



## Josep Munné, RUBI Group General Director; y Carles Gamisans, RUBI Group Deputy General Manager

Todo comenzó en el año 1951 cuando los hermanos Boada inventaron y patentaron la primera cortadora manual de azulejos de la historia; por eso este año se celebra el 70 aniversario del Grupo RUBI. Durante todos estos años, RUBI ha estado dando soluciones al colocador de azulejos en las 5 fases del alicatado y, para ello, “contamos con una gama de más de 1.000 productos para aportar la máxima eficacia, rentabilidad y seguridad para la óptima colocación de cerámica”, nos comentan Josep Munné, RUBI Group General Director; y Carles Gamisans, RUBI Group Deputy General Manager (a la derecha de la imagen) máximos responsables del Grupo RUBI.

“**La innovación es un pilar fundamental del valor que aporta RUBI a los profesionales de la construcción”**

### ¿Cómo trabaja la innovación el Grupo RUBI?

A modo representativo, es importante destacar que el 60% de los productos que hay actualmente en el catálogo RUBI han sido desarrollados internamente por nuestros equipos en los últimos 5 años. La innovación es un pilar fundamental del valor que aporta RUBI a los profesionales de la construcción.

Desde los Equipos de Desarrollo de Producto, I+D, Marketing, Formación de Producto y Postventa, estamos en constante contacto con los usuarios finales, lo que hace que recibamos de forma permanente el feedback en el uso de nuestras soluciones y tendencias del mercado por lo que hace referencia a los materiales y aplicaciones. Toda esta información la recopilamos y es fundamental para la innovación, desarrollo y mejora de los productos y herramientas de RUBI.

Además, estamos trabajando con un nuevo CLUB RUBI CREATORS. Se trata de un programa que busca estrechar la relación entre RUBI y los expertos del sector con el objetivo de poder situar al usuario final en el eje central del desarrollo de producto RUBI. La empresa busca crear soluciones ajustadas al máximo a las necesidades del usuario final para hacerle la vida más fácil, ayudándole a ahorrar tiempo y dinero.

### ¿A qué necesidades han dado respuesta en los últimos años?

La aportación de soluciones para cubrir las últimas tendencias en materiales de construcción nos ha llevado a desarrollar sistemas y gamas para facilitar un resultado inmejorable en los trabajos de colocación de cerámica. Por poner un ejemplo, recientemente en las cortadoras manuales profesionales, como la TX-Max o la TZ, al tener que trabajar con nuevos materiales más gruesos, se ha desarrollado un mecanismo para aumentar la potencia de separación que se ejerce sobre ellos y, a su vez la precisión, para el corte intensivo en gres porcelánico entre otros materiales.

Otra tendencia que ha aportado el mercado en los últimos años es el uso y colocación de piezas de gran formato, lo que ha supuesto un reto tanto para los profesionales de la instalación de cerámica como para las marcas que como RUBI debemos aportar soluciones.

Desde RUBI se ha lanzado el SLAB SYSTEM, una gama completa que ha sido especialmente diseñada para garantizar la seguridad y eficiencia para el profesional en la manipulación y el transporte de estas baldosas. Por último, también hemos innovado en la gama de cortadoras eléctricas, discos y brocas con la gama Diamond Expert, y aportado nuevas soluciones de mezcladora con la RUBIMix en sus diferentes versiones.

En nuestro afán de aportar soluciones a cada tipo de profesional, desarrollamos productos adaptados a las diferentes características de colocación de azulejos en algunos mercados, tanto en cortadoras manuales como en eléctricas. Además, esta innovación constante se ha visto reconocida por numerosos premios de diseño e innovación, tanto en España como en otros países donde

tenemos filiales, como Francia, Polonia, etc. Todo ello, se ve reforzado por la continua solicitud, aprobación y mantenimiento de patentes, actualmente con más de 50 patentes de producto desarrollado por nuestros equipos.

#### ¿Cómo se posiciona RUBI a nivel internacional?

RUBI está presente en estos momentos en más de 120 países alrededor del mundo, gracias a una potente red de 11 filiales, 7 sucursales y múltiples distribuidores. Desde sus inicios, RUBI también ha participado en las ferias nacionales e internacionales más representativas del sector de la construcción y de la cerámica, y ha potenciado las demostraciones en directo de los productos RUBI. Desde hace un año y, debido a la situación de crisis sanitaria mundial, también se desarrollan formaciones y demostraciones de producto online, para seguir estando al lado del colocador y poder dar el mejor servicio.

#### ¿Cómo se prepara RUBI para abordar los siguientes años en el sector de la construcción?

Lo más importante para nosotros es que queremos seguir teniendo al usuario final en el centro de nuestra estrategia y, para ello, la innovación es un pilar fundamental para poder seguir ofreciendo al mercado productos diferenciales de alto valor añadido, como aspecto clave de diferenciación de la competencia. Nuestro propósito, "Better professionals. Better places" (Mejores profesionales. Mejores espacios) nos guía en este sentido para seguir contribuyendo en la profesionalización del sector y con ellos crear un mejor entorno y espacios donde vivir. Este trabajo de innovación constante que hace que estemos a la vanguardia del sector y siempre al lado del usuario final, ha hecho evolucionar nuestro eslogan actual por el "Buidling the future together", es decir "Construyendo el futuro juntos".

Además, desde el Área de Marketing & Comunicación se ha estado trabajando en una estrategia de branding para posicionar a RUBI como marca líder en la colocación de cerámica, haciendo que RUBI sea una marca aún más notoria y aumentando el deseo de la marca. Es decir, que sea la primera elección de compra por parte del usuario alrededor del mundo, siguiendo así el plan estratégico global del Grupo RUBI. Para ello se está trabajando para fortalecer el reconocimiento de la marca a nivel internacional y seguir generando notoriedad, no solo en cortadoras manuales donde RUBI somos muy conocidos, sino también en otras categorías de producto. Por último, esta renovación de identidad también se aplica sobre los elementos de comunicación visual, algunos de los más importantes son la web, redes sociales, packaging de producto y, además, todos los expositores con el fin de mejorar la visibilidad de la marca en los puntos de venta.

“**Prueba de esta vocación internacional es el Club RUBI, que desde hace años es el punto de encuentro de miles de instaladores alrededor del mundo**”

#### RUBI también apuesta fuerte por la sostenibilidad.

Efectivamente. Nuestra apuesta por la sostenibilidad es cada vez más fuerte, y ahora estamos trabajando con los ODS de las Naciones Unidas con la finalidad de alinear el Grupo RUBI con los intereses mundiales a nivel social, medioambiental y económico.

#### ¿Por último, qué aspectos destacarían que RUBI aporta al profesional de la colocación cerámica?

Sin duda, nuestra vocación internacional es un factor clave del éxito de la compañía y lo que nos diferencia de algunos competidores. A su vez, y con el fin de facilitar y maximizar los resultados del trabajo de instalación de cerámica, RUBI garantiza una alta calidad de producto, excelencia e innovación. Prueba de esta vocación internacional es el Club RUBI, que desde hace años es el punto de encuentro de miles de instaladores alrededor del mundo. Se trata de una plataforma única que ofrece un amplio abanico de contenidos, servicios exclusivos y ventajas para los usuarios.

RUBI también tiene un enfoque muy claro: poner al colocador en el centro de nuestra estrategia. A partir de aquí, sabemos que la formación y el servicio postventa son dos herramientas que son pilares para estar al lado del instalador de cerámica. Realizar formaciones y demostraciones en todo el mundo, hace que el Equipo RUBI esté siempre cerca del colocador, por lo que recibimos un gran conocimiento de las necesidades reales de los usuarios alrededor del mundo. Añadir que, en esta nueva etapa, para facilitar aún más el trabajo diario del profesional hemos creado la RUBI Experience, donde los productos y herramientas RUBI para cada paso del proceso de colocación estarán organizadas en 5 categorías: Preparación, Corte, Instalación, Rejuntado y Limpieza.

Texto: Ramon Capdevila

Foto: RUBI