones de Compra del Centro Logístico BdB**, que alcanzan un total de 225 desde enero de este año.

Entre los eventos más importantes promovidos por BdB durante el 2024, destacan **el BdB Meeting**, el **encuentro nacional anual** más importante del Grupo que congrega a Asociados, el equipo de la Central y Proveedores Ho-

mologados, y **las ferias virtuales** con promociones exclusivas y talleres formativos online como la **BdB Cybersemana** y **Alianweek**, esta última organizada por la Central de Centrales Aliangroup.

Como novedad, este año se celebraron en abril la **Súper Semana BdB**, la mayor campaña publicitaria hasta la fecha organizada por el Grupo BdB a nivel nacional con promociones y regalos dirigidos a los profesionales de la construcción a través de una **campana de radio y de redes sociales**, y también el evento **Cerámica en Vivo**, un encuentro formativo presencial exclusivo para Asociados centrado en la cerámica, y que se celebró el pasado mes de junio, y que gracias a su gran acogida se celebrará próximamente una segunda edición.

▲ Asociados de BdB que participaron en el evento Cerámica en Vivo, un encuentro formativo centrado en el mundo de la cerámica.

Más de 180 proveedores participarán en la BdB Cybersemana

Más de 180 proveedores homologados participarán del 21 al 28 de octubre en la **edición de otoño de la BdB Cybersemana**. Este evento, organizado por la Central de Compras y Servicios BdB para sus Asociados e íntegramente en formato de feria virtual, prevé alcanzar un 15% más de volumen de compras que la pasada edición de otoño de 2023, donde se obtuvieron 2,5 millones de euros en compras.

Su objetivo es beneficiar la competitividad de los Asociados BdB con precios de compra mejorados a lo largo de 8 días, mediante promociones y talleres y formaciones exclusivos. La **BdB Cybersemana se celebra dos veces al año**, en otoño y primavera, con promociones y talleres formativos con un enfoque teórico-práctico. Para los responsables de la Central, su formato online favorece la participación de los Asociados BdB, ya que les permite no interrumpir su actividad diaria y funcionamiento habitual, además de evitar desplazamientos y permitir una mayor comodidad.

TU ALIADO EN COMPETITIVIDAD



GANAR EN TUS COMPRAS

Con beneficio directo en tu cuenta de resultados.

GANAR CLIENTES Y VENTAS

Con herramientas a tu disposición para vender más.

GANAR EN APOYO EN LA GESTIÓN

Con prestaciones de una gran empresa.



*Tu tienda especialista
en construcción* —

APUESTA SEGURA

ÚNETE A GRUPO BdB, CENTRAL DE COMPRAS Y SERVICIOS

T. 96 160 98 12 · www.grupobdb.com

Las marcas exclusivas de GAMMA lanzan sus novedades en su tarifa 2024/2025

La tarifa de **TERRADECOR** ya se ha convertido en todo un referente entre los asociados de Gamma al tratarse de una marca que los asociados disponen de forma exclusiva y que se encuentra muy afianzada en el grupo. En esta edición 2024/2025, la marca presenta 12 novedades de pavimentos y revestimientos de diferentes tipos: pavimentos rústicos, hidráulicos y revestimientos decorativos, entre otros. Además, todos ellos se mueven en una amplia gama de precios que los hacen más asequibles y adaptables a los diferentes perfiles de comprador.

También, con una clara orientación a mejorar el día a día del asociado, en esta tarifa se ha presentado la información con 3 índices distintos. De esta forma, se puede encontrar rápidamente la cerámica deseada por orden de paginación, por orden alfabético o por formato.

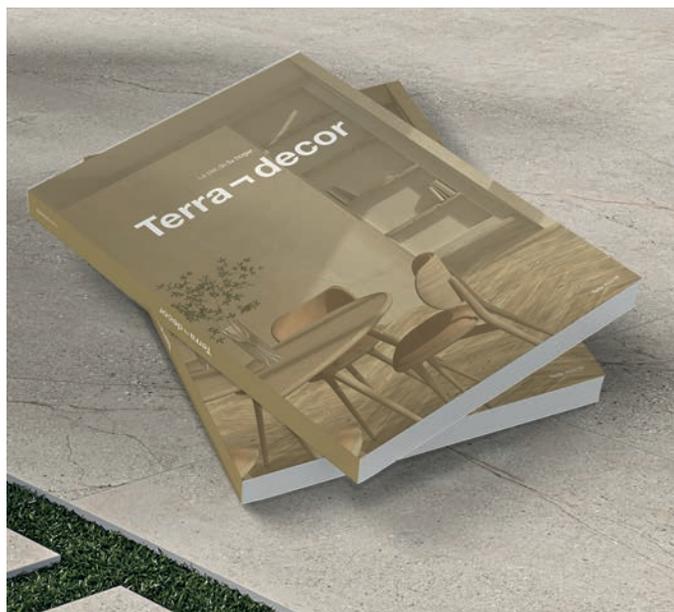
Asimismo, **los pavimentos y revestimientos de Terradecor** también están disponibles en el programa que Baho ofrece en su web www.baho.es y que permite realizar proyectos en 3D tanto para el cliente profesional como para el particular. Una herramienta que pueden usar de forma totalmente gratuita y que está **al alcance de interioristas, decoradores y clientes particulares**; todos pueden usar este programa que destaca por ser una herramienta fácil e intuitiva que permite visualizar cualquier proyecto antes de realizarlo con todas las referencias de Baho y Terradecor.

Por su parte, con novedades de producto, más información técnica y un diseño más práctico, la **nueva tarifa de BAHO**, la marca de baños exclusiva de GAMMA, llega un año más como una de las mejores herramientas de venta para el asociado.

Con más de 2.000 referencias de productos en baño, Baho es una de las marcas más completa del mercado, y para los asociados de GAMMA una oportunidad para mejorar la competitividad de su punto de venta.

En esta edición se han incluido nuevos pictogramas por capítulos para agilizar la búsqueda entre los destacados y también se han añadido dibujos técnicos. En resumen, nuevas mejoras que aportan un plus cualitativo a un documento **que es un gran aliado para los asociados que ven como la Central no cesa en su empeño** de seguir mejorando la calidad de su día a día.

Esta tarifa, en la que se pueden encontrar todas las categorías de producto necesarias para una renovación completa del baño, estará vigente durante todo un año y los asociados la tendrán a su disposición tanto en formato impreso como en digital a través de la extranet de la compañía.

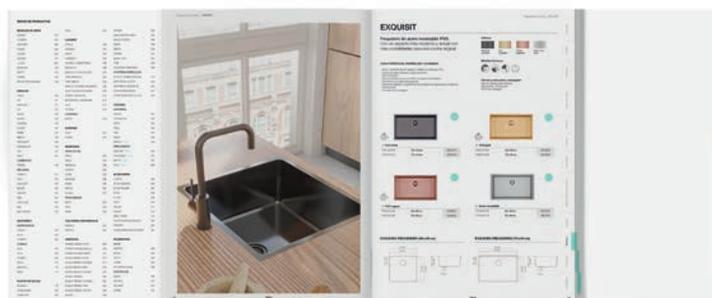


▲ TERRADECOR presenta 12 novedades en su nueva tarifa 2024/2025



▲ BAHO se presenta con más de 2.000 referencias

▼ Detalle del diseño del interior de las nuevas tarifas de BAHO.



Sistemas para cubierta plana e inclinada



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

Sistemas de cubierta microventilada con fijación en seco

ChovA

Parte de **BMI**



Impermeabilización y aislamiento

Sistema POLITABER®

Peatonal privado



BMI

GAMMA GROUP Y EADA BUSINESS SCHOOL amplían su acuerdo de formación

La formación y la ampliación de conocimientos han estado siempre presentes en el ADN de GAMMA durante sus 35 años de historia. Un aspecto que se ha llevado a cabo en diferentes ámbitos y formatos y que ha tomado más relevancia con los planes de carrera para formar a los diferentes directores de departamento de la compañía.

Ahora, GAMMA ha decidido ir un por más allá y extender esta formación a sus almacenes asociados.

En un primer momento, se ha realizado con una pequeña muestra de asociados que han podido **realizar una formación en esta reconocida escuela de negocios** en la que han se han tratado temas tan vitales para ellos como finanzas y contabilidad, rentabilidad, balances... y todo tipo de información económica que es de gran utilidad para la gestión de un negocio.



▲ Gracias a la gran acogida de esta primera formación, **GAMMA prevé ampliarlo** a más asociados próximamente y poder aumentar así la propuesta de valor que aporta a sus almacenes asociados.

GAMMA lanza el nuevo sistema GAMMA ANALYTICS

Después de la ampliación del servicio de conexión webservice integra360, la Central lanza un nuevo servicio dentro de su vertiente tecnológica que ofrece un conjunto de **datos muy valiosos para los almacenes asociados**: GAMMA ANALYTICS.

Se trata de un nuevo servicio de datos mediante el cual GAMMA proporciona una plataforma para recoger

y visualizar datos de todos sus asociados y le permite proporcionar datos estadísticos que ofrecen una radiografía su propio negocio. Este nuevo servicio tiene como objetivo sacar el máximo partido a los datos de los que se dispone como grupo, para beneficiar a cada uno de los asociados a título individual.

GAMMA Y GRUPO CNA cierran un acuerdo para distribuir sus marcas

Con este acuerdo, todos los almacenes asociados a GAMMA podrán distribuir electrodomésticos de las **marcas CATA, NODOR y APELSON**. Gracias a este acuerdo, las tiendas del grupo podrán comprar los electrodomésticos a unas condiciones preferenciales y, gracias a esta alianza, el grupo CNA podrá incrementar su presencia en el sector de los materiales de construcción. Por tanto, se trata de un pacto beneficioso para

todas las partes, que ponen grandes expectativas en el crecimiento futuro.

El GRUPO CNA es una empresa fundada en el 1947 en la localidad de Torelló, (Barcelona). Después de casi 80 años, el grupo cuenta en la actualidad con 2.900 empleados y 250.000 m² de superficie de fabricación, con plantas en Torelló y en China, y dos en fase de montaje en Turquía y Portugal.

/ somos tu caja de herramientas

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

/ ventajas en las compras

/ entregas semanales

/ mix de publicidad único

/ servicio de retail personalizado

/ marca propia exclusiva

/ surtido siempre en stock



Escanea y descubre
todas las herramientas
en gammagroup.es

GAMMA
GROUP

El Grupo BigMat consolida su crecimiento en todas sus enseñas

Durante el primer semestre de este año, el **Grupo BigMat** ha incorporado un total de 92 nuevos almacenes asociados a través de las cinco enseñas con las que opera en el sector de la distribución de materiales de construcción en España y Portugal (BigMat, La Plataforma, Mas Obra, Divendi y Casa y Baño).

Concretamente, y en lo que respecta a la **enseña BigMat**, se han adherido seis nuevos almacenes en España y uno en Portugal. Se trata de **Pivita**, con dos puntos de venta en Palma y Ses Cadenes (Mallorca); **Pretensados Ribera**, también con dos puntos de venta en Pont de Suert y Vielha (Lleida); **Hermanos Escobedo García**, en Arcos de Jalón (Soria); **Alcofer Logística**, en Lerma (Burgos); **Almacenes y Transportes J. Miche, SL**, en Gibraltor (Huelva) y **Tecmaco La Vall**, con dos puntos de venta en La Vall d'Uixó (Castellón). En Portugal, el nuevo asociado es **Quitério & Quitério, Lda.** en la localidad de Alpiarça, en la región del Alentejo portugués.

Con estas siete incorporaciones, **BigMat cuenta en estos momentos con 261 distribuidores asociados que representan un total de 372 puntos de venta entre España, Portugal y Andorra.**

Por su parte, el **Grupo Mas Obra** ha incorporado 11 nuevos almacenes asociados, repartidos en las Comunidades Autónomas de Extremadura, Andalucía, Castilla-La Mancha, Madrid y Canarias, con un total de 12 puntos de venta. Con estas incorporaciones, el Grupo **ya dispone de 82 socios con más de 106 puntos de venta con presencia en todo el territorio nacional.**

Casa y Baño, la central de compras gallega adquirida por el Grupo BigMat en septiembre de 2023, ha incorporado a 2 nuevos asociados y **ya cuenta con más de 120 puntos de venta entre España y Portugal.**

Finalmente, **el Grupo Divendi**, una central de compras adquirida con la idea de ser un grupo diferente a los ya existentes en el sector de la construcción, sigue con su crecimiento sostenido y ha incorporado a 73 nuevos almacenes asociados entre España y Portugal, lo que supone una implantación de **casi 600 almacenes asociados entre los dos países.**

El Grupo BigMat Iberia cuenta en la actualidad con una red de más de 900 empresas vinculadas, que representan más de 1.000 puntos de venta entre propios y adheridos, agrupando una oferta conjunta de más de 1,3 millones de metros cuadrados de superficie total de almacenaje y atención al profesional. Durante el primer semestre de este año, el Grupo BigMat ha incorporado un total de 92 nuevos almacenes asociados a través de las cinco enseñas con las que opera en el sector de la distribución de materiales de construcción.



El Grupo BigMat Iberia cuenta en la actualidad con una red de más de 900 empresas vinculadas, que representan más de 1.000 puntos de venta entre propios y adheridos

BigMat inaugura su nuevo centro logístico en Canarias

A principios del pasado mes de julio, el Grupo BigMat inauguró su nuevo centro logístico en Santa Cruz de Tenerife, que ya es el quinto del Grupo en todo el territorio nacional. **Con una superficie total de almacenamiento de 3.000 m²**, el nuevo centro logístico permitirá ampliar el número de referencias disponibles a 8.000, entre las directas e indirectas, y los socios podrán disponer, también, de una amplia oferta en todas las familias de producto: construcción, fontanería, herramientas, electricidad, ferretería, jardín, azulejos y baño. La inversión, cercana al millón de euros para la entrada en servicio de esta nueva infraestructura, posibilitará dar cobertura logística a todas las enseñas del Grupo BigMat en Canarias.



Con esta operación, el grupo BigMat **continúa con su proceso de expansión por el archipiélago canario, que supone** una plaza de gran importancia estratégica, y de ahí su decidida apuesta por facilitar el suministro a todos los asociados de la provincia de Tenerife y consolidar la ampliación de su catálogo de producto. El Grupo también tiene previsto, para finales del mes de octubre, **la inauguración de un segundo centro logístico en Las Palmas de Gran Canaria**, con una oferta y dimensiones similares a este centro de Santa Cruz de Tenerife. Estos dos puntos logísticos facilitarán el incremento del número de frecuencias para todos los socios, lo cual es una clara ventaja para los puntos de venta BigMat, y también para el resto de los puntos de venta de las otras enseñas del Grupo.

ceys

**MON
TACK**

**AGARRE
TOTAL**

**TURBO
X3**

PEGA **0** SEG

SECA **3** MIN

RESISTE
15 MIN

¡NUEVO!

**TECNOLOGÍA
EXCLUSIVA**

**DOUBLE
GRIP
POLYMER**

EL
MÁS **TURBO**

Éxito rotundo en la 2ª edición del encuentro VIP celebrado por EMCCAT Grup, con asociados y empleados



Más de 200 asistentes se reunieron en la 2ª edición del encuentro VIP de EMCCAT Grup celebrado entre los asociados y sus empleados el pasado 15 de junio en el idílico entorno de la finca “El Maset”, propiedad de Bodegas Torres, en la conocida comarca del Penedés, en la provincia de Barcelona.

Un evento que no solo fue una celebración **para conmemorar el próximo 15º aniversario del grupo**, sino que también fue una oportunidad para seguir fortaleciendo los lazos ya existentes de familiaridad y unión entre EMCCAT Grup y sus asociados y empleados.

Fuentes de EMCCAT Grup han explicado que la organización de este evento se centra en la técnica Team Building con el objetivo de cultivar el espíritu de equipo, colaboración y compromiso entre aquellos que forman parte y dan vida al grupo de compras. Este esfuerzo se realiza principalmente para **destacar y premiar la labor diaria que desempeñan los empleados de cada centro**, teniendo como objetivos alcanzar una notable mejora en las relaciones interprofesionales, fomentar el sentimiento de pertenencia al grupo, también el orgullo de marca y, al mismo tiempo, impulsar la motivación, la productividad y el compromiso dentro del mismo.

Antes de iniciar el recorrido y dar paso a una experiencia tan enriquecedora como llena de matices era imprescindible sumergirse en la apasionante historia de la familia Torres. Conocer un poco su legado, su arraigada

pasión por la cultura del vino, así como su constante apuesta por la innovación. Una vez introducidos en materia y tras haber conocido los detalles más importantes de la bodega familiar, los asociados y empleados de **EMCCAT Grup iniciaron un recorrido por los viñedos que rodean la finca**, hasta llegar a una de sus bodegas más reconocidas enmarcada en un entorno natural, que destaca por su impecable presencia y por una exquisita creación que fusiona lo moderno y tradicional. Seguidamente, disfrutaron de un exquisito maridaje de vinos y quesos.

Para finalizar, EMCCAT Grup llevó a sus invitados hasta “Mas Rabell” una masía catalana del siglo XIV en pleno corazón del Penedés, en un espacio rústico y mágico, y que resultó ideal para destacar que, en realidad, el grupo de compras está construido por todos y cada uno de los miembros de cada almacén, **haciendo énfasis en la importancia de colaborar unidos para lograr un beneficio** que siga impulsando al grupo de compras y que nos permita seguir obteniendo un beneficio colectivo, en palabras de Ferrán Nájjar, director del Grupo.

“Los 80 Principales”, considerado uno de los mejores tributos a los 80’, puso el colofón final con un viaje musical que repasó algunas de las mejores canciones de la década, sorprendiendo a todos los presentes con un concierto privado.



Socios y empleados en diferentes momentos durante la 2ª edición del encuentro VIP de EMCCAT Grup celebrado en la finca “El Maset”, propiedad de Bodegas Torres



Dolors Claret Arimany, nueva presidenta de EMCCAT Grup

El Consejo de Administración de EMCCAT Grup celebrado a finales del pasado mes junio tomó la decisión, por unanimidad, de nombrar a **Dolors Claret Arimany, nueva presidenta del Grupo**, relevando a Teresa Prats Martorell que deja el cargo por jubilación.

Dolors Claret cuenta con una amplia trayectoria profesional dentro del sector y al frente del almacén familiar EMCCAT Casa Arimany, un almacén con más de 70 años de historia, ubicado en la localidad de Sant Vicenç de Castellet, en la provincia de Barcelona.



◀ Dolors Claret, a la derecha de la imagen, y Ferran Nájjar, presidenta y director de EMCCAT Grup, respectivamente, hicieron entrega a Teresa Prats Martorell de una placa conmemorativa, en agradecimiento a su dedicación, fidelidad y compromiso con el Grupo.

Éxito en la Jornada de Compras y



La Central de Compras TPA celebró el pasado mes de septiembre su séptima Jornada de Compras y Convención anual en la ciudad de Burgos. El evento, llevado a cabo en el impresionante Fórum Evolución, reunió a más de 130 profesionales del sector del aislamiento y se consolidó como la feria de referencia en el sector.

Durante la jornada, los 30 proveedores que expusieron sus productos y sistemas interactuaron activamente con los distribuidores de TPA, generando nuevas oportunidades de negocio, presentando innovaciones y ofreciendo promociones exclusivas. **Esta estrecha colaboración fortaleció las relaciones comerciales** y promovió el crecimiento conjunto en el sector.

La presencia de proveedores internacionales aportó un valor añadido al evento, ya que pudieron presentar sus productos a nuestra red de distribución sin barreras lingüísticas, gracias al apoyo brindado por TPA. Esto abrió las puertas a nuevas alianzas y expandió el horizonte de posibilidades para todos los participantes.

Para incentivar la participación de los distribuidores en todos los stands, se realizaron sorteos con atractivos premios y, en este contexto, hay que felicitar a **Escayolas Villar (Leida)**, **CIR62 (Madrid)** y **Sula Planet (Ibiza)** que fueron los afortunados ganadores. Además de las actividades comerciales, se organizaron también visitas culturales para fortalecer la relación y los lazos entre los asistentes. Así, se visitó la Catedral de Burgos, su encantador casco his-

▲ Impresionante aspecto de los asistentes a la Jornada de Compras y Convención TPA-Burgos 2024

Convención TPA-Burgos 2024

GALERIA Jornada TPA



tórico y el fascinante yacimiento de Atapuerca, lo cual complementó la experiencia y promovió un ambiente de colaboración fuera del entorno laboral.

En la Convención Anual de TPA, celebrada al día siguiente de la feria, la **Central debatió estrategias y aspectos clave de su actividad diaria**. El alto nivel de participación y el compromiso demostrado por los distribuidores presentes en la Convención subrayan la fortaleza y la capacidad de crecimiento de TPA.

Con la mirada puesta en el futuro, TPA ya ha comenzado a trabajar en la **Jornada de Compras y Convención TPA 2025**, con el firme propósito de superar los logros alcanzados en Burgos y continuar impulsando el éxito de todos sus asociados.



GALERIA Jornada TPA



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

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



BASE

Una misma base
permite cualquier
tipo de colocación

CORONA

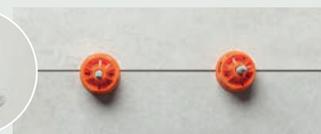
Permite la colocación
manual sin ningún
tipo de herramienta



Colocación a
cuatro piezas



Colocación a
rompe juntas



Colocación a
junta lineal



PIEZAS 3-30mm

JUNTA: 1, 2 y 3mm

1924

SAGRISTÀ SHOWROOM

HORARI
SHOWROOM

De dilluns a divendres
de 09.00 a 13.00 h.
de 14.30 a 18.30 h.





“Creemos que el futuro va hacia nuevas líneas de negocio, y por eso hemos abierto el nuevo *showroom* y potenciaremos la ferretería”

Francesc Verdura y Eduard Verdura

Francesc (a la izquierda de la imagen) y Eduard Verdura (derecha) representan la cuarta generación al frente de Materials Sagristà. Hace ahora 100 años, a principios del siglo XX, su bisabuelo Vicenç Sagristà dejó la ciudad de Barcelona para ir a trabajar a Sant Celoni como encargado de la cementera La Campinense...y aquí empezó la historia.

Francesc, 33 años y Eduard, 30, son los encargados de mantener el espíritu y la esencia de este negocio familiar, pero con la responsabilidad de proyectarlo al futuro con un nuevo posicionamiento y nuevas estrategias de negocio. Francesc, estudió economía y un máster de mercados financieros en la UPF y, por su parte, Eduard estudió International Business and Marketing en ESCI y máster en gestión inmobiliaria.

Estaba escrito que continuaríais el camino empezado hace 100 años...

Seguramente sí. De hecho, desde pequeños hemos crecido en contacto con el negocio, trabajando los veranos y pasando por todos los departamentos y secciones para conocer bien el día a día del negocio. Una vez finalizamos nuestros estudios universitarios y después de una experiencia laboral en el sector bancario, decidimos implicarnos en el negocio familiar, ya que descubrimos que realmente es lo que nos ilusionaba y apasionaba.

Una de nuestras principales motivaciones, aparte de dar continuidad a la empresa familiar, es dar una vuelta a la situación -nosotros entramos en el 2014- mejorando el punto de venta y seguir dando el buen trato y agilidad que caracteriza a BdB Sagristà.

Hace 10 años la situación era todavía un poco complicada.

Sí, entramos en una época complicada donde el sector aún seguía un poco resentido. Tenemos claro que nos encontramos en un sector cíclico y dinámico, y debemos saber leer muy bien las diferentes situaciones y surfear la ola lo mejor posible.

Intentamos tener una plantilla ajustada pero muy válida y experimentada. Y con los clientes, nos enfocamos al profesional buscando una relación a largo plazo con una vinculación máxima, convirtiéndonos con su *partner* de confianza en todos sus proyectos.

¿Cree que el tipo de negocio de un almacén ha cambiado mucho en los últimos años?

Durante estos últimos 10 años, el sector de la distribución de materiales de construcción ha evolucionado considerablemente. Para nosotros, la reforma ha sido un pilar fundamental y en los últimos años ha ganado peso la obra nueva, donde entramos en acción en todas las fases del proyecto, desde los cimientos hasta los acabados.

Ahora, el mercado se ha vuelto más agresivo y se trabaja con márgenes más apretados. Ante esta situación, creemos que la solución se encuentra en enfocarnos en el constructor y promotor profesional, quien valora mucho el servicio y trato diferencial que podemos ofrecerle los almacenes tradicionales como nosotros, por delante de las grandes superficies. De todas formas, no cerramos las puertas al cliente particular, el cual sigue suponiendo una parte importante de nuestro negocio, sobre todo en el *showroom*.

Uno de los factores más diferenciales han sido los movimientos de los grupos de compras y las grandes multinacionales dentro del sector. Estos, a pesar de tener un impacto relativo en nuestro negocio debido a nuestra ubicación, no les podemos perder de vista.

¿Hacia dónde cree que nos lleva el futuro?

Creemos que el futuro va hacia nuevas líneas de negocio, y por eso hemos abierto el nuevo *showroom* y potenciaremos la ferretería gracias al acuerdo con Cadena88. Nos gustaría que este futuro fuera hacia la profesionalización en todas sus fases, ya que la construcción es un pilar para el país, pero creemos que no está bien vista por este motivo.

También, vemos que por una parte, con los proveedores/fabricantes tratamos con empresas multinacionales muy profesionalizadas y bien gestionadas pero, por otra parte, con los clientes todavía falta mucha profesionalización. Por la parte que nos toca, en el sector de la distribución de materiales de construcción también tenemos mucho que mejorar. Por eso creemos, que quienes no lo hagan, no sobrevivirán en este entorno cada vez más competitivo.

De cara al futuro, creemos que los productos con instalación incluida pueden ser una buena solución (mamparas de baño, cocinas...) y debido a la intermediación del internet, nos obligará a ofrecer un servicio de entrega muy eficiente. Por su parte, la digitalización tendrá un papel muy importante en el futuro, y lo vemos como un importante canal para captar nuevos clientes y generar valor de marca.

¿El nuevo showroom forma parte de esta estrategia?

Sin duda al 100%. Queremos que sea el pilar de nuestro negocio en el futuro, y por eso hemos decidido hacer esta apuesta tan importante. El nuevo *showroom* es diferente y muy especial, ya que hemos mantenido la estructura y esencia de la antigua fábrica. Al entrar, se respira una gran sensación de amplitud y podrás escoger entre una amplia gama de productos.

La joya de la corona es la ceramoteca final, una amplia mesa técnica donde poder sentarte y configurar tu *moodboard* con el apoyo de nuestros especialistas. Nosotros, detectamos la necesidad de que en nuestra zona faltaba un showroom pensado para el profesional (arquitectos, interioristas...) donde pueden encontrar todos los productos y asesoramiento que necesitan para su proyecto. En este sentido, hemos realizado un trabajo exhaustivo seleccionando los mejores productos y proveedores para diferenciarnos y cubrir todas las necesidades de nuestros clientes.

También hemos hecho una sala de reuniones, pensada para que nuestros clientes puedan reunirse y acabar de definir su proyecto, algo que no existía y creemos que nos puede diferenciar.

Texto: Ramon Capdevila

Fotos: BdB Sagristà

Una respuesta para cada reto de construcción.

Ofrecemos soluciones integrales para la construcción que incluyen sistemas de colocación cerámica, revestimientos de fachada y SATE, morteros especiales y resinas para distintas aplicaciones: protección, reparación, anclaje y refuerzo, impermeabilización, aislamiento, alicatado y pavimentación.



[www.molins.es/
construction-solutions](http://www.molins.es/construction-solutions)



BigMat Carlos Rivas renueva sus instalaciones



El distribuidor de materiales de construcción BigMat Carlos Rivas ha reformado totalmente las instalaciones que tiene en la localidad de La Adrada, en la provincia de Ávila, y de esta manera se posiciona como **el distribuidor de referencia en todo el Valle del Tiétar**.

BigMat Carlos Rivas ha conseguido, con esta reforma, ampliar la zona destinada a ferretería y libre servicio en 500 m², y también ampliar la zona destinada a exposición de azulejos, baños, grifería y productos estacionales en un total de 350 m². Además, el distribuidor ha ampliado su oferta de producto con la incorporación de la nueva gama de puertas de la marca BigMat.

Carlos Rivas e Hijos SL, **es un negocio familiar ubicado en la zona de La Adrada (Ávila) desde hace más de 50 años**, dirigido en la actualidad por los hermanos José Carlos y M^a Teresa Rivas Peinado, socios de la empresa, operando como Administrador de la misma José Carlos Rivas.

El almacén dispone de unas instalaciones ubicadas en una parcela con una superficie total de 3.500 m², y dispone de una zona cubierta

de 800 m². Con esta remodelación y gracias a las nuevas áreas de negocio que le ofrece el grupo BigMat, **el distribuidor se posiciona con una oferta de producto muy interesante** tanto para la reforma, como también para el bricolaje y la jardinería.



▲ De izqda. a dcha.: María Teresa Rivas, propietaria de BigMat Carlos Rivas; Pilar Martínez, alcaldesa de La Adrada; José Carlos Rivas, propietario de BigMat Carlos Rivas; y David López, teniente de alcalde del Ayuntamiento de La Adrada.

y consolida su crecimiento en el Valle del Tiétar



Diferentes detalles de la remodelación de la zona destinada a exposición



Clientes y amigos no se perdieron la inauguración de las nuevas instalaciones



BigMat Babío inaugura el nuevo punto

BigMat Viñas, distribuidor de materiales de construcción con sede en la localidad de Sarria, en la provincia de Lugo, inauguró el pasado viernes 13 de septiembre su nuevo punto de venta en Santiago de Compostela con la enseña comercial de BigMat Babío.



Esta operación se enmarca dentro de la compra por parte del Grupo BigMat del 100% de la central de compras gallega propiedad de Jesús Babío, Casa y Baño, realizada el mes de septiembre del año pasado y que conllevó que tres de las tiendas de la distribuidora Casa y Baño fueran adquiridas por dos socios del grupo BigMat; BigMat Viñas se hizo con la gestión de los puntos de venta de Santiago de Compostela y Pontevedra, mientras que la tercera, situada en la ciudad de A Coruña, fue comprada por la distribuidora BM Crea Galicia.

Las instalaciones de Santiago de Compostela se encuentran en el polígono de Boisaca, y cuentan con una superficie total de 2.500 m² repartidos en dos plantas. En la planta inferior se encuentra la zona de libre servicio de 700 m²

con una amplia oferta de material de construcción, fontanería, puertas y ventanas y electricidad, con una gama de producto muy seleccionada y estudiada para cualquier proyecto de reforma y rehabilitación. Esta zona se complementa con una exposición adyacente de 400 m² con diferentes ambientes de salas de baño, que dan el acceso directo a la planta superior donde ya se encuentra la exposición en un espacio diáfano de 1.000 m², con una cuidada selección de cerámica, artículos para el baño, laminados de madera, y una gama muy completa de cocinas. La exposición es elegante y conceptual, y los diferentes ambientes que se presentan ofrecen una visión tanto del producto como también del espacio a diseñar.

▲ Nuevo punto de venta de BigMat Babío en Santiago de Compostela.

de venta en Santiago de Compostela

► Foto de familia del Consejo de Administración del Grupo BigMat.



Una clara apuesta por los negocios de proximidad

Pedro Viñas destacó que esta apertura supone la continuación de un proyecto que empezó en el centro de BigMat Viñas, en Sarria, con una superficie de unos 7.000 m², y que culminará en los próximos meses con la reinauguración de su tercer punto de venta en Pontevedra, con 700 m² de superficie dedicados exclusivamente a exposición de cerámica y artículos para el baño.

En su discurso a los asistentes a la inauguración, Pedro Viñas destacó que para el Grupo BigMat **esta operación es muy importante, ya que pone en valor y es una apuesta clara por los negocios de proximidad y familiares**, frente a otros modelos de empresas multinacionales, con un contacto mucho más lejano con la sociedad en general, y con el cliente en particular. También, para BigMat Viñas esta inauguración supone coger el relevo de un negocio consolidado, para seguir dando continuidad a una empresa manteniendo sus valores y su compromiso con la sociedad gallega. Y es aquí donde BigMat Babío -destacó Pedro Viñas- quiere convertirse como el nuevo referente de los diseños de espacios con tendencia que despierten la creatividad, dando forma y personalizando cualquier proyecto de interiorismo y reforma en el hogar. Por su parte, **Jesús Prieto, consejero del Grupo BigMat, destacó** la apuesta que siguen haciendo los socios de la central para seguir creciendo y que ha convertido a BigMat en una de los grupos líderes en la distribución de materiales de construcción en España. También, **el nuevo director general del Grupo, Jorge Vega, se dirigió a los asistentes para alabar** el trabajo de los socios de BigMat señalando que no son emprendedores, sino aventureros, y que se juegan sus recursos, su dinero y sus emociones contribuyendo a que BigMat siga creciendo y, desde luego, siempre contarán con el apoyo de la Central en el desarrollo de estas aventuras.



▲ Pedro Viñas, presidente del Grupo BigMat en el discurso inaugural dirigido a los asistentes.



▲ Jesús María Prieto, consejero del Grupo BigMat.



▲ El nuevo director general del Grupo BigMat, Jorge Vega.

GALERIA BigMat Babío





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.

GALERIA BigMat Babío



NUEVA GAMA DE
CUBOS DE CAUCHO

CARGA
CON
TODO



BELLOTA

www.bellota.com

Queràmic lanza el método QueEasy, un sistema nuevo y disruptivo que revoluciona la venta de baños

Se trata de la primera tienda del sector que realiza un proyecto de este tipo, incorporando actuaciones para la preservación del medio ambiente.



Queràmic, empresa líder en España en la distribución y venta de productos para el baño, revestimiento y suelo cerámico, ha lanzado un método nuevo y disruptivo que revolucionará la venta de baños, **el método QueEasy**. Bajo las premisas de facilidad, rapidez, economía y sostenibilidad, este método permite al cliente comprar un baño completo a precio cerrado y sin sorpresas.

Esta innovadora propuesta, inspirada en el carrito de la compra online, permite que el cliente que acude a **la tienda Queràmic, en la calle Indústria, 35 de Barcelona, encargue un baño completo prediseñado, eligiendo entre más de 25 diseños** o ambientes diferentes (incluye la cerámica, sanitarios, lavabos, mueble de baño, espejo, plato de ducha, mam-

para y accesorios), en tan sólo tres pasos y sin depender de nadie. «El particular o los profesionales del sector que hagan uso del método QueEasy obtendrán un importante ahorro de tiempo y costes», asegura **Josep Zaragoza, fundador y propietario de Queràmic i Grupo Cerygres**, ya que «el método, pionero en el sector del baño en España, ofrece una nueva fórmula para comprar un baño completo en un abrir y cerrar de ojos, es como comprarse una camisa, pero son baños, sólo tienes que saber qué te gusta, qué talla necesitas y cuánto quieres gastarte». Zaragoza destaca que «el cliente puede renovar el aseo a un precio muy competitivo, a partir de 999 € y un baño completo a partir de 1.995 €».

▲ Tienda exclusiva Queràmic en la calle Indústria, 35 de Barcelona.

Para facilitar el proceso, QueEasy consta de tres pasos:

La selección de la talla, según el tamaño del baño. En el suelo de la tienda están representados gráficamente los 3 tamaños a escala real para decidir cuál es la talla que más se ajusta a su baño, clasificados como aseo (S), baños medios (M) los más habituales o baños grandes (L) dependiendo de las medidas de su baño.

Elección del modelo. El método contiene 25 propuestas ya prediseñadas. El cliente elige la que más le gusta y se ajusta a sus necesidades.

Precio. Una vez conoce la talla que corresponde a la dimensión del baño, determina cuál es su precio. Todos los carritos muestran el precio final cerrado, que incluye absolutamente todos los productos que lo componen. Se puede cambiar por motivos técnicos o por mejoras estéticas o funcionales algunos elementos que los asesores de Queràmic le ayudarán a decidir. El cliente sabe al instante el precio cerrado, incluyendo impuestos y transporte a Barcelona y su área metropolitana.

Para facilitar la decisión de la compra, QueEasy incorpora **un visor 360° para observar en 3D la propuesta escogida**. Para acceder al visor, el cliente sólo debe escanear un QR que genera la misma aplicación. Esta opción se puede realizar tantas veces como sea necesario y compartirla, hasta que el cliente esté satisfecho y convencido de la elección que ha hecho para su nuevo baño. Este nuevo método de venta está disponible en la tienda Queràmic de Barcelona, un espacio de 600 m² distribuidos en dos plantas que ha sido totalmente reformado.



Sobre Grupo Cerygres

El Grupo Cerygres es una compañía familiar catalana fundada en Molins de Rei (Barcelona) en 1984, con 40 años de experiencia en el sector de la cerámica y del baño. Centra su actividad en la distribución y comercialización de productos para el baño y revestimientos y suelos cerámicos, y en los últimos 10 años ha potenciado sus **marcas propias bajo el paraguas de Queràmic** en el segmento del baño. Su objetivo es consolidar su marca propia a medio plazo.

La sede central se encuentra en la localidad de Molins de Rei y cuenta con unas instalaciones de 4.300 m² entre oficinas, almacén y exposición de venta, además de 1.800 m² de almacén logístico de soporte en Onda (Castellón de la Plana). Dispone, además, de una tienda exclusiva Queràmic inaugurada en 2001, situada en el número 35 de la calle Indústria, en el barrio del Eixample de Barcelona, que ha sido reformada recientemente habiendo conseguido por primera vez el sello CO2_NULO.

Queràmic ha invertido cerca de un millón de euros en el nuevo proyecto y en la reforma de su establecimiento en el barrio del Eixample de Barcelona, que ha sido distinguido con el sello CO2_NULO



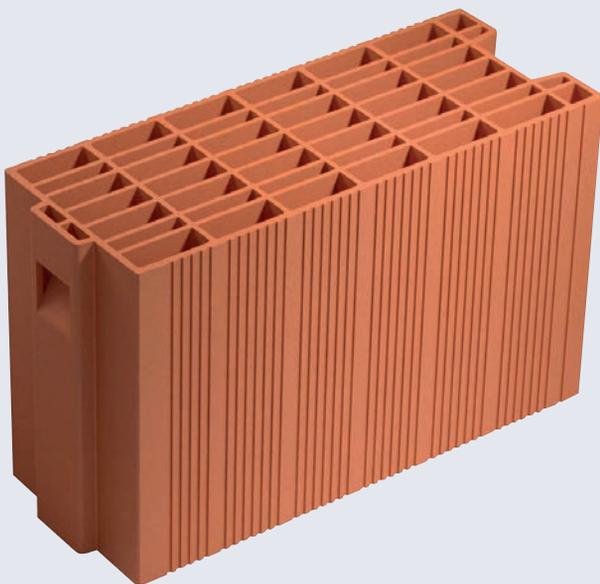
▲ Interior de la tienda Queràmic con detalles de la propuesta de 25 carritos diferentes con diseños de baños completos para adaptarse a todos los gustos y necesidades.

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 Ribera organiza una feria de proveedores para celebrar la inauguración en Vielha



▲ Punto de venta de BigMat Pretensados Ribera en Vielha (Lleida).

BigMat Ribera, que se ha incorporado recientemente al Grupo BigMat, organizó el pasado sábado 28 de septiembre una feria de proveedores para celebrar la remodelación de su punto de venta en Vielha y consolidar su posición de liderazgo en la capital del Vall d'Aran (Lleida).

El punto de venta **ha sido objeto de una profunda remodelación** que abarca cerca de 3.000 m², incluyendo más de 1.500 m² dedicados a ferretería y libre servicio, y otros 1.400 m² destinados a la exposición de productos de cerámica, baño, cocinas y decoración. Con esta reforma, BigMat Ribera moderniza sus instalaciones a la vez que amplía su oferta de productos y servicios, adaptándose a las necesidades de sus clientes.

Durante la jornada del sábado, **más de 500 personas asistieron a la feria de proveedores**, donde se presentaron las últimas novedades en productos y servicios. Este evento refuerza la estrategia de BigMat Ribera para seguir creciendo y ofrecer a sus clientes una experiencia renovada, acorde a las demandas del mercado actual.

Una historia de innovación y crecimiento

BigMat Ribera inició su andadura en 1959 como una fábrica de prefabricados de hormigón. **En los años 90, la empresa evolucionó hacia el sector de materiales de construcción, añadiendo servicios de libre servicio y exposición de baños y cerámica.** A lo largo de las décadas, ha incorporado nuevas líneas de negocio, como electrodomésticos y cocinas, en sus puntos de venta de Vielha y El Pont de Suert.

Actualmente, el negocio está gestionado por los hermanos **Albert Ribera Lameiro y Elisabeth Matilde Ribera Lameiro**, quienes continúan con la tradición familiar de ofrecer productos y servicios de alta calidad, apostando por la innovación y el crecimiento continuo.



▲ Aspecto general de los asistentes a la Feria de Proveedores.

gronpes®
group



ESTANKA
HIGH PERFORMANCE DOORS



años
gronpes®
distribución

BdB Sagristà celebra su 100 aniversario

▼ Instalaciones de BdB Sagristà en la localidad barcelonesa de Sant Celoni, con el edificio donde se ubica el nuevo showroom. Al lado el espacio destinado a libre servicio.



BdB Sagristà, almacén de materiales de construcción perteneciente a Grupo BdB desde el año 2008 y que abrió sus puertas en 1924, **celebró el pasado 20 de septiembre su 100 aniversario** para inaugurar, al mismo tiempo, su nuevo *showroom* especializado en cocinas, cerámica y baño en las instalaciones que el distribuidor tiene ubicadas en la localidad barcelonesa de Sant Celoni.

Así, BdB Sagristà se posiciona como uno de los almacenes más antiguos y relevantes de la zona, con una **superficie de más de 5.000 m²** repartidos entre oficinas, exposición, ferretería, campa y una amplia superficie para su flota de vehículos. El almacén cuenta con un equipo humano de 8 personas y una facturación consolidada de 2 millones de euros. Al acto de inauguración asistieron clientes, proveedores, amigos y familiares, y otros asociados del Grupo y parte del equipo de la Central de BdB.



▲ En el centro, Montse Sagristà y Josep M^a Verdura, con sus hijos Francesc (derecha) y Eduard, que ya representan la cuarta generación al frente del almacén.

con la inauguración de un nuevo showroom



▲ Montse Sagristà y Josep Mª Verdura con toda la familia.



▲ A la izquierda, Xavier Illa (BdB Illa); Carles Porras (BdB Materialium); Jordi Pedragosa (BdB Illa); y a la derecha de la imagen Daniel Barberà (Grupo BdB)

100 años de historia

A principios del siglo XX, Vicenç Sagristà deja la ciudad de Barcelona para ir a trabajar a Sant Celoni como encargado de la cementera La Campinense. Esta empresa cierra y en 1924, **Vicenç Sagristà se queda con las instalaciones para iniciar su proyecto** de venta de cementos y áridos. Después, su hijo, Josep Sagristà, sigue su negocio con una faceta más de fabricante de vigas de hormigón, tubos y mosaicos hidráulicos. Posteriormente, **sus hijos Montse y Josep Mª Sagristà, junto a Josep Mª Verdura, se centran en la distribución de materiales de construcción** e introducen camiones grúa propios para dar un mejor servicio. También, abren la primera exposición de cerámica y baños y en el año 2008 entran a formar parte del Grupo BdB.

Y hasta ahora con **Francesc y Eduard que ya representan la cuarta generación** al frente del almacén, con la clara idea de la modernización del negocio a través del nuevo showroom y del nuevo espacio de ferretería y libre servicio.

Diferentes ambientes del nuevo showroom, donde se ha mantenido la estructura y esencia del edificio de la antigua fábrica.



También es noticia...

ALIANGROUP SE CITA EN CERSAIE

El equipo de las dos centrales que integran ALIANGROUP, **Grupo BdB y GAMMA**, compartieron impresiones en una de las ferias más importantes del sector, CERSAIE, celebrada el pasado mes de septiembre en la localidad italiana de Bolonia. Hace ahora casi tres años, en noviembre de 2021, se presentaba en sociedad ALIANGROUP, una alianza entre dos de las principales centrales de compra de nuestro país, GAMMA y Grupo BdB. Este acuerdo estratégico se materializó con la creación de la sociedad mercantil ALIANGROUP S.L. participada al 50% por ambos grupos, y que se definía como una alianza abierta a otras centrales del sector con el mismo espíritu colaborador y de cooperación, y que puedan aportar sinergias de las que los asociados de las Centrales puedan beneficiarse. También, definían como el principal objetivo de este movimiento estratégico el mejorar la competitividad de los asociados de ambas centrales al unir sus volúmenes de compras y la capacidad de negociación que ello conlleva. En palabras de los dos máximos responsables de ALIANGROUP, **Fran Fernández y José Durá**, “nuestra filosofía se basa en colaborar en todo aquello en lo que somos muy parecidos y mantener como líneas rojas aquellos factores de competitividad que diferencian a cada grupo”.



▲ En la imagen, de izquierda a derecha: Carles Fernández, adjunto a dirección de GAMMA; Ricard Planas, director de compras de GAMMA; Violeta Pons, responsable del departamento de compras de cerámica y baño de BdB; Fran Fernández, gerente de GAMMA; Ricard Valverde, responsable de compras de GAMMA; José Durá, director general de BdB y María José Valero, subdirectora general de BdB.



calidad | experiencia

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

GRUP GRUMAT

Agrupació Catalana de Materials de Construcció S.L.

Tot beneficiis!



L'experiència de
GRUMAT

100% al teu servei

Sense quotes

Les millor marques

Les millors
condicions

Afrofita els avantatges de formar part de GRUP GRUMAT.

Contacta amb nosaltres!

✉ info@grumat.cat

☎ 611 566 440

www.grumat.cat

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

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



JUNTOS SOMOS MÁS FUERTES.



USB CHARGING

CT-eLIFTER

Ventosa automática a batería

Apta para superficies rugosas

Empuñadura

Manómetro

Base de goma

Lengüeta de desanclaje

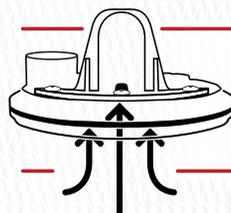
Conector de carga de la batería



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

TOMECHANIC
HISPANIA S.A.



CATALON
CERAMIC

EXPO VENDA



HORARI
de DILLUNS a DIVENDRES
MATI 9:30h - 13:30h
TARDA 15:00h - 19:00h
DISSABTES de 9:30h - 13:30h

“Lo que más me ha sorprendido es la tremenda atomización del sector”

Josep M^a Tey

Director General de Catalonia Ceramic

Nacido Barcelona y profundamente enamorado de su ciudad, aunque reconoce, no sin cierta preocupación, que hoy vivir en ella se está convirtiendo en un privilegio.

Tey es un apasionado de la montaña, del mar, y sobre todo de los deportes al aire libre que son “mi pequeña válvula de escape y que me ayudan a cargar pilas”. Le gusta vivir y disfrutar intensamente todas las facetas de su vida y es un firme defensor de la búsqueda de la excelencia profesional, pero uniendo siempre la buena gestión con los valores y la ética como único camino para alcanzar la excelencia.

Ingeniero Industrial de formación y PDD por el IESE, Josep María cuenta con más de 20 años de experiencia en la dirección de empresas del sector de la distribución.

Siempre vinculado al sector de la distribución...

Mi carrera profesional, al margen de algunas experiencias laborales en el extranjero en los últimos años de la carrera, la inicié en el sector de la consultoría en PwC Consulting. Fue una etapa profesional magnífica, que me dio la oportunidad de trabajar en diversos sectores y en diversos países y me ayudó a desarrollarme profesionalmente. Y fue ya en esta época donde, por azar, me empecé a especializar en distribución y, desde entonces hasta la fecha, mi carrera siempre ha estado vinculada a empresas distribuidoras.

Tras esta primera etapa me incorporé a la dirección de Idealflo, distribuidora de plantas, árboles y flores artificiales y objetos de decoración. Posteriormente, al grupo Mat Holding donde estuve como director de operaciones de la división Mat Water y como director general de Regaber, distribuidora en el sector del regadío y la gestión del agua en la agricultura.

Finalmente, a inicios del 2023 me incorporé como CEO en CATALONIA CERAMIC; de nuevo una empresa

de distribución, aunque en un sector muy diferente a los anteriores.

Cómo ha sido su “aterrizaje” en el sector de los materiales de construcción.

Puedo decir que ha sido un aterrizaje muy plácido, y sin duda gracias al magnífico equipo profesional que tiene Catalonia Ceramic. Todo cambio de proyecto empresarial siempre implica un período de adaptación y exige un esfuerzo por ambas partes: el que llega y el que recibe. En mi caso, he llegado a un nuevo sector, pero de la mano de una empresa que lleva muchos años en él y en la que tenemos profesionales con muchos años de experiencia y en los que me he podido apoyar y lo sigo haciendo.

Como experto en distribución ¿qué es lo que más la ha sorprendido de nuestro sector?

Es evidente que todas las empresas de distribución, sea cual sea el sector, comparten una serie de máxi-

mas como puede ser el hecho de ser empresas bisagra entre clientes y fabricantes, o la necesidad de aportar valor más allá del producto, pero también, y al mismo tiempo, existen una serie de factores que cambian radicalmente entre empresas distribuidoras de diferentes sectores; sin duda el producto es el más evidente, aunque a mi entender existen otros factores como la atomización/concentración de la competencia, o la fuerza relativa del distribuidor frente a proveedores y clientes.

En el caso concreto de las empresas distribuidoras de materiales de construcción, lo que más me ha sorprendido es la tremenda atomización del sector. No hace mucho leí un artículo, que creo que fue precisamente en su revista L'Informatiu, donde se cifraba en torno a 3.500 el número de almacenes distribuidores de

inversión, y con una oferta de valor muy diferente a las anteriores. Y, entre ambos, tenemos empresas que ya cuentan con un cierto volumen importante, más ágiles y flexibles, y también con una mayor capacidad de ofrecer servicios de valor añadido y mayor poder de negociación e inversión, pero a la vez con estructuras de costes más pesadas que no les permiten la agresividad en precios de las grandes superficies.

A mi entender, los tres segmentos de empresas tienen su razón de ser y tienen cabida en el mercado, aunque también creo que en este momento hay demasiadas empresas en cada uno de estos tres segmentos y, necesariamente, el sector tendrá que pasar por un proceso de concentración o reducción de actores.

Así mismo, es fundamental que las empresas, enten-



Necesariamente, el sector tendrá que pasar por un proceso de concentración o reducción de actores”

materiales de construcción en España. Ese dato, lejos de ser solo una anécdota, provoca que, en el mismo sector, en el mismo momento y en la mayoría de ocasiones, surtiéndose de los mismos proveedores y atendiendo a los mismos clientes, nos encontremos con muchas empresas de dimensiones a veces muy dispares y con virtudes/defectos también muy dispares, compitiendo entre ellas.

En algunos casos, además, esta gran dispersión multiplica el efecto de los “líderes locales”, pero llevándolo a extremos donde el líder local puede ser una empresa de dimensión muy pequeña, y en un ámbito geográfico de liderazgo en muchos casos muy reducido.

¿Cómo analiza el sector de la distribución de materiales de Construcción en España en estos momentos?

Por un lado tenemos la gran atomización de empresas comentada anteriormente, con empresas relativamente pequeñas, con una cierta flexibilidad y con una clara vocación de servicio al cliente, pero en muchas ocasiones con poco potencial de negociación de compras por volumen, con recursos financieros limitados tanto para inversiones como para asumir determinados proyectos con clientes grandes, y con poca previsión y planificación a medio y largo plazo, incluso en lo referente a la propia continuidad de la empresa, relevo generacional, etc.

Al mismo tiempo, pero en el extremo opuesto, tenemos la irrupción cada vez con más fuerza de las grandes superficies, con un gran potencial de negociación y de

diendo las virtudes y limitaciones de su dimensión, tengan claro el segmento de clientes al que pueden aportar mayor valor y centren su estrategia en dicho segmento; ello ayudará a mejorar la rentabilidad y evitará ciertos desajustes que en muchos casos se dan en la relación entre fabricante-distribuidor-cliente.

¿Que cree que debería de cambiar?

El sector necesita de forma urgente ponerse al día en el uso de la tecnología y principalmente en la integración de datos entre los diferentes actores, pero sobre todo entre fabricantes y distribuidores.

Es evidente que las empresas constructoras necesitan bajar los costes de construcción que, unido a la gran cantidad de competidores en la distribución, provoca una altísima presión en los márgenes de las empresas distribuidoras. Por tanto, la eficiencia en costes que es siempre una necesidad imperiosa en la distribución, lo es aún más en nuestro sector y, en muy buena medida, pasa por reducir el coste de todos aquellos procesos sin valor añadido. Muchos de estos procesos se pueden ubicar en las relaciones fabricante-distribuidor, donde el uso de la tecnología es fundamental para optimizarlos. De hecho, tenemos ejemplos de otros sectores de distribución, como la gran distribución alimentaria, que hace ya décadas supieron entender que el punto de la integración entre fabricante y distribuidor era un punto crucial para poder ser eficientes en costes y supieron desarrollar herramientas conjuntas que hoy son claro ejemplo de *best practice* sectorial.

Igualmente, debemos tener en cuenta la implicación



que están teniendo los fabricantes en la prescripción, sobre todo los de materiales de acabados de obra, llegando incluso a pactar el precio final de productos directamente con las promotoras y constructoras, con lo que esto supone de cambio de modelo que está llevando a cambiar el sector. Todo apunta a que la relación con los fabricantes por parte de los distribuidores debe ser de mayor colaboración y apoyo, asumiendo y entendiendo el valor que cada uno puede aportar y dando por seguro que la colaboración y trabajo conjunto es la única vía de éxito.

¿Preséntenos a Catalonia Cerámic?

Catalonia Ceramic es una distribuidora de materiales de construcción que forma parte de un grupo empresarial de propiedad familiar en el que se integran también una fábrica de cerámica, Rosa Gres, y una fábrica de material de agarre, Fixcer. Ello nos confiere un elemento diferenciador con nuestros competidores y nos permite entender perfectamente la necesidad de trabajar codo con codo con todos los fabricantes que distribuimos.

Es, en este contexto, que el principal objetivo de Catalonia Ceramic es conseguir siempre la máxima satisfacción de los clientes, identificando cuáles son sus necesidades y ofreciendo, más allá de los mejores productos, todos aquellos servicios que realmente aporten valor a los clientes.

Y con una experiencia de 40 años...

Sí, y todo ello lo hacemos apoyándonos en cuatro valores principales: la trayectoria de estos casi 40 años, que nos permite conocer las necesidades del sector y poner a disposición de los clientes un equipo humano

con el conocimiento técnico necesario para asesorarles en cualquier circunstancia; la innovación, aportando siempre las últimas novedades y tendencias del sector a nuestros clientes, tanto a nivel de productos como de procesos; la sostenibilidad, entendiendo que el mundo será sostenible o no será y que desde nuestra posición debemos apoyar a los proveedores que trabajan por la sostenibilidad, reforzarla con nuestros procesos internos y ayudar a los clientes en este sentido; y la ética empresarial, tanto en las relaciones con proveedores y clientes, como con los competidores y, por descontado, con nuestro equipo.

En el contexto actual del sector, cómo se posiciona estratégicamente Catalonia Cerámica.

Nuestra estrategia está directamente relacionada con los cuatro valores mencionados anteriormente y, en este sentido, la empresa está estructurada en diferentes líneas de negocio que comparten una base operativa común que nos permite maximizar las sinergias y, al mismo tiempo, se diferencian entre ellas según el nicho de mercado al que se dirigen.

Por un lado, tenemos la línea comercial de obras, que se centra en el segmento de promotoras y constructoras, con un equipo comercial exclusivamente centrado en este mercado. También, en paralelo tenemos la línea de negocio de proyectos contract, a través de nuestra marca INNOVA, con un equipo de interioristas que dan asesoramiento a despachos de arquitectura e interiorismo en sus proyectos de construcción y, por último, la línea retail, con cinco showrooms y almacenes abiertos tanto a particulares como a interioristas, decoradores, reformistas, instaladores y profesionales del sector, con

un equipo de vendedores con amplia experiencia que pueden asesorarles hasta el nivel de detalle que necesitan. En cada una de las líneas, el perfil de nuestro equipo de profesionales es diferente para adecuarlo a las necesidades concretas de cada tipología de cliente.

Y todo empezó con la cerámica...

Efectivamente. Aunque sí que es cierto que Catalonia Ceramic empezó en el mundo de la construcción a través de la cerámica, hoy en día suministramos todos los productos que se pueden necesitar a lo largo de cualquier construcción o reforma, empezando por los materiales constructivos de base, pasando por productos de ferretería e instalación, y llegando al material de acabado como cerámica, madera, piedra, sanitarios, grifería, mobiliario, baños, cocinas, etc. Como posicionamiento de gama, nos situamos en la gama media y alta, y seleccionamos muy cuidadosamente los fabricantes que queremos distribuir que, ya sean nacionales o internacionales, siempre tienen que ser de máxima calidad.

En la inauguración el pasado mes de abril del Kitchen Showroom del punto de venta de Sabadell, en su discurso comentó que el Grupo Catalonia se adapta a las nuevas formas de vida de la sociedad. ¿A qué se refería?

Debemos entender que las necesidades de las familias cambian y nosotros tenemos la obligación de ayudar a nuestros clientes a plasmar estos cambios en sus obras. Dicho comentario lo hice en el marco de la presentación del nuevo Kitchen Showroom que hemos abierto en nuestro centro de Sabadell, puesto que seguramente las cocinas y la concepción que hoy tenemos de ellas es lo que más ha cambiado en los últimos años. Antes las cocinas eran un espacio cerrado, que se quería tener muy aislado del resto de la casa y donde no se hacía vida más allá de cocinar. Además, las dimensiones de las viviendas permitían tener un espacio separado para las cocinas.

Hoy en día las viviendas tienden a ser más pequeñas y las cocinas tienden a integrarse en la vivienda, pero no solo por optimizar el espacio, sino también porque la cocina se convierte en muchos casos en punto de reunión y encuentro con la familia y amigos. De hecho, la tendencia, incluso en casas de grandes dimensiones, es tener la cocina abierta y poder compartir el espacio de forma desenfadada. Siendo esto así, nosotros debemos

poder ofrecer a nuestros clientes cocinas que permitan estos nuevos usos, pero también materiales para el resto de estancias como el comedor y el salón, que se integren perfectamente con la cocina al haberse convertido todo en un único espacio.

¿Este concepto es extrapolable a otros casos?

Sí, esto que vemos en las cocinas es extrapolable a otros casos. Antes, en las casas con jardín se diferenciaba mucho entre dentro y fuera, con pavimentos diferentes, cerramientos que compartimentaban, etc. Sin embargo, hoy la tendencia es unificar los espacios y desdibujar las fronteras entre unos y otros.

Igualmente podemos ver cambios de necesidades



Catalonia Ceramic forma parte de un grupo empresarial de propiedad familiar en el que se integran también Rosa Gres y Fixcer”

no solo en las viviendas particulares, sino también en hoteles, tanto en las zonas comunes como en las habitaciones, y en restaurantes, oficinas, hospitales, en locales comerciales, en residencias, etc.

Nuestra obligación es poder ofrecer soluciones y materiales que se adapten a estos cambios de usos y necesidades y, al mismo tiempo, asesorar a nuestros clientes en dichos cambios.

¿Nos puede adelantar alguna acción prevista próximamente del Grupo?

Tanto en Catalonia Ceramic como en el resto de empresas del grupo, Rosa Gres y Fixcer, estamos inmersos en múltiples proyectos de mejora.

Por lo que respecta a Catalonia Ceramic, en breve reformaremos el showroom de Barcelona y también nuestro espacio INNOVA para proyectos contract. También, en 2025 finalizaremos las reformas iniciadas en nuestro almacén central de Cerdanyola, donde incrementaremos nuestra capacidad y mejoraremos la operativa.

En otro orden de cosas, durante el próximo año lanzaremos una serie de novedades, tanto a nivel de productos propios, como de alianzas estratégicas, que aún no puedo desvelar pero que anunciaremos en breve.

Texto: Ramon Capdevila • Foto: CATALONIA CERAMIC

Construyamos juntos un futuro **SOSTENIBLE**



VIVIR CON CERO IMPACTO EN EL CAMBIO CLIMÁTICO

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

**TODO OK
CON MAPEI**

Conoce más en www.mapei.es



 **MAPEI**



“ El sector del mortero es uno de los más innovadores actualmente. Cada vez más, las empresas apuestan por la investigación y la mejora continua”

Holcim España es miembro del Grupo Holcim, **líder mundial en soluciones innovadoras y sostenibles para la construcción**. Formada por un equipo de más de 1.000 personas, cuenta con un operativo industrial de cinco fábricas de cemento, 24 plantas de hormigón, dos plantas de mortero que incluyen un **Centro Tecnológico de Innovación de morteros**, dos molineras de cemento, una planta dedicada a la construcción industrializada, una planta de gestión y tratamiento de residuos, cuatro terminales de carga, dos centros de distribución y tres laboratorios dedicados a la innovación e investigación.

Hablamos con su **Director de Morteros en España**, José Manuel Arnau, para profundizar en algunas de las últimas e importantes iniciativas que ha tomado la compañía en su ambiciosa estrategia de expansión del segmento de “Soluciones y Productos”.

¿Cuál es la apuesta de Holcim por el sector del mortero?

La apuesta del grupo Holcim por el mortero es firme, y forma parte de una estrategia global de expansión del segmento de Soluciones y Productos sostenibles y circulares y que vienen a mejorar nuestras ciudades.

En concreto, en España estamos apostando fuertemente por esta estrategia. Prueba de ello es nuestro nuevo centro de Innovación y Desarrollo de Morteros Técnicos, ubicado en Villasequilla, que permitirá trabajar en nuevas aplicaciones como la construcción industrializada y el crecimiento de nuestras soluciones sostenibles.

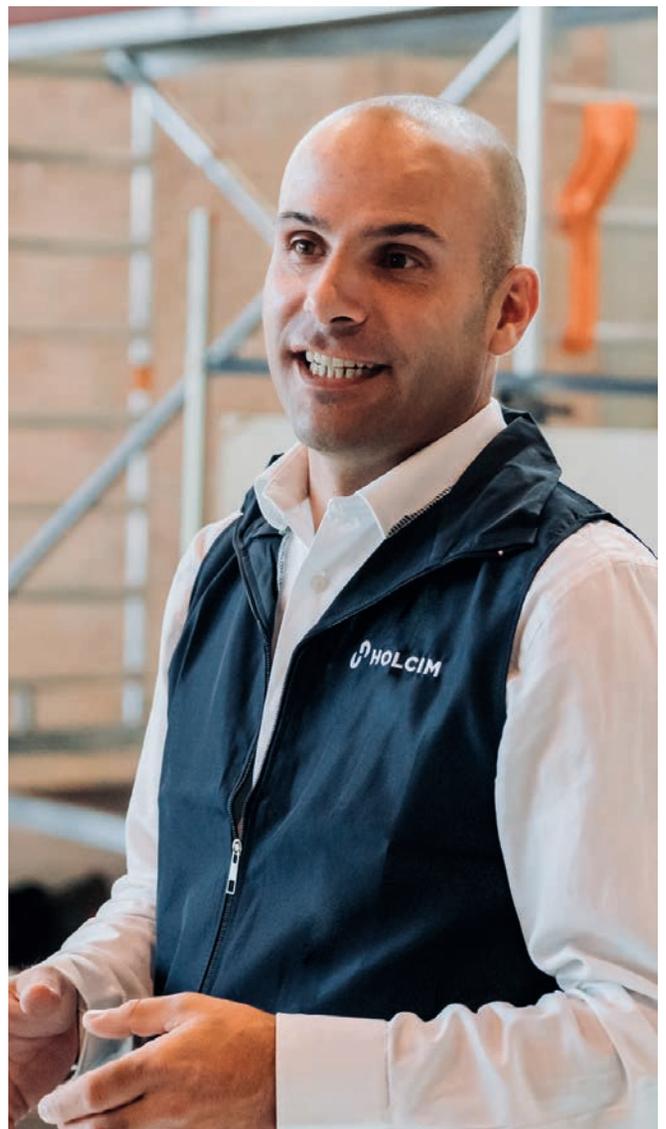
Holcim cuenta con una amplia gama de morteros dedicados a dar respuesta a las necesidades de sus clientes, ¿en qué basa su diferenciación?

La gama de morteros de Holcim España cuenta con más de 250 soluciones, agrupadas bajo nuestra marca global “Tector”.

Los principales ejes de diferenciación son la sostenibilidad y la innovación. Esto lo podemos ver en multitud de nuevas soluciones como nuestra familia TectorPrint, de morteros para impresión 3D, que nos permiten poner en práctica el “diseño inteligente”, es decir, reducir el uso de material sin comprometer el rendimiento y la resistencia.

¿Cómo valoras la evolución en materia de innovación en el sector del mortero?

Sin duda, el sector del mortero es uno de los más innovadores actualmente. Cada vez más, las empresas apuestan por la investigación y la mejora continua, con el objetivo de desarrollar nuevas soluciones respetuosas con el medioambiente, de materiales de altas prestaciones, rápidos, etc. Todo ello para dar solución a las tendencias globales del mercado.



▲ José Manuel Arnau
Director de mortero de Holcim España

VILLASEQUILLA: EL NUEVO CENTRO TECNOLÓGICO DE INNOVACIÓN DE MORTERO DE HOLCIM ESPAÑA



▲ Centro Tecnológico de Innovación de Mortero
Fábrica de Villasequilla (Toledo)

¿Cómo contribuye su Centro Tecnológico de Innovación de Mortero al desarrollo de nuevos productos y tecnologías para el sector de la construcción?

Nuestro centro tecnológico posee la tecnología más puntera para desarrollar las soluciones más innovadoras; pero, sobre todo, contamos con un equipo humano altamente cualificado que está totalmente dedicado a la innovación, con la finalidad de atender a la creciente demanda de morteros técnicos en el mercado nacional.

¿Cuáles son las tendencias más prometedoras para un producto esencial en la construcción como el mortero?

Observamos una tendencia a una mayor tecnificación de los productos en todas las gamas. En general, estamos trabajando en lanzar soluciones más sostenibles y que mejoran el confort en su uso y manejo.

La industrialización o sistemas constructivos más complejos, permiten este desarrollo de morteros más específicos para nuevos usos.

Tector

PROYECTOS ÚNICOS, REQUIEREN SOLUCIONES ÚNICAS.

MORTEROS TÉCNICOS Y SOLUCIONES QUÍMICAS.



holcim.es



 **HOLCIM**

La red de venta de Tercocer participa en el FILA Academy para mejorar sus competencias técnicas

El pasado mes de septiembre, Tercocer participó en el programa de FILA ACADEMY que tuvo lugar en la sede de FILA España en la localidad de Chilches (Castellón). El evento, especializado en formación técnica y comercial, estuvo diseñado para mejorar las competencias técnicas de los asistentes ofreciendo una oportunidad única para profundizar en el conocimiento y uso de las soluciones innovadoras de FILA.



◀ Foto de familia de todos los participantes en la Jornada de demostraciones prácticas y teóricas enfocadas a la correcta limpieza, protección y mantenimiento de materiales naturales.

La jornada, celebrada en sesión de tarde, recibió al equipo de ventas de Tercocer, una empresa con más de 40 años de experiencia en fabricación, comercialización y distribución de materiales naturales de alta calidad, y los asistentes tuvieron la oportunidad de participar en una formación técnica teórica y práctica, en la que se incluyeron demostraciones en directo a cargo del director de Fila Iberia, **Paolo Gasparin**, junto con **Jordi Adsuara**, director técnico y de formación de la empresa. Ambos mostraron de manera detallada, cómo aplicar correctamente las soluciones de FILA sobre diferentes materiales, entre los cuales se encontraban algunas de las superficies más destacadas de Tercocer, como el barro y la piedra natural (caliza y travertino).

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



SALVATERRAZZA® ECO



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



UNIFIX y el compromiso con el sector de la distribución

Unifix se funda en el año 1980 en la localidad de Terlano, en la región italiana de Trentino, a partir de una idea empresarial ambiciosa e innovadora: suministrar a los mejores puntos de venta de ferretería, construcción y carpintería de madera, **productos de alta calidad a través de una amplia red de distribución**. Con una estrategia enfocada hacia el sector minorista, junto con el servicio y una búsqueda constante de soluciones que faciliten y hagan más económico el trabajo de sus socios, hicieron que Unifix creciera rápidamente y se consolidara con fuerza.

Posteriormente, en el año 1989 tomó forma y se estructuró uno de los pilares de la oferta de Unifix: **UniLis**. Este **sistema modular de módulos de exposición**, innovador y vanguardista, permite a la empresa establecer un vínculo sólido y duradero con sus clientes. De hecho, Unifix ya no es solo un proveedor de productos, sino un verdadero socio comercial, atento e interesado en la dinámica comercial de cada punto de venta. En el año 2003 se inaugura la actual sede en Terlano, a pocos pasos del edificio que dio los primeros pasos en el mercado. En los años siguientes, el deseo de trasladar al mercado un servicio exclusivo para sus clientes y de minimizar, simultáneamente, el tiempo necesario para procesar los pedidos y entregar la mercancía, llevó a Unifix a invertir en una logística que hoy sigue siendo puntera.

La empresa ha creado unos productos de alto valor añadido y gran calidad, pero también de soluciones activas capaces de crear un paquete integrado de propuestas para hacer más efectiva su relación con el cliente. Actividades innovadoras que permiten a los puntos de venta pasar de un **enfoque Business2Business a un enfoque Business4Business** con soluciones de asesoramiento comercial, organización, diseño, software y formación al más alto nivel.



▲ Miguel Ángel Guillen, director comercial de UNIFIX.



▲ Sede central de UNIFIX en la localidad de Terlano, en la región italiana de Trentino.

Máxima Individualidad.

Soluciones UNIFIX

2015 – NACE UNISHOP

Lanzamiento en línea del software **centrado en el cliente** y diseñado para ofrecer no solo una herramienta para realizar pedidos, sino un verdadero asesor de compras inteligente.

2017 – NACE UACADEMY

Un proyecto dedicado al mundo de la formación que **ofrece contenidos formativos específicos para el sector**, asesores y formadores, para asegurar la sostenibilidad de la inversión en formación y el apoyo necesario a la gestión de la financiación.



2020 – NACE RETAIL 360

Un servicio diseñado para **analizar y renovar espacios de actividad comercial**, teniendo en cuenta las necesidades específicas de cada uno con el objetivo de transformar el simple «almacén de materiales» en un verdadero lugar de venta, lo que permite maximizar la rentabilidad de la actividad comercial.

2022 – Happy Performing Company

Gracias a una serie de proyectos que se convierten en «acciones concretas», Unifix pone en marcha un proceso para construir **un modelo de Happy Performing Company**, con el objetivo de situar en el centro a las personas, sus motivaciones y aspiraciones e implicarlas plenamente en los procesos de crecimiento y desarrollo de la empresa para construir juntos una historia de éxito profesional y personal.

UNIFIX ha creado unos productos de alto valor añadido y gran calidad



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



**Per a un
futur
més sòlid**



Una arena única

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

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



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

www.arenesbellpuig.com

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



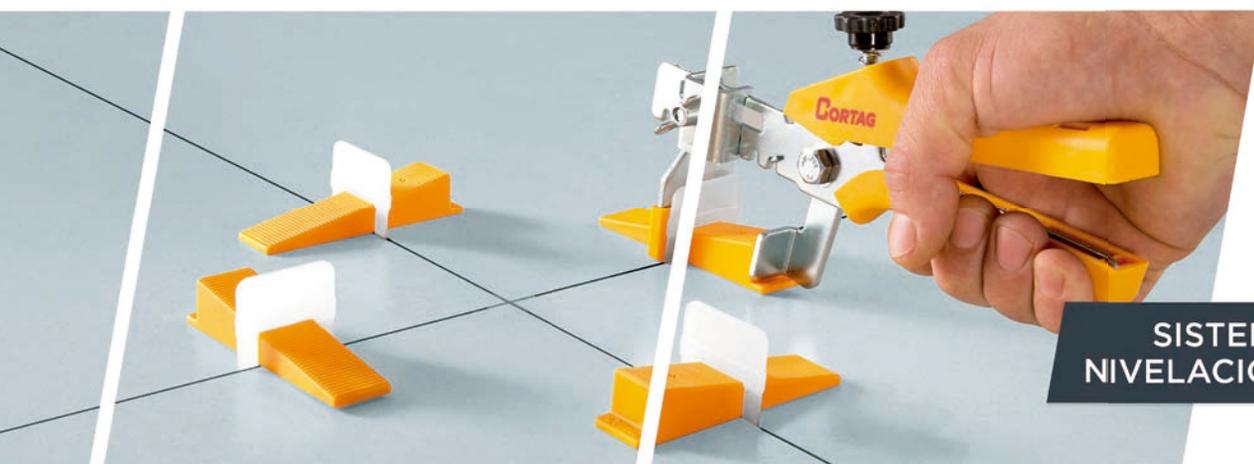
ESPECIALISTA EN HERRAMIENTAS Y ACCESORIOS PARA LA COLOCACIÓN DE REVESTIMIENTOS CERÁMICOS Y PORCELÁNICOS



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

creixem junts!!

*molt més que el teu
grup de compres*

EM **CAT**
GRUP

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

www.emccat.cat
Tel. 93 70 70 700





Para jugar con los grandes, mejor en equipo

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

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



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

T. 868 948 784
M. 631 116 358

Info@divendi.es
www.divendi.es



divendi
central de compras



Luz exterior, confort interior



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

confort

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

1. m. Bienestar o comodidad material.



Gran Stock en diferentes medidas



Alta Calidad al mejor precio



Fabricación a medida





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



+Obra

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

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

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



URSA TERRA Vento Plus T0003

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



No hidrófila
y no capilar



Excelente
aislamiento
térmico



Excelente
aislamiento
acústico



Excelente
reacción
al fuego



Fácil
instalación



Ahorro



Reciclable

Aislamiento para un mañana mejor



Frontek

INTELLIGENT
PORCELAIN



Construcción
sostenible



Eficiencia
energética



Rehabilitación
de edificios



Piezas
alveolares

XXL hasta
100x300 cm

Fachada VENTILADA



Instalación rápida y sencilla

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



Ligereza y durabilidad

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



Aislamiento térmico y acústico

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

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



+34 925 50 00 54



contacto@grecogres.com



WEB
FRONTEK