



COLOT00L sobre ruedas

El showroom móvil de COLOT00L acerca la experiencia de producto a distribuidores y profesionales a través de visitas y jornadas activas con demostraciones y formaciones

Página 68

L'informatiu

www.almacenesconstruccion.com

AÑO 2026
SEPTIEMBRE • Núm. 143

LA REVISTA DE LOS ALMACENES
DE LA CONSTRUCCIÓN

TPA se renueva y muestra su nueva etapa en la convención anual TPA360

Pág. 38



BigMat Ferretería Tarancón

Del origen en 2008 al nuevo punto de venta multiespecialista

Página 42

Entrevista



José Luis Guibert

Director General de EGA PERFIL

Pág. 60

TECTOR®

SOLUCIONES EN IMPERMEABILIZACIÓN

Protege del agua y evita daños estructurales

HOLCIM.ES



HOLCIM

RÁPIDA COMO UN DISPARO

GAMA **PULSA**

NEVER STOP
BUILDING

MÁS LIGERA Y COMPACTA

10.000 DISPAROS POR CARGA

SIN EMISIONES DE POLVO

EVITA LESIONES MUSCULARES



Instalación
8x1 más rápida
que el anclaje tradicional



PULSA 40P+

PULSA 65

PULSA 27P



APP i-PULSA



www.spitpaslode.es



ITW ESPAÑA SLU - SPIT SAS





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

BOUTIQUE
HOTELS & RESORTS
HOTELS & RESORTS

Perfil para proteger y decorar esquinas con luz.

Novoesquadra

Eclipse® Sunset

U202431751

TU MOMENTO SUNSET

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

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

Novoesquadra Eclipse® Sunset, crea tus propios momentos.



SOCIO CORPORATIVO

Club
Cámara
VALENCIA



AIDIMME
INSTITUTO TECNOLÓGICO



Foro de Marcas
Renombradas
Españolas

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

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



65
SINCE 1961

KAPATAZ

**Tools for
professionals**

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

LSi

Ecosistema **inteligente**

NELSON

SAP Business One



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



UNICO

CUBREMUIROS Y VIERTEAGUAS



PIEZAS DE 1 M DE LARGO



10 ANCHOS DE PARED



GOTERÓN INTEGRADO



HIDROFUGADO EN MASA



PIEZAS SIN ARMADURA



ACABADO PULIDO



RESISTENTE Y DURADERO



6 COLORES DE ACABADO

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

TE GUSTARÍA SER DISTRIBUIDOR OFICIAL DE IMER?

www.imerprefabricados.es
+34 937 728 787

 **IMER**[®]
PREFABRICADOS



Sistema

BIO-ARQUITECTURA

KX18 COLORS

**BIO-REVOCO MONOCAPA
HIDROFUGADO A BASE DE CAL
COLOREADO**



Disponible en
14 colores



Aplicación
a máquina



Sin necesidad
de pintar



Elevado
rendimiento



Transpirable



Acabados: Raspado,
fratasado y fratasado
con esponja



14 COLORES DISPONIBLES



¿ES DENUNCIABLE LO QUE HACE OBRAMAT?



RAMÓN CAPDEVILA

Director de L'informatiu

El pasado mes de julio abría en Girona el que hasta el momento es el último punto de venta de OBRAMAT inaugurado en España. Con esta nueva apertura, la red de OBRAMAT en España alcanza los 43 centros, consolidando a Cataluña como la comunidad autónoma con más almacenes de la marca (un total de ocho).

Delante de estas cifras, los almacenes de materiales de construcción ubicados en la provincia de Girona, y más concretamente en la zona de Salt, esperaban esta apertura entre una mezcla de resignación y recelo. Resignación porque no puedes hacer nada para impedirlo, y recelo porque la situación del sector en la zona sabe que puede cambiar.

Ya comenté en la anterior editorial los movimientos que están haciendo algunos almacenes de la zona intentando cambiar algunos proveedores para defender mejor el precio. Creo que esta medida tampoco es aplicable a todos los almacenes. Dependerá en gran parte de su tipología de cliente. No es lo mismo tener de cliente a pequeñas empresas reformistas, o tener a pequeñas y medianas empresas promotoras. Supongo que defiendes a tu producto de manera distinta.

El precio es importante, pero no es la única variable que incide en la compra. El precio es el arma que utiliza y una de las que mejor sabe manejar

OBRAMAT. La otra es la falta de pudor para realizar periódicamente visitas a los almacenes de la zona y realizar compras como un cliente más a estos almacenes, para después colgar en algunos productos (no siempre los mismos) el precio más bajo, y en otros productos (también no siempre los mismos) igualarlo al más bajo que encuentra.

Desgraciadamente es perfectamente legal mirar los precios de la competencia y establecer el tuyo por debajo. En una economía de libre mercado, la libertad de precios es la norma fundamental. Consultar de forma pública los precios de otras tiendas para ajustar tu estrategia comercial es una práctica legal conocida como monitorización de precios. Aunque existen límites muy importantes regulados por la Ley de Competencia Desleal y el Derecho de la Competencia, es muy complicado por no decir imposible poder hacer nada si alguien aplica esta "táctica".

¿Qué podemos hacer, pues? Siempre hemos dicho que nuestra baza es el servicio y la atención al cliente. Sin duda. Pero insisto que ha llegado el momento de "pensar el punto de venta". Pensar en la mejora del producto; en analizar la oferta; en diseñar estrategias de precio que fidelicen; en la comunicación (muy importante); y quizá, sacrificar una pequeña parte del mercado. Lo que parece claro es que no podemos competir nunca en aquello en lo que la competencia es más fuerte.

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. 143 Septiembre 2026 • Depósito legal: B29179-94

Grupo BdB impulsa la transformación de sus puntos de venta con BdB Activa

El servicio acompaña a los asociados en la mejora de sus establecimientos para hacerlos más funcionales, comerciales y rentables



◀ El servicio incluye el acompañamiento de la Central durante el proceso de transformación, desde el planteamiento inicial hasta la implantación del nuevo espacio.

Gruppo BdB continúa reforzando los servicios dirigidos a su red con BdB Activa, una iniciativa pensada para ayudar a sus asociados a renovar y optimizar sus puntos de venta. El servicio nace tras detectar que muchos establecimientos **contaban con margen de mejora en aspectos como la distribución, la exposición del producto, la señalización o los recorridos de compra**, pero no siempre disponían del tiempo o los recursos necesarios para abordar este tipo de cambios.

“No se trata simplemente de renovar una tienda para que sea más bonita. El objetivo es conseguir espacios más funcionales, comerciales y rentables”, explica **Miriam Carretero, responsable de Marketing y Comunicación de Grupo BdB**. A través de BdB Activa, la Central analiza las características de cada establecimiento y plantea soluciones adaptadas a su realidad. Cada proyecto tiene en cuenta factores como la superficie disponible, el perfil del cliente, la organización de las distintas familias de producto o las necesidades concretas del asociado. Entre los principales objetivos se encuentra conseguir espacios más claros y ordenados, facilitar la localización de los productos y mejorar su exposición. También se trabaja la presentación conjunta de productos complementarios con el fin de favorecer la venta cruzada y aprovechar mejor la superficie comercial.

BdB Activa se integra así dentro de la estrategia de Grupo BdB de continuar desarrollando servicios, herramientas y soluciones que permitan a sus asociados crecer, mejorar sus negocios y reforzar su posición en el mercado

El servicio incluye además **el acompañamiento de la Central durante el proceso de transformación, desde el planteamiento inicial hasta la implantación del nuevo espacio**. Para facilitar la toma de decisiones, se desarrollan propuestas visuales que permiten al asociado anticipar cómo puede quedar su establecimiento antes de ejecutar los cambios.

Esta iniciativa responde también a la evolución que está experimentando el punto de venta especializado en materiales de construcción. **Tanto el cliente profesional como el particular llegan hoy más informados y demandan** establecimientos capaces de combinar producto, asesoramiento y una experiencia de compra más cómoda y completa.

En este contexto, **Grupo BdB considera que la modernización de los puntos de venta es una herramienta clave** para seguir mejorando la competitividad de sus asociados y ayudarles a adaptarse a las nuevas necesidades del mercado.

gronpes[®]
group



ESTANKA
HIGH PERFORMANCE DOORS



años
gronpes[®]
distribución

Grupo BdB incorpora 25 nuevos asociados en el primer semestre de 2026 y consolida su crecimiento con 380 empresas en su red

El grupo mantiene el objetivo de superar los 500 puntos de venta antes de finalizar el año

Gruppo BdB continúa consolidando su crecimiento sostenido tras cerrar 2025 con una facturación **agrupada de 730 millones de euros, un 20% más que el ejercicio anterior**, y reforzar durante el primer semestre de 2026 su red de empresas asociadas. La central de compras y servicios, con sede en Nàquera (Valencia), ha incorporado 25 nuevos asociados en lo que va de año, 10 de ellos durante el segundo trimestre, y ha alcanzado un total de 380 empresas asociadas, de las que 16 pertenecen a Portugal.

Alcanzar las 25 incorporaciones de Asociados durante este primer semestre y situarse **ya en 380 empresas asociadas** consolida el crecimiento sostenido de Grupo BdB y fortalece un modelo basado en la colaboración, la profesionalización y la generación de valor para el punto de venta especialista. Este avance refleja la confianza del sector en la propuesta de la compañía y contribuye a ampliar una red cada vez más competitiva y preparada para afrontar los retos del mercado.



▲ Grupo BdB continúa desarrollando nuevas iniciativas para mejorar la competitividad de sus asociados.

La compañía continuará invirtiendo para consolidar su liderazgo como referente en la distribución de materiales de construcción en España y Portugal

Crecimiento sostenido y nuevos servicios

Tras un ejercicio 2025 marcado por la expansión de la red y el crecimiento de la facturación, Grupo BdB continúa desarrollando nuevas iniciativas para mejorar la competitividad de sus asociados. Entre los principales hitos destaca la consolidación de su presencia en mercados estratégicos como Portugal y Canarias, **junto con la puesta en marcha de BdB Activa, un servicio diseñado para optimizar el rendimiento de los puntos de venta**, incrementar su rentabilidad y mejorar la experiencia comercial.

Asimismo, la compañía mantiene su apuesta por la digitalización mediante la incorporación de herramientas de análisis de datos, optimización del surtido y apoyo a la venta, facilitando una gestión más eficiente de los negocios asociados.

Perspectivas para 2026

Según BdB, los indicadores del mercado mantienen una tendencia positiva, impulsados por la recuperación de la actividad residencial tanto en España como en Portugal y, en este escenario, Grupo BdB mantiene una visión optimista y prevé continuar creciendo de forma sostenida durante el resto del ejercicio. **Entre sus principales objetivos destaca superar los 500 puntos de venta, ampliar la cartera de proveedores homologados** y seguir mejorando las condiciones comerciales de sus asociados mediante nuevas promociones, ventajas competitivas y servicios de alto valor añadido.

Asimismo, la compañía continuará invirtiendo en el desarrollo de su capacidad logística, la digitalización y el fortalecimiento de su propuesta de servicios para consolidar su liderazgo como referente en la distribución de materiales de construcción en España y Portugal.



NUEVA GAMA DE CORTADORAS BELLOTA



Grupo BdB amplía la capacidad de su Centro Logístico para reforzar el servicio a su red de Asociados

BdB ha culminado la ampliación de la capacidad logística de su Centro Logístico, una actuación estratégica que tiene como objetivo reforzar el servicio que presta a su red de almacenes Asociados y dar respuesta al crecimiento experimentado por la entidad en los últimos años. El proyecto, desarrollado a comienzos de este año, **ha permitido adaptar las instalaciones a las necesidades de un catálogo de productos amplio y heterogéneo**, característico de la distribución de materiales de construcción.

Con este objetivo, BdB ha implantado nuevos sistemas de almacenamiento que permiten optimizar la ubicación de cada tipo de mercancía, agilizar la preparación de pedidos y mejorar el servicio ofrecido a los almacenes asociados. **Entre las principales actuaciones realizadas destaca la instalación de nuevas estanterías de diferentes tipologías** que complementan las ya existentes y permiten almacenar de forma más eficiente mercancías con características muy distintas en peso, volumen o dimensiones. Asimismo, se ha incorporado una gran carpa industrial en la zona de almacenamien-



▲ La nueva carpa para albergar productos especiales por sus dimensiones o por sus necesidades específicas de conservación.

to destinada a albergar productos especiales por sus dimensiones o por sus necesidades específicas de conservación. “Esta ampliación es una inversión en capacidad de servicio para nuestros Asociados. Con estas mejoras reforzamos nuestra eficiencia, ganamos flexibilidad y nos preparamos para seguir acompañando el crecimiento de la red BdB”, destaca **José Durá, director general de BdB**.

José Durá, director general de Grupo BdB, visitó Ceuta para trasladar su apoyo al asociado de la zona, BdB Doncel

José Durá, director general de Grupo BdB, se desplazó a mediados del pasado mes de septiembre a Ceuta **para brindar su apoyo al Asociado BdB Doncel en un contexto de máxima complejidad** y para conocer in situ la realidad a la que se enfrentan la ciudadanía y las empresas de la zona tras las tensiones provocadas por la crisis migratoria.

Durante su estancia, José Durá y Manuel Doncel, director general de BdB Doncel, fueron recibidos en la sede de la Consejería de Comercio, Turismo y Empleo de la Ciudad Autónoma de Ceuta por el director general del área, Juan Antonio Hidalgo, y el asesor delegado, Fernando Rodríguez. **Desde la Consejería se ha agradecido la disposición, ayuda y vinculación de Grupo BdB con Ceuta**, así como su respaldo a los empresarios y asociados locales. Asimismo, se ha puesto en valor la importancia de que grupos empresariales de ámbito nacional mantengan una relación cercana con la ciudad y contribuyan al fortalecimiento de su tejido económico. La visita también ha servido **para poner en valor el papel de BdB Doncel dentro del tejido empresarial ceutí**, especialmente por su contribución al suministro de materiales de construcción y por su arraigo en la actividad comercial de la ciudad. Para Grupo BdB, este desplazamiento responde a su modelo de proximidad y acompañamiento a sus Asociados ante las particularidades de cada mercado y ante situaciones de crisis en las que el grupo se vuelca con ellos.



▲ José Durá y Manuel Doncel, director general de BdB Doncel, con Juan Antonio Hidalgo y Fernando Rodríguez, de la Consejería de Comercio, Turismo y Empleo de la Ciudad Autónoma de Ceuta.

FORMAR PARTE LO CAMBIARÁ TODO



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

ÚNETE A GRUPO BdB, CENTRAL DE COMPRAS Y SERVICIOS

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



Tu tienda especialista
en construcción —

EMCCAT reúne a sus socios y presenta sus líneas de actuación

El sector de los materiales de construcción evoluciona de forma constante y, con él, también lo hacen las necesidades del canal profesional. En este contexto, contar con una red capaz de ampliar soluciones, generar acuerdos de valor y anticiparse a las demandas del mercado se convierte en una ventaja competitiva. Con esa visión, **Material Building by EMCCAT** presentó durante la reunión de socios celebrada a finales de julio, las principales líneas de actuación que siguen guiando la evolución del grupo.

Entre ellas destacan la ampliación de la oferta a través de nuevos acuerdos, el impulso de las marcas propias, la incorporación de nuevas áreas de actividad y el desarrollo de herramientas orientadas a optimizar la gestión de los puntos de venta. Un conjunto de iniciativas orientadas a ampliar las oportunidades comerciales de los almacenes asociados, reforzar su posicionamiento y optimizar su capacidad de servicio y logística para ofrecer una propuesta cada vez más completa al profesional.

Durante la jornada también **se compartieron los resultados del Meeting 2026**, unos resultados que refuerzan esta cita como un punto de encuentro estratégico entre socios, proveedores y clientes.

En esa misma línea, la participación de **Fustes Mauri** que presentó la empresa y sus prudecutos, permitió acercar a los asistentes la experiencia de una empresa familiar con más de 130 años de trayectoria especializada en soluciones de madera. La compañía compartió su conocimiento técnico y la visión de un modelo empresarial basado en la especialización, el servicio y el compromiso con el canal profesional.

Así, fuentes de la Central han manifestado que siguen apostando por continuar consolidando una red preparada para evolucionar junto con el sector, con un modelo que convierte cada avance en una oportunidad para fortalecer la red y ampliar las soluciones que pone a disposición del profesional de la construcción.



▲ Foto de grupo de los socios de Material Building by EMCCAT asistentes a la jornada.



▲ Vista general de la reunión de los socios.



▲ Presentación de Fustes Mauri.

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



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

www.emccat.cat

  **@emccat.grup**

El nuevo catálogo de Baños de GAMMA refuerza su apuesta por el diseño

GAMMA presenta la nueva edición de su Catálogo de Baños 2026-2027, que ya se ha convertido, con una distribución anual de alrededor de 90.000 ejemplares, en una de las publicaciones de referencia del sector desde el lanzamiento de su primera edición en 1998. La nueva edición ha sido concebida para ofrecer una experiencia de consulta más visual, intuitiva y actual, integrando las últimas tendencias en diseño, equipamiento y decoración de baños.

El catálogo se presenta como una herramienta de alto valor para los asociados de GAMMA, reforzando su papel como especialistas y acompañando al cliente final en todo el proceso de decisión.

En esta edición, GAMMA ha reforzado el peso de sus proveedores homologados, otorgándoles una mayor presencia dentro de la publicación y apostando por una selección de producto de posicionamiento medio-alto y alto. La publicación pone especial foco en la inspiración y en la creación de ambientes que reflejan las tendencias actuales del baño, donde cobran protagonismo los colores, las texturas y la personalización de los espacios. A través de una cuidada selección de imágenes, el catálogo muestra propuestas que ayudan al consumidor a visualizar diferentes estilos y soluciones adaptadas a todo tipo de proyectos.



▲ Nuevo catálogo de Baños de GAMMA.

GAMMA celebra una nueva formación de Baho para los equipos de venta de sus asociados

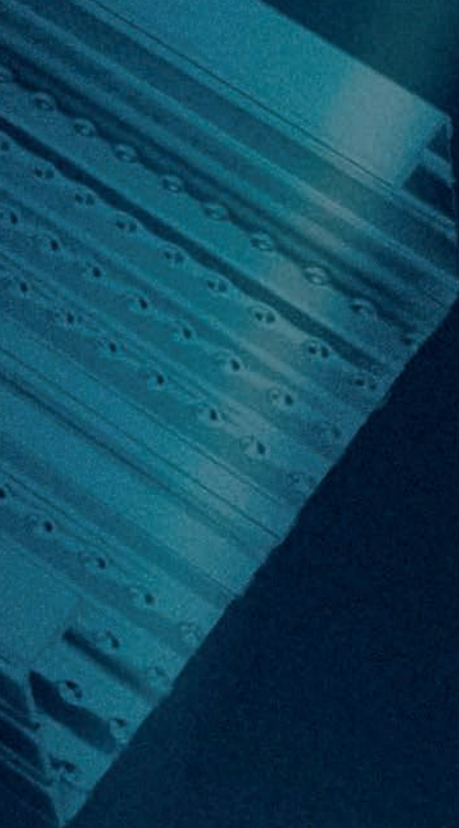
GAMMA continúa apostando por la formación especializada de los profesionales de sus almacenes asociados con la celebración de una nueva sesión formativa de Baho, su marca exclusiva de baño. **Bajo el título “Diana al Margen”**, la jornada tuvo lugar el pasado mes de junio y reunió a vendedores de los almacenes asociados GAMMA con el objetivo de reforzar sus competencias comerciales y dotarlos de nuevas herramientas para mejorar la atención al cliente y los resultados de venta.

Durante la sesión, **los asistentes trabajaron distintas estrategias orientadas a optimizar los procesos comerciales**, profundizando en técnicas que permiten identificar mejor las necesidades de los clientes, aportar soluciones de mayor valor y generar experiencias de compra más satisfactorias.

Esta iniciativa forma parte del compromiso de GAMMA con la formación continua de sus asociados, **convencida de que la especialización y el desarrollo profesional de los equipos de venta son factores clave para ofrecer un servicio diferencial** y afrontar con éxito los retos del mercado. Además de contribuir al crecimiento profesional de los participantes, estas jornadas ayudan a reforzar el conocimiento de la propuesta de Baho y a trasladar al cliente final las ventajas de una marca diseñada para responder a las demandas actuales del espacio de baño.



▲ Vendedores de los almacenes asociados GAMMA con responsables de la Central.



EGA

perfil

amixalan

CONSTRUCCIÓN

— Perfiles tabiques, techos y trasdosados
Perfiles techos registrables
Trampillas y accesorios

STEEL FRAME

— Perfiles de acero conformados
en frío para sistemas
constructivos Steel Framing

GAMMA crea CODITECA, una solución para centralizar toda la información de proveedores

GAMMA da un nuevo paso en su apuesta por la innovación y la transformación digital de sus asociados con el **lanzamiento de GAMMA CODITECA, un servicio pionero concebido para centralizar, estructurar y normalizar toda la información procedente de proveedores** en un único entorno de gestión.

Con esta nueva herramienta, todos los asociados de GAMMA pueden disponer de las tarifas de proveedor, junto con información comercial, logística y de marketing, de forma actualizada, homogénea y lista para su utilización. El objetivo es resolver uno de los principales retos de gestión de las empresas distribuidoras: la dispersión de la información y la multiplicidad de formatos con los que habitualmente trabajan. Más allá de la gestión documental, uno de los aspectos diferenciales de GAMMA CODITECA es su clara vocación de integración. La plataforma ha sido **diseñada para facilitar la interoperabilidad con los sistemas ERP de cada asociado**, permitiendo que la información pueda incorporarse de forma ágil y eficiente a los procesos internos de las empresas. Entre los principales beneficios que aporta GAMMA CODITECA destacan el **acceso a toda la información de tarifas en un único entorno**, la disponibilidad de datos estructurados y preparados para su uso, el ahorro de tiempo en la gestión y carga de información, la mejora de la calidad del dato y la creación de una base sólida para avanzar hacia procesos cada vez más automatizados y digitalizados.



▲ Con esta iniciativa, la central pone para sus asociados una herramienta innovadora que optimiza la gestión de la información y prepara el camino para los retos tecnológicos del futuro.

GAMMA crece un 15% en sus referencias en construcción

GAMMA mantiene su apuesta por las marcas en exclusiva como una de sus principales palancas de crecimiento. En el ámbito de la construcción, la Central de compras ha incrementado en un 15% las referencias de su marca en exclusiva GAMMA, reforzando una oferta cada vez más amplia, especializada y orientada a las necesidades reales de los profesionales de la construcción y la reforma.

Este crecimiento **responde a una estrategia continuada de desarrollo de producto que combina la ampliación de gamas** ya consolidadas con la creación de nuevas categorías dentro de la marca. Una evolución que permite a los asociados disponer de un surtido cada vez más completo bajo una marca exclusiva, con productos de alta rotación, stock centralizado y disponibilidad inmediata para garantizar un servicio ágil al cliente profesional.

Además, la ampliación del catálogo ha permitido reforzar familias estratégicas ya existentes, como las herramientas y útiles de pintura, los premarcos de madera, los geotextiles de alto gramaje, la señalización vial y los morteros técnicos. Asimismo, la marca ha incorporado nuevas categorías de producto **que amplían su capacidad para ofrecer soluciones completas** para las distintas fases de un proyecto constructivo.

Como reflejo de esta amplia oferta, todo el surtido de marca en exclusiva está recogido en el Catálogo del Profesional de la Reforma y la Construcción, editado anualmente y del que se distribuyen más de 80.000 ejemplares.



▲ Con esta estrategia, GAMMA continúa fortaleciendo una marca en exclusiva en constante evolución, capaz de ofrecer productos adaptados a las necesidades de los profesionales que trabajan cada día en el sector de la construcción y la reforma.



BAIXENS
baixens.com

*Testing the
difference*

Acrilastic®

THERMO REFLECT System

El SISTEMA que combina
impermeabilización + aislamiento

1 El poder del corcho natural

Impermeabilización
+ aislamiento térmico
+ propiedades fonoabsorbentes

PX-35 ó PX-36



Corcho natural, resinas
acrílicas y poliuretano

ó



Máxima concentración de
corcho natural y
resinas acrílicas

2 La tecnología de la reflectancia solar

Impermeabilización
+ reducción de la absorción del calor

PX-37



Resinas acrílicas y
siloxano

Toda la protección en un único sistema



● PX-37

● PX-35 ó PX-36

● Soporte a impermeabilizar



Impermeabilidad
total



Termoaislante



Descenso
de la temperatura



Reflectancia
solar



Confort
acústico



PX-35



PX-36



PX-37

baixens.com



GAMMA refuerza su propuesta de valor con los asociados

La Central incorpora 21 nuevos asociados durante el primer semestre de 2026 y supera los 435 almacenes asociados y los 650 puntos de venta, mientras continúa impulsando nuevas iniciativas para mejorar la competitividad de sus asociados.

Con estas nuevas incorporaciones, GAMMA continúa fortaleciendo el grupo con un crecimiento que refleja la confianza del sector en un modelo que combina capacidad de negociación, servicios especializados, tecnología, formación y acompañamiento constante al asociado.

La expansión **registrada durante este semestre ha tenido una especial relevancia en Portugal**, mercado estratégico para la compañía, donde se han incorporado ocho nuevos asociados. A ello se suma la llegada de GAMMA a Melilla, un hito que amplía todavía más la presencia territorial de la Central y refuerza su cercanía con los profesionales del sector.

Un semestre de inversión e innovación

Durante los seis primeros meses del año, GAMMA ha desplegado una intensa actividad orientada a mejorar la competitividad de sus asociados, reforzando áreas clave como la exposición comercial, la digitalización, la formación, la logística y el desarrollo de nuevas oportunidades de negocio.

Entre los hitos más destacados del semestre figura la evolución de sus modelos de negocio con la implantación y desarrollo del concepto de **exposición de tienda 5.0, que continúa transformando las exposiciones de baño y cerámica en espacios más experienciales, atractivos y rentables para el punto de venta**. Paralelamente, la Central ha seguido impulsando el modelo Autoservicio de la Construcción 2.0, con nuevas implantaciones en almacenes asociados como **GAMMA Azulejos Javier Fernández** o **GAMMA el Pantano**.



▲ GAMMA refuerza su propuesta de valor con los asociados mediante la acción de diferentes iniciativas estrategias orientadas a mejorar la competitividad de sus asociados.

Más servicios y más oportunidades para crecer

A todo ello se suma la consolidación de servicios estratégicos para los asociados, **como el servicio de grupalaje**, que continúa ganando peso como herramienta para optimizar la logística y mejorar la competitividad de los almacenes. Asimismo, GAMMA GROUP ha seguido ampliando su oferta y capacidad de negociación **mediante la incorporación de nuevos proveedores y acuerdos comerciales**, reforzando un modelo que permite a los asociados acceder a un catálogo cada vez más amplio, competitivo y adaptado a las necesidades del mercado.

Más formación, más digitalización y más apoyo al negocio

La formación ha continuado como uno de los pilares estratégicos de la compañía, con programas dirigidos tanto a equipos comerciales como a responsables de negocio. En paralelo, GAMMA ha continuado impulsando la transformación digital de sus asociados mediante diferentes proyectos **y casos de éxito, como el desarrollado junto al distribuidor Ormat**, que pone de manifiesto el potencial de la digitalización para mejorar procesos, aumentar la eficiencia y ofrecer una mejor experiencia al cliente. La imagen corporativa de los puntos de venta también ha sido protagonista estos meses gracias a diversos proyectos de actualización y modernización de la identidad exterior de las tiendas, **como el realizado en Abreu, reforzando la visibilidad y posicionamiento de los asociados en sus áreas de influencia**. El crecimiento sostenido de la Central, junto con su capacidad para impulsar innovación, formación y nuevas oportunidades comerciales, consolidan un modelo que sigue ganando peso dentro del sector y que sitúa al asociado en el centro de su estrategia.

Barcelona acogerá la nueva edición GAMMA CONNECTING 2027

GAMMA GROUP ha anunciado la celebración de GAMMA Connecting 2027 el próximo 29 de abril en la ciudad de Barcelona, una cita que volverá a reunir a asociados, proveedores y equipo central en el principal encuentro de negocio, networking e innovación de la compañía.

Tras consolidarse como una de las iniciativas más valoradas por los almacenes asociados, **GAMMA Connecting volverá a reunir, durante una jornada, a los principales fabricantes y marcas del sector** en un entorno pensado para fomentar las oportunidades de negocio, el intercambio de conocimiento y la creación de sinergias entre todos los asistentes. La elección de Barcelona responde a la voluntad de ofrecer un emplazamiento estratégico, accesible y atractivo que contribuya a potenciar la experiencia de los participantes. La ciudad acogerá un evento que combinará exposición comercial, presentación de novedades, reuniones profesionales y espacios de networking, convirtiéndose una vez más en una plataforma clave para impulsar la competitividad de los almacenes asociados. **Barcelona coge el relevo a Valencia y Málaga** para dar continuidad al compromiso que tiene GAMMA GROUP para generar espacios de encuentro que impulsen el crecimiento y la competitividad de sus asociados. El anuncio de la fecha supone el inicio de la cuenta atrás para una edición que aspira a superar las cifras de participación de años anteriores y que ya está generando una gran expectación entre asociados y proveedores. Durante los próximos meses se darán a conocer más detalles sobre el programa, los expositores y las actividades previstas.

29 Abril 2027 | Barcelona



GAMMA connecting / 2027



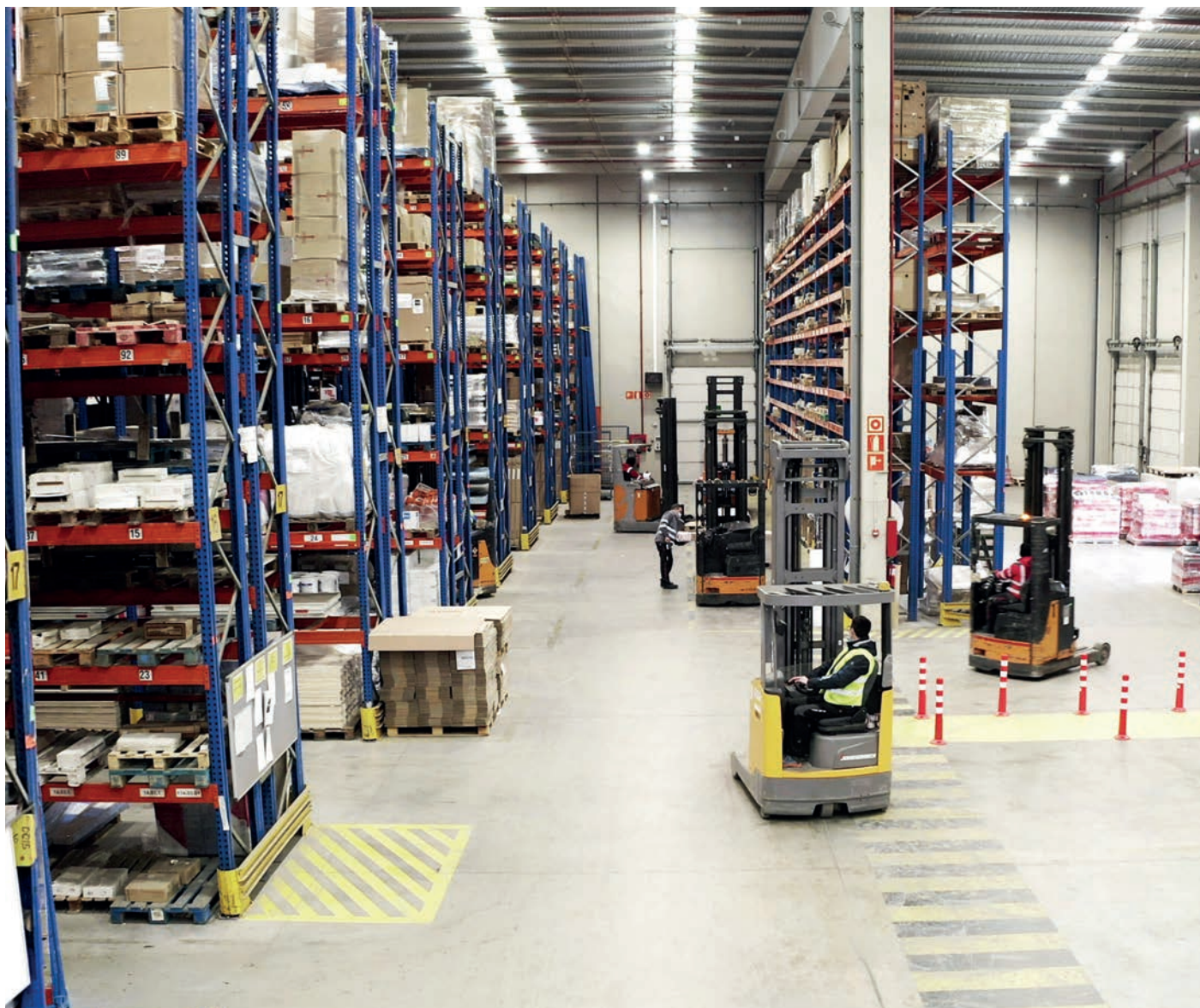
EL ÚNICO
QUE
SI
PUEDE CON
TODO



INIMITABLE.

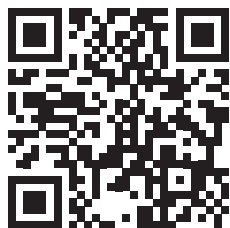


**Más de 35 años de experiencia
no caben aquí...**



Plataforma propia de logística integral

/ más de 50.000 referencias en stock / 2 entregas semanales / sin coste ni mínimos



**...pero sí donde
te lleva este QR**



Exposición

/ diseño integral / optimización del espacio / primeras marcas



Autoservicio Construcción 2.0

/ surtido profesional y especializado / todo en stock / rapidez en entrega y montaje

mm GAMMA
GROUP

La primera central de compras
desde 1989

BigMat consolida un modelo único de transformación del punto de venta

BigMat ha superado las 40 implantaciones comerciales realizadas entre 2025 y lo que llevamos del 2026, consolidando un modelo de acompañamiento integral que permite **a sus socios optimizar sus puntos de venta** y ofrecer una experiencia de compra más eficiente tanto al cliente profesional como al particular. El Grupo ha consolidado un departamento especializado formado por hasta 17 profesionales, entre consultores comerciales, diseñadores, técnicos de planogramas, especialistas en AutoCAD, personal de coordinación logística y equipos de montaje, todos ellos implicados en cada proyecto y afianzando un modelo diferencial que combina consultoría, diseño comercial, logística e implantación para seguir impulsando el crecimiento de su red.

Con 29 implantaciones ejecutadas durante 2025 y 12 nuevos proyectos desarrollados en

los primeros meses de 2026, el Grupo continúa reforzando un servicio **que se ha convertido en uno de sus principales elementos diferenciales dentro del sector de la distribución de materiales**. De hecho, la previsión del Departamento de Implantaciones pasa por mantener un ritmo aproximado de dos implantaciones mensuales, lo que permitiría desarrollar entre 48 y 70 nuevas implantaciones durante los próximos dos años.

Detrás de cada implantación existe una importante apuesta de BigMat por el crecimiento de su red de socios y, más allá de la renovación de espacios Comerciales, **cada implantación responde a una metodología de trabajo perfectamente estructurada** que garantiza una ejecución homogénea y adaptada a las necesidades específicas de cada tienda.

Un proceso integral, planificado y adaptado al socio

El proceso comienza con un estudio previo del punto de venta y un análisis de las necesidades del socio, a partir del cual se diseña una propuesta personalizada que contempla la distribución del espacio, la definición del surtido óptimo, el desarrollo de planogramas, la selección del mobiliario comercial y la organización de los lineales.

Actualmente, el equipo trabaja en nuevos proyectos para **BigMat MC Ibiza, BigMat Azulorca, inmerso en la remodelación integral de una nave de más de 1.300 m², BigMat Abside y BigMat Els Panchorrins**, reafirmando el compromiso de la Central con la modernización continua de su red comercial.

“Cada implantación comienza mucho antes de mover una estantería. Analizamos cómo compra el cliente, cómo trabaja el almacén y cómo podemos optimizar cada metro cuadrado para que el punto de venta gane en eficiencia, imagen y por supuesto, rentabilidad. Nuestro objetivo es ofrecer soluciones completamente adaptadas a cada socio, porque no existen dos almacenes iguales.” afirma **Luis Miguel Delgado, responsable de Implantaciones y Merchandising de BigMat**.

“La implantación de la sección de fontanería nos ha permitido ampliar y ordenar la categoría, mejorando la exposición del producto. El asesoramiento del Departamento de Implan-



◀ Ismael Vigón, del departamento de implantaciones de BigMat, con José María Sandoya, gerente de BigMat Abside, almacén ubicado en la localidad de Haro (La Rioja).



◀ Ejemplo de implantación de fontanería en BigMat Abside.

taciones de BigMat ha sido clave para definir el surtido más adecuado y optimizar el espacio que teníamos disponible en tienda. Ha sido un acompañamiento fácil y ordenado, muy profesional” añade Jose María Sandoya, gerente de BigMat ABSIDE Rioja.



8 centros logísticos, 2 entregas semanales, +12.000 referencias en stock, +550 proveedores homologados.



Marca BigMat con 1.200 referencias de alta calidad y diferenciación.



Todos los servicios para impulsar tu negocio: desarrollo del punto de venta, marketing, recursos humanos y más.



Una red que conecta más de 360 puntos de venta.

Forma parte de la mayor central de compras de materiales de reforma y construcción como socio y propietario de BigMat.

BigMat inicia una campaña para potenciar sus puntos de venta en Mallorca



◀ Centro logístico de BigMat Mallorca ubicado en la localidad de Muro.

BigMat Mallorca ha puesto en marcha una campaña para iniciar el nuevo curso con una propuesta comercial dirigida a acompañar las necesidades de reforma y **construcción en sus 17 tiendas que el grupo tiene en la Isla**. Bajo una misma marca, la red reúne la presencia local de ocho socios y una oferta pensada para ofrecer disponibilidad de materiales, atención profesional y respuesta ágil tanto al profesional como al cliente particular.

La campaña pone el foco en una gama amplia y permanente para la reforma y la construcción, **con stock disponible para que cada cliente pueda avanzar en su proyecto con mayor seguridad**. En las 17 tiendas BigMat Mallorca, los profesionales encuentran asesoramiento especializado, un horario adaptado a las exigencias de su actividad y un servicio de transporte a pie de obra de los materiales que necesitan.

La red BigMat en Mallorca combina la cercanía que le confiere la capilaridad con la capacidad de servicio que aporta su centro logístico en Muro

Esta propuesta se dirige especialmente al profesional de la construcción y la reforma, sin dejar de lado al cliente particular que busca un acompañamiento experto para sus proyectos. **La red BigMat combina la cercanía de cada punto de venta con una oferta de producto y unos servicios diseñados** para responder a proyectos de distinta escala, desde una reforma concreta hasta una obra nueva.

La red BigMat en Mallorca combina la cercanía que le confiere la capilaridad con la capacidad de servicio que aporta su centro logístico ubicado en Muro. Esta estructura permite a los socios ofrecer al profesional y cliente particular una atención próxima y especializada, respal-

dada por una operativa de aprovisionamiento y distribución que facilita la disponibilidad de materiales y la respuesta a las necesidades de cada obra y proyecto.

BigMat Mallorca es una red de 17 tiendas que comparte una misma forma de atender al cliente: cercanía, conocimiento del producto y capacidad de respuesta

3.650 m² al servicio de los socios

Con una superficie de 3.650 m², el centro logístico de Muro pone a disposición de la **red más de 1.700 referencias y gestiona anualmente alrededor de 10.500 toneladas de mercancía**. Esta capacidad permite reforzar la disponibilidad de producto y mejorar la planificación de suministros a los puntos de venta. Su operativa garantiza un mínimo de dos entregas semanales, facilitando una respuesta ágil a las necesidades de las tiendas y de sus clientes.

“BigMat Mallorca es una red de 17 tiendas que comparte una misma forma de atender al cliente: cercanía, conocimiento del producto y capacidad de respuesta. Con esta campaña queremos recordar que tanto profesional como particular tienen a su disposición stock permanente, asesoramiento y servicios pensados para que la reforma y la obra avancen” señala Juan Carlos Labrador, director de Marketing del Grupo.

La **campaña refuerza así la presencia de BigMat Mallorca como una red sólida en la isla: ocho socios, 17 tiendas y una estructura logística** común que permite combinar la atención próxima de cada establecimiento con una capacidad de servicio compartida. Con esta primera iniciativa desarrollada, BigMat reafirma su compromiso con Mallorca y con los profesionales y particulares que desarrollan su actividad en la isla.

NO MÁS PROBLEMAS DE MANCHAS



TITAN

Elektro3 impulsa la expansión de las empresas de construcción facilitando la integración de servicios de ferretería y bricolaje



La distribuidora Elektro3 refuerza su estrategia de apoyo al tejido empresarial, ofreciendo a las empresas de construcción, reformas y obra civil una oportunidad sólida para diversificar sus líneas de negocio. A través de la plataforma especializada quierounaferreteria.com, la compañía pone a disposición del mercado un modelo de negocio altamente rentable y completamente libre, sin las ataduras ni los costes del sistema de franquicia tradicional. Un equipo técnico cualificado acompaña al partner en todas las etapas, asumiendo desde el estudio de viabilidad inicial hasta el montaje físico y la entrega de la tienda lista para empezar a facturar.

Oportunidad estratégica: Rentabilizar el negocio mediante la venta cruzada

Para las empresas que ya operan en el sector de la construcción y las reformas, la incorporación de un punto de venta de ferretería representa una evolución natural muy lucrativa. Este modelo permite aprovechar los almacenes, locales y estructuras existentes para atraer a nuevos perfiles de clientes y potenciar la **venta cruzada** (*cross-selling*). El constructor deja de depender exclusivamente de las fluctuaciones de las obras y de las licitaciones, pasando a disponer de un negocio de comercio minorista sólido, con una demanda diaria, continua y un flujo de caja constante. La propuesta de Elektro3 destaca especialmente por garantizar la total independencia del empresario. El propietario mantiene siempre su marca propia, su identidad comercial y su autonomía en la toma de decisiones, quedando 100% libre de cánones, royalties o contratos de exclusividad asfixiantes.

▲ Centro Logístico de Elektro3 en la localidad de Vilaseca-Salou (Tarragona). El Centro cuenta con un total de 15.000 m², 8.000 de los cuales están destinados exclusivamente a almacén para gestionar un total de más de 25.000 referencias.

Soluciones integrales “llave en mano” con montaje comercial incluido

El servicio ha sido diseñado para eliminar cualquier barrera técnica u operacional de entrada al sector retail. El equipo de profesionales de Elektro3 se encarga de todo el trabajo operativo en el terreno:



- **Estudio y Planificación:**

Análisis riguroso del mercado local, la competencia de la zona y diseño de la distribución inteligente del mobiliario para maximizar los puntos calientes de venta.

- **Montaje Comercial:** Instalación y montaje completo de todos los sistemas de exposición, lineales y estructuras comerciales testadas para el punto de venta.

- **Marketing y Diseño:**

Creación de toda la imagen corporativa, señalética, vinilos para los escaparates y uniformidad personalizada para los empleados.

- **Financiación a Medida:**

Un departamento administrativo realiza análisis personalizados para ofrecer facilidades de pago y opciones de financiación adaptadas a la envergadura de cada proyecto.

Showroom de 4.000 m²: Visitas organizadas y tienda demo de 300 m²

Como pilar central de la transparencia y la seguridad en la inversión, Elektro3 dispone de un espectacular **Showroom de 4.000 m²** en sus instalaciones centrales, diseñado para que las empresas de construcción puedan visualizar y planificar su futuro negocio antes de mover un solo ladrillo.

La distribuidora organiza **visitas personalizadas y guiadas** para sus clientes, proporcionando una experiencia práctica inmersiva. En el interior de este complejo, los empresarios pueden explorar una **tienda demo de 300 m² totalmente funcional**. Este espacio real les permite ver y tocar el resultado final exacto de su futura ferretería, comprender la distribución idónea por secciones y recibir **formación profesional directa** en técnicas de venta, gestión de producto y escaparatismo.

Tecnología digital avanzada al servicio del punto de venta

La transformación física del espacio se complementa con un ecosistema digital de última generación, pensado para que la gestión de la ferretería sea ágil y no interfiera en la actividad principal de construcción de la empresa:

- **Uno de los Portales B2B más potentes del mercado:**

Disponibilización de una plataforma profesional donde el cliente realiza toda la operativa diaria de forma rápida y 100% autónoma. Desde este panel, además de gestionar pedidos y facturas, el propio cliente tiene la capacidad de **crear y personalizar sus propios folletos promocionales** de forma totalmente independiente.

- **Création de página web de E-commerce Totalmente Gratuita:**

Elektro3 desarrolla y entrega al cliente una tienda online totalmente personalizada y sin ningún coste de creación. Esta web propia está completamente automatizada, cuenta con acceso a más de **26.700 referencias** actualizadas diariamente y está interconectada al TPV físico para permitir ventas automáticas las 24 horas del día.

- **Gestor de Contenidos Automático para Redes Sociales:**

Sistema digital innovador que genera de forma automática y gratuita vídeos verticales e imágenes promocionales listos para publicar en Instagram, TikTok y YouTube.

- **Integración Avanzada vía API:**

Servicios de API robustos que alimentan de forma automática las páginas web o los sistemas de gestión internos (ERP) de las propias empresas de construcción.

- **Consulta de Stock en Tiempo Real:**

Sincronización digital continua que permite conocer la disponibilidad exacta e inmediata de cada artículo directamente en los almacenes centrales de la distribuidora.

- **Pantallas Táctiles Interactivas:**

Soluciones digitales integradas que ocupan apenas un metro cuadrado en la tienda física para que los clientes puedan navegar de forma autónoma por todo el catálogo general.

- **Escaparates Digitales:**

Dinamización de la fachada comercial mediante pantallas que exhiben vídeos corporativos y campañas promocionales dinámicas.

- **Servicio de Dropshipping Industrial y de Gran Volumen:**

Solución logística avanzada para coordinar el envío directo de materiales de gran volumen, pesados o paletizados desde la distribuidora hasta el cliente final o el lugar de la obra, optimizando los tiempos del constructor y eliminando los costes de doble manipulación de carga.

Con el soporte logístico de excelencia de Elektro3, que garantiza el abastecimiento continuo y entregas rápidas en un plazo de **24 a 48 horas** en cualquier punto de la península, el canal de la construcción gana un aliado estratégico de proximidad para diversificar sus ingresos con total seguridad, estabilidad y alta rentabilidad a largo plazo.

Grupo Ibricks refuerza su apuesta por el bienestar y el cuidado del equipo en sus jornadas internas

La nueva edición de Brickneys reunió a todo el equipo para compartir proyectos, revisar los objetivos del primer semestre y seguir fortaleciendo una forma de trabajar basada en el bienestar, la colaboración y el crecimiento sostenible.

GruPO Ibricks celebró el pasado 24 de julio una nueva edición de Brickneys, sus jornadas internas de equipo, que tienen lugar dos veces al año con el objetivo de revisar la evolución de los proyectos, compartir aprendizajes y alinear los retos de los próximos meses.

En esta ocasión, el encuentro de mitad de año puso un especial foco en la importancia de cuidarse y cuidar al equipo como parte fundamental del crecimiento de cualquier organización. Una reflexión que acompañó toda la jornada y que permitió recordar que, detrás de cada servicio, iniciativa o proyecto, hay personas que trabajan unidas, se apoyan y comparten un mismo propósito. Durante el encuentro, los distintos departamentos pusieron en común los proyectos desarrollados durante el primer semestre, revisaron los objetivos marcados y compartieron las principales líneas de trabajo para la segunda mitad de 2026. La jornada sirvió también para reconocer el esfuerzo realizado hasta el momento y reforzar la coordinación entre las diferentes áreas de la central.

“Cuidar al equipo implica escucharnos, apoyarnos y generar las condiciones necesarias para que cada persona pueda desarrollar su trabajo de la mejor manera posible. Cuando un equipo se siente unido y acompañado, también está mejor preparado para afrontar los retos y hacer crecer el proyecto común”, destaca Silvia Esteve, directora de Personas y Talento de Grupo Ibricks.

Uno de los momentos centrales de la jornada fue la formación ‘Desarrollar nuestro optimismo de forma inteligente’, impartida por un consultor



▲ Equipo de Grupo Ibricks que participó en esta edición de Brickneys.

Con esta nueva edición, la compañía reafirma su apuesta por una cultura basada en el cuidado, la colaboración y el crecimiento compartido

especializado en bienestar corporativo. La sesión invitó al equipo a reflexionar sobre cómo afrontar los retos y las situaciones de cambio desde una perspectiva práctica y realista, entendiendo el optimismo como una herramienta para responder con mayor confianza, responsabilidad y capacidad de adaptación.

La formación reforzó el mensaje principal de estas Brickneys: seguir construyendo una organización saludable, sostenible y productiva pasa también por cuidar a las personas y fortalecer unas relaciones basadas en la confianza, la comunicación y la colaboración. Una filosofía que Grupo Ibricks traslada a todos sus grupos de interés. Con una red de más de 640 asociados, cerca de 1.000 puntos de venta y más de 400 proveedores, la central trabaja cada día para mantener relaciones sólidas, cercanas y duraderas con todas las personas y empresas que forman parte de su proyecto.

G#color

Las mejores juntas vienen en sacos pequeños

Cambiamos el tamaño de nuestros envases y mejoramos la calidad



Envase realizado
con materiales
sostenibles



Disponible en
hasta 30 colores



Óptimo formato
para tus nuevas
necesidades



¡Descarga la app GECOL Juntas!



DISPONIBLE EN
App Store



DISPONIBLE EN
Play Store

Grupo Ibricks presente en Cersaie 2026 para conocer las novedades del sector cerámico

La central refuerza su contacto con fabricantes y proveedores en una de las principales citas internacionales del sector y acerca las nuevas tendencias a sus asociados.

Cersaie ha vuelto a reunir a las principales firmas del sector cerámico y el equipamiento de baño, y Grupo Ibricks ha participado en la feria recorriendo las exposiciones y visitando a sus proveedores para conocer sus nuevas colecciones y la evolución del producto cerámico.

Según el equipo de Ibricks presente en la Feria, **entre las tendencias que más han destacado este año se encuentra la inspiración en la piedra natural, con especial presencia de piedras y travertinos** y una clara apuesta por los tonos cálidos, tierra y neutros. Los acabados buscan acercarse cada vez más al aspecto real de estos materiales, también a través de técnicas como los bajorrelieves y las tintas estructurantes, que aportan textura y profundidad a las piezas. También se observa una mayor atención a la continuidad de las vetas, con firmas que trabajan la coordinación entre piezas para conseguir composiciones más naturales. En cuanto a formatos, el gran **formato mantiene su protagonismo, mientras el multiformato empieza a ganar presencia**, ofreciendo nuevas posibilidades de combinación. Esta búsqueda de naturalidad se traslada también a las exposiciones. Los espacios vistos en Cersaie apuestan por ambientes muy cuidados y acogedores, donde los colores fríos pierden terreno frente a tonos más cálidos, texturas y acabados naturales.



▲ De izquierda a derecha: Javi Damiá, gerente de operaciones; Laura García, responsable de comunicación; Sergio Moya, jefe de producto especialista en cerámica y baño; Juan Palazón, director de compras.

Más allá de las novedades de producto, **Cersaie ha permitido a la central mantener un contacto cercano con sus proveedores, intercambiar impresiones** y conocer directamente hacia dónde está evolucionando el sector. Según el comunicado de la Central, “Grupo Ibricks trabaja para trasladar después este conocimiento a sus asociados, acercándoles tendencias, novedades y soluciones que puedan resultar de interés para sus almacenes y para el día a día del punto de venta profesional”.



◀ Algunos de los stands visitados por el equipo de Ibricks presente en Cersaie.



Descárgate nuestra App
esp.sika.com

BUILDING TRUST



Mas Obra cierra el primer semestre con 23 nuevos asociados y refuerza su presencia en toda España

Tras las últimas incorporaciones anunciadas en Andalucía el pasado mes de junio, Mas Obra, enseña del Grupo BigMat especializada en la distribución de materiales de construcción y reforma, continúa reforzando su presencia en el mercado con la incorporación de **seis nuevos almacenes** ubicados en Castilla-La Mancha, La Rioja, Galicia, Canarias y Madrid.

Los nuevos asociados son **Materiales de Construcción JM Esteban, S.L.**, en Sigüenza (Guadalajara); **Expo-Hogar Materiales de Construcción, S.L.**, en Logroño (La Rioja); **Cantarrana Enerxia, S.L.**, en Viveiro (Lugo); **DC Stylo 88 Cerámicas y Baños, S.L.**, en Carrizal de Ingenio (Las Palmas); **Ferro Villagarcía, S.L.**, en Vilagarcía de Arousa (Pontevedra); y **Materiales Santoja**, en Las Matas-Torrelodones (Madrid).

“El mejor indicador de que nuestro proyecto funciona es que cada vez más almacenes deciden sumarse a él. En Mas Obra encuentran una red que respeta su forma de trabajar, pero que al mismo tiempo les aporta más oportunidades de negocio, mejores herramientas y el respaldo de un gran grupo para seguir creciendo”, afirma José Miguel Hortelano, responsable comercial de Mas Obra en España y Portugal.

Con estas seis nuevas altas, Mas Obra cierra un **primer semestre de 2026** marcado por el crecimiento sostenido de su red y la incorporación de **veintitrés nuevos asociados**, consolidando su presencia en el territorio y reafirmando el atractivo de su propuesta para los almacenes independientes. La evolución registrada durante estos primeros seis meses del año mantiene la tendencia positiva de los últimos ejercicios, sustentada principalmente en las **sinergias comerciales y logísticas** del Grupo BigMat, un **amplio catálogo de proveedores líderes** y un **acompañamiento estratégico orientado al desarrollo y profesionalización del punto de venta**.

► A la izqda., Jose Miguel Hortelano Moya, Responsable Comercial de España y Portugal de Central de Compras y Servicios MAS OBRA con Alejandro Cabrera, jefe de compras de Suministros ALBATROS.

Dos de las nuevas incorporaciones a Mas Obra



▲ Miguel Hortelano, responsable comercial de Mas Obra con los responsables de Almacenes Benamiel24, S.L.

Con las veintitrés incorporaciones registradas durante el primer semestre de 2026, Mas Obra supera los 96 almacenes asociados, alcanza más de 121 puntos de venta y una superficie conjunta superior a los 450.000 m², repartidos por todo el territorio nacional e islas, con una facturación agregada que supera los 215 millones de euros.



Mas Obra alcanza los 100 asociados en el año de su décimo aniversario

Con la incorporación del distribuidor **A. López Dos, S.L., en Yuncos (Toledo)**, Mas Obra alcanza los **100 asociados**, una cifra especialmente significativa al coincidir con el **décimo aniversario de la enseña**, una década de crecimiento y consolidación junto a los almacenes profesionales independientes. Durante esta década, Mas Obra ha desarrollado un modelo orientado a acompañar al almacén independiente en su evolución y profesionalización, combinando las ventajas de pertenecer a un grupo líder de distribución con el mantenimiento de la autonomía y la cercanía que caracterizan a este tipo de negocios. Bajo la dirección estratégica de **Pablo de Antonio**, la estructura comercial de la enseña se ha reforzado en 2026 con la incorporación de **José Miguel Hortelano** al frente del área.

El objetivo es incrementar la presencia sobre el terreno y fortalecer el acompañamiento a través de los responsables de zona, con una atención más directa y adaptada a la realidad de cada almacén. ***“Este gran crecimiento es fruto de un trabajo compartido que ha permitido mejorar las condiciones y acuerdos con proveedores, optimizar las compras, impulsar significativamente los rápeles y ampliar los servicios y herramientas puestos a disposición de nuestros asociados, reforzando así un modelo basado en ayudar, apoyar y crecer juntos”***, señala José Miguel Hortelano. El hito llega pocos días después de que Mas Obra cerrara el primer semestre de 2026 con 23 nuevas incorporaciones.



▲ Instalaciones de A. López Dos, S.L.,



**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.



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

TPA se renueva y muestra su nueva



La central reunió el pasado 17 de septiembre en el marco de la Ciudad de las Artes y las Ciencias de Valencia a más de 200 profesionales, con la participación de sus 36 asociados y 41 proveedores, **lo que representa un 35% más de participación que en la edición anterior**. El renovado formato de TPA360 ha reflejado la nueva etapa de crecimiento, transformación y desarrollo de servicios que está impulsando la compañía.

La edición de este año nace como una evolución de las tradicionales jornadas de compras celebradas por el Grupo TPA, para convertirse en algo mucho más amplio: un espacio que reúne a distribuidores especialistas y proveedores del sector para compartir negocio, experiencias, conocimiento, visión y nuevas oportunidades de crecimiento conjunto. Un nuevo escenario pensado para favorecer el contacto

directo, las relaciones comerciales y el intercambio de experiencias.

En este nuevo escenario su **actual director general, Joan Torres**, conocedor como pocos de la gestión de un grupo de compras, tiene claro que **“queremos seguir siendo especialistas, pero ofreciendo cada vez una solución más completa al profesional, construyendo una central cercana, dinámica y ambiciosa**, en la que asociados y proveedores encuentren oportunidades para crecer. Tenemos mucho recorrido por delante y queremos hacerlo juntos, generando cada vez más valor para toda la red”,

Por su parte, **el presidente de TPA, Antonio Moreno**, ha señalado que el nuevo formato busca **“construir un espacio donde el negocio siga siendo protagonista, pero donde también tengan cabida la colaboración, el conoci-**

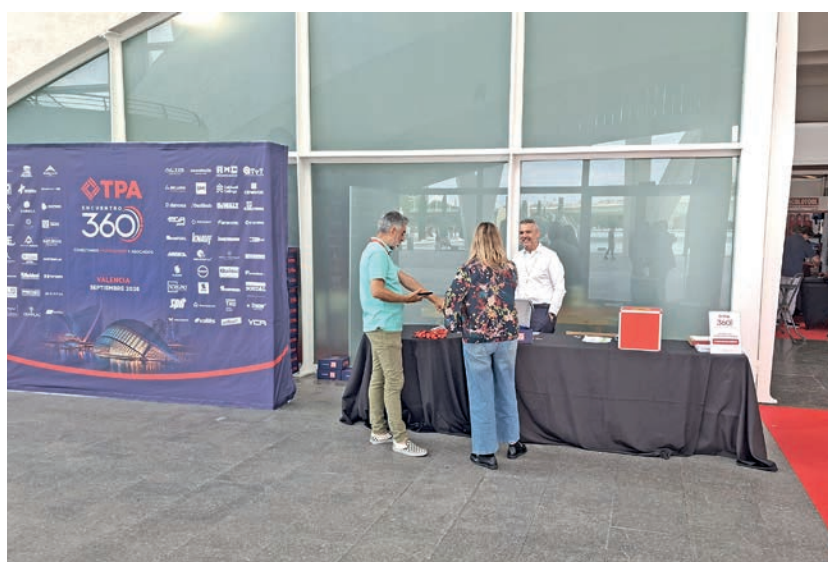
etapa en la convención anual TPA360



miento y las relaciones que generan crecimiento a largo plazo”, con la aspiración de convertir Encuentro TPA 360 en la referencia anual del distribuidor especialista.

Actualmente, TPA agrupa a **36 empresas asociadas**, con **71 puntos de venta especializados**, una facturación agregada cercana a los **200 millones de euros** y un centro logístico propio ubicado en Sant Quirze del Vallés, en la provincia de Barcelona. La Central se consolida como una de las principales centrales de compras especializadas en techos, placa de yeso laminado, aislamientos y sistemas constructivos de interior.

Tras el encuentro de Valencia, TPA pone ya la mirada en **TPA360 2027 donde se celebrará el 10º Aniversario de la compañía**, con el objetivo de seguir haciendo crecer una convención que aspira a consolidarse como uno de los principales puntos de encuentro de la distribución especialista en España.



GALERIA FOTOGRAFICA TPA360



GALERIA FOTOGRAFICA TPA360



BigMat Ferretería Tarancón: del origen en 2008 al nuevo punto de venta multiespecialista

La tienda gestionada por Julián Palomar inaugura un espacio de 1.000 m² de nave y 200 m² de almacén orientado a dar respuesta a la demanda del cliente profesional y particular en Tarancón y su comarca.



▲ Instalaciones de BigMat Ferretería Tarancón, un punto de venta de referencia en la comarca de Tarancón (Cuenca).

La trayectoria de BigMat Ferretería Tarancón refleja la evolución de un proyecto empresarial fundamentado en la detección de oportunidades de mercado y la adaptación continua a las necesidades del profesional de la construcción, la reforma y el cliente final.

El proyecto inició su andadura en 2008 de la mano de su gerente, **Julián Palomar**, quien tras su experiencia directa en el sector de la construcción identificó una clara oportunidad de negocio y un nicho desatendido en la zona. Por aquel entonces, la comarca de Tarancón padecía la ausencia de un punto especializado en ferretería y suministro industrial, lo que obligaba a los trabajadores y empresas locales a desplazarse fuera de la localidad para aprovisionarse de los materiales más básicos para su día a día. Para resolver esta carencia, **Palomar decidió**

dar el salto al emprendimiento estableciendo un primer negocio de 200 metros cuadrados de tienda y 100 metros cuadrados de almacén. Junto a su equipo inicial, la firma fue ampliando paulatinamente su catálogo y servicios hasta consolidar la necesidad de acometer la gran transformación que hoy se materializa en su nuevo centro comercial.

Tras una primera etapa centrada en la especialización en ferretería y tornillería, el negocio dio un paso decisivo al incorporar el almacén de material de construcción. **En el año 2014 se produjo otro hito determinante con la integración de la firma en la red del Grupo BigMat, identificando en la enseña una alianza estratégica idónea para acompañar al almacén en su crecimiento,** reforzar su competitividad y garantizar su proyección de futuro.

Un nuevo centro diseñado para la exposición, el confort y la eficiencia

La apertura de las nuevas instalaciones responde a una necesidad imperiosa de espacio para dar un servicio integral tanto a los profesionales del sector como a los clientes particulares de Tarancón y sus alrededores.

Tal y como traslada el propio **Julián Palomar**, la principal motivación para dar este salto dimensional fue la limitación física del local anterior: ***Esta clase de negocio 'no tiene fin' en cuanto a referencias y gamas de produc-***

tos. Para poder mostrar el máximo posible de nuestro catálogo, la tienda anterior ya no cubría las necesidades. Con esta nave hemos resuelto una petición que los propios clientes nos demandaban y que nosotros mismos queríamos cubrir.

Actualmente, el nuevo punto de venta alcanza una dimensión de 1.000 metros cuadrados de nave comercial, apoyada por 200 metros cuadrados de almacén y una amplia zona de aparcamiento de casi 1.000 metros cuadrados adicionales. La distribución interior de la nave se ha configurado de manera estratégica para ga-



▲ A la izquierda, Julián Palomar, gerente de BigMat Ferreteria Tarancón, con José Antonio Gómez, responsable regional de Grupo BigMat.

rantizar una experiencia de compra fluida y una visibilidad total del producto:

- **Área central de ferretería, pintura y químicos (600 m²):** se sitúa en el corazón de la nave, albergando la oferta técnica de mayor rotación.
- **Zona de exposición (250 m²):** espacio dedicado a la muestra de soluciones acabadas para proyectos de reforma e interiorismo.
- **Zona de materiales de construcción y «basto» (200 m²):** incluye el espacio de recepción de mercancías e insumos pesados.
- **Planta superior:** reservada para las oficinas de gestión, administración y atención corporativa.

A esta cuidada disposición espacial se suma un factor clave en la gestión del centro: la climatización integral de la nave. Palomar apunta que el hecho de que el nuevo punto de venta esté climatizado no solo facilita la estancia y prolonga el tiempo de visita de los clientes, sino que mejora notablemente el ambiente de trabajo y el confort diario del equipo humano. **Un equipo que ha alcanzado la cifra de 20 personas, combinando a profesionales con un bagaje de hasta 12 años en la casa con nuevos miembros que se incorporan a un proyecto en constante crecimiento.**



Asimismo, el gerente de BigMat Ferretería Tarancón insiste en la importancia de disponer de una gran capacidad de almacenaje. Esta infraestructura permite realizar compras de gran volumen a precios competitivos, garantizando márgenes adecuados y trasladando condiciones ventajosas al comprador final.

El respaldo de la red BigMat y la expansión multiespecialista

La evolución de BigMat Ferretería Tarancón confirma que la **pertenencia a un grupo líder resulta un elemento diferenciador** en la distribución actual.

Estar agrupado hoy en día es vital y necesario. Si estás solo es muy difícil poder acceder a proveedores, lograr precios de compra competitivos o acceder a cierta mercancía. Para mí, BigMat es ahora mismo el mejor grupo en materiales de construcción y ferretería, y estamos a la cabeza del sector, afirma Julián Palomar. Y añade sobre el valor humano y operativo de la red: *Por supuesto, el apoyo de los compañeros es fundamental; ante cualquier necesidad siempre están dispuestos a prestar ayuda. Por ejemplo, a través del almacén logístico centralizado te pueden ayudar a conseguir una sola unidad de producto a precio de grandes compras. Los beneficios son infinitos, contando además con un soporte en marketing y consultoría al que no tendríamos acceso de no estar en el Grupo BigMat.*

El impacto positivo de esta nueva etapa es analizado también desde la estructura de apoyo al punto de venta de la central. **José Antonio Gómez González, responsable regional de Punto de venta de Grupo BigMat,** subraya la consolidación de la firma como referente comarcal: *BigMat Ferretería Tarancón es un claro referente en la zona y, con la unificación y puesta en marcha del nuevo punto de venta, han logrado incrementar significativamente tanto la clientela como el volumen de ventas. Esta tienda tiene un enorme potencial. El punto diferencial y la clave del éxito radica en que en el anterior local no disponían del espacio nece-*



▲ Equipo profesional de BigMat Ferretería Tarancón.

sario para mostrar todo su catálogo. Actualmente todo el producto está expuesto, lo que se traduce de forma directa en negocio: en el pasado había productos que no se vendían simplemente porque no estaban a la vista. Crecer en espacio y tener el producto bien ordenado y visible permite al comprador pasearse por las secciones, ver, comparar e incluso tocar la mercancía.

Gómez González destaca, además, **la capacidad de la tienda para evolucionar hacia un modelo multiespecialista sin perder su esencia:** «Habiendo comenzado muy especializados en ferretería y tornillería, el respaldo de BigMat les ha permitido expandirse con éxito a familias como fontanería, construcción, jardinería e incluso electricidad, aportando valor mediante una visibilidad y posicionamiento estratégico en áreas donde ya eran expertos. Es una tienda diseñada para toda clase de compradores, desde el profesional de la obra hasta el cliente particular».

▼ Diferentes zonas del nuevo punto de venta.





grupopuma

PEGOLAND PROFESIONAL MAX ^{S1}



CUIDA TU SALUD Y DEL MEDIO AMBIENTE



Máximo rendimiento
(60% más que adhesivo convencional).



Menos kg
para mismos m².



Materias primas
recicladas.



Menos impacto
en transporte.



Formato 15 kg,
más fácil de llevar.



Menos Huella
de Carbono.

“Es muy importante saber que detrás hay un equipo que responde, porque en logística siempre pueden surgir imprevistos”

Crecer también implica adaptar la forma de trabajar. Para Saneamientos Pereda, una empresa familiar con más de 65 años de trayectoria, la logística se ha convertido en una de las áreas clave de esa evolución. De la mano de Grupo Ibricks, la compañía ha encontrado una estructura con la que ganar flexibilidad, profesionalizar su operativa y dar respuesta a necesidades de transporte cada vez más diversas.



◀ A la izquierda Jesús Díaz, responsable del área de exposición de Saneamientos Pereda con Alejandro Rodríguez, director de logística de Grupo Ibricks.

Fundada en Oviedo en 1959 como una empresa familiar dedicada a la fontanería y el sanitario, **Saneamientos Pereda ha ido ampliando su actividad hasta ofrecer soluciones tanto al profesional como al cliente particular.**

A lo largo de esta trayectoria, la compañía ha ido adaptando sus productos, servicios y procesos a las nuevas necesidades del mercado, manteniendo el carácter cercano con el que nació. **Con el paso de los años, esa evolución también se ha reflejado en su operativa y en la necesidad de contar con una estructura logística capaz de responder a un mayor volumen y a situaciones cada vez más diversas.**

El momento de dar un paso más

Durante muchos años, el transporte estuvo en manos de un profesional autónomo con el que Saneamientos Pereda había construido una relación cercana y un servicio basado en la confianza. Su jubilación llegó en un momento en el que el crecimiento de la compañía empezaba a exigir una operativa diferente.

“Necesitábamos una estructura que nos permitiera tener más flexibilidad, especialmente a la hora de gestionar cargas superiores a un camión, y que pudiera adaptarse mejor a nuestro volumen y a nuestra forma de trabajar”, explica Jesús Díaz, responsable del área de exposición de Saneamientos Pereda.

Es en esta nueva etapa cuando la logística de Grupo Ibricks pasa a formar parte de su operativa. ***“Ibricks nos ha permitido dar un paso más en nuestra logística, ganando flexibilidad y capacidad para adaptarnos a las necesidades de cada momento”***, destaca Jesús.

Una solución para necesidades muy diferentes

Una de las ventajas de esta nueva operativa es poder concentrar diferentes necesidades de transporte en un mismo servicio.

“Para nosotros supone ganar en profesionalización y flexibilidad en el área de logística. Poder centralizar diferentes necesidades, desde una entrega en obra hasta un servicio de paquetería o palettería, nos permite simplificar mucho la gestión y adaptarnos mejor a cada situación”, explica Jesús Díaz.

Esa capacidad adquiere todavía más importancia en momentos de mayor demanda. Si durante una semana la compañía necesita disponer de uno o dos camiones adicionales para responder a sus clientes, contar con una estructura capaz de absorber esa necesidad aporta un margen de actuación que anteriormente resultaba más difícil conseguir.

El verdadero servicio empieza cuando surge un problema

En logística, no todo depende de que una mercancía llegue de un punto a otro. Para Saneamientos Pereda, una parte importante del servicio está también en la capacidad de respuesta cuando algo no sale según lo previsto.

“Es muy importante saber que detrás hay un equipo que responde, porque en logística siempre pueden surgir imprevistos. Tener a alguien que te informa de lo que ha ocurrido y, sobre todo, que busca una solución, hace que no estés tan expuesto ante este tipo de situaciones”, destaca Jesús Díaz.

“Al final, no se trata solamente de transportar una mercancía, sino de tener la tranquilidad de que, cuando surge un problema o una necesidad puntual, hay un equipo detrás capaz de reaccionar”, añade.

Una logística que gana fuerza cuando se comparte

El transporte afronta un escenario complejo. La disponibilidad de recursos y la falta de conductores pueden convertirse en retos cada vez más importantes para empresas que necesitan garantizar regularmente el movimiento de mercancía.

Para **Jesús Díaz**, es precisamente ante este tipo de situaciones cuando pertenecer a una estructura común cobra todavía más sentido. ***“Cuando unimos esfuerzos y recursos, es más fácil tener capacidad para afrontar necesidades puntuales y adaptarse a las circunstancias. Tener una estructura conjunta y poder apoyarnos en un grupo nos permite disponer de más***



▲ Hoy, su oferta abarca ámbitos como fontanería, calefacción, sanitarios, grifería, mobiliario y accesorios de baño, materiales de construcción, electricidad, pintura, jardinería o herramientas.

recursos y más capacidad de respuesta que si cada empresa tuviera que afrontar estas situaciones por separado”.

Esta visión abre también una oportunidad para el propio modelo logístico de Grupo Ibricks: a medida que más asociados concentran necesidades y volumen dentro de una misma red, aumenta la capacidad de consolidar servicios y construir una estructura que aporte mayor estabilidad y seguridad al conjunto.

Ibricks, más allá de las compras

La logística es un ejemplo de lo que Saneamientos Pereda buscaba cuando decidió incorporarse a Ibricks. La compañía quería aprovechar las sinergias y ventajas competitivas que supone pertenecer a un grupo de empresas con necesidades y objetivos comunes, pero también aprender y compartir experiencias con otros asociados.

Después de más de 65 años, Saneamientos Pereda mira al futuro con la misma filosofía con la que ha construido su trayectoria: aprovechar los cambios para seguir mejorando el servicio sin perder su esencia.



GAMMA La Cueva inaugura la reforma de sus nuevas instalaciones

GAMMA La Cueva celebró recientemente la inauguración de la reforma de sus instalaciones ubicadas en la localidad asturiana de Muros de Nalón, una inauguración que representa un paso importante que marca el inicio de una nueva etapa para el almacén. El evento congregó a más de 200 personas, entre clientes, colaboradores, amigos y profesionales del sector que quisieron acompañar al equipo en este momento tan especial.

Durante la jornada, los asistentes pudieron conocer de primera mano las mejoras realizadas en las instalaciones, concebidas para ofrecer una experiencia más cómoda, moderna y adaptada a las necesidades tanto de profesionales como de particulares.

La inauguración contó también con la presencia de miembros del equipo comercial de **GAMMA GROUP**, que acompañaron al almacén durante el acto y quisieron mostrar su apoyo en el arranque de esta nueva etapa.

Desde **GAMMA La Cueva** han valorado muy positivamente la gran asistencia obtenida, destacando el respaldo recibido por parte de clientes y colaboradores. El éxito de la convocatoria refleja la sólida vinculación del almacén con su entorno y refuerza su compromiso de seguir ofreciendo un servicio de calidad y una oferta cada vez más completa para evolucionando y dar respuesta a las necesidades actuales del mercado, manteniendo la cercanía y la confianza que le caracterizan.



▲ Instalaciones de GAMMA La Cueva en la localidad asturiana de Muros de Nalón.



◀ De izqda. a dcha.: Pastor Avilés y José Manuel Veiga, de GAMMA GROUP; Raquel González Iglesias, gerente de GAMMA La Cueva; y Esteve Vilardell, de GAMMA GROUP.



◀ Detalles de la nueva exposición.

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



Cofinanciado por:



“Para competir hoy, hay que formar parte de algo más grande”

Grandes superficies, nuevas formas de comprar y un mercado cada vez más concentrado están cambiando las reglas de la distribución.



▲ La evolución de Pavimarsa queda perfectamente reflejada en estas dos imágenes.

La historia de Pavimarsa comienza en 1980 en Navas del Rey (Madrid), vinculada desde sus orígenes a la venta de azulejos, pavimentos cerámicos, sanitarios y mobiliario de baño. Desde entonces, la compañía ha experimentado una importante evolución, ampliando progresivamente sus instalaciones, su oferta y su capacidad de servicio hasta consolidar un modelo en el que el producto comparte protagonismo con el asesoramiento y la experiencia del cliente.

La experiencia del cliente como elemento diferencial

En un mercado en el que el consumidor dispone cada vez de más alternativas, conseguir que el cliente visite físicamente una exposición se ha convertido en uno de los principales retos para la distribución especializada.

Las instalaciones de Pavimarsa están especialmente orientadas al particular, aunque también trabajan con reformistas, constructores, interioristas y otros profesionales que acuden acompañados de sus clientes para desarrollar sus proyectos.

Para Ignacio Redondo, una vez que alguien decide desplazarse hasta el establecimiento, comienza una parte fundamental del trabajo: escuchar, orientar y ayudarle a tomar decisiones ante una oferta que puede resultar compleja sin el asesoramiento adecuado.

“Nuestro objetivo es que cada cliente que entra en la exposición se sienta atendido, bien asesorado y se lleve una buena experiencia. Ante una oferta tan amplia, nuestra labor es escuchar, orientar y ayudarle a encontrar la solución que mejor se adapte a sus necesidades”, explica Ignacio Redondo.

Una atención que va más allá de cerrar una venta y que refleja una forma de entender el negocio basada en el conocimiento, la cercanía y el servicio.

Competir en un mercado que ha cambiado

La evolución de la distribución ha transformado también las reglas del juego. La entrada de grandes superficies, una mayor concentración empresarial y un consumidor con más opciones obligan al distribuidor tradicional a buscar nuevas herramientas para seguir siendo competitivo.

Frente a modelos basados principalmente en volumen y precio, **la compañía apuesta por la especialización, el servicio y el conocimiento del producto**, especialmente en aquellos proyectos en los que el asesoramiento adquiere un mayor valor.

En este contexto, sumar fuerzas resulta cada vez más necesario para que las empresas independientes puedan competir frente a operadores de mayor dimensión.

“En el contexto actual, formar parte de una estructura más amplia es fundamen-

tal para poder competir. Contar con una negociación global nos permite ganar capacidad frente a superficies de mayor dimensión y afrontar el mercado desde una posición más sólida”, señala Ignacio Redondo.

Una reflexión que resume uno de los grandes desafíos actuales del sector: conservar la independencia sin tener que afrontar el mercado en solitario.

Ibricks: mucho más que una negociación conjunta

La incorporación de Pavimarsa a Ibricks partió, precisamente, desde cierta desconfianza hacia el modelo tradicional de las centrales de compras. Una percepción que fue cambiando a medida que la compañía conoció el funcionamiento de la central y las diferentes posibilidades que ofrecía.

“Inicialmente era bastante escéptico respecto al modelo de las centrales de compras. Con el tiempo descubrimos en Ibricks una forma de trabajar diferente, donde la transparencia es fundamental y a la capacidad de negociación se suman la información, el acompañamiento y los servicios que pone a disposición del asociado”, afirma Ignacio Redondo.

Pavimarsa tiene clara su apuesta: seguir compitiendo desde la especialización, el asesoramiento y el servicio, sumando la fuerza de pertenecer a Ibricks y potenciando la identidad construida durante más de cuatro décadas

La negociación de precios y rappels con fabricantes continúa siendo uno de los aspectos más valorados, **pero a ello se suman el acceso a información sobre el sector, el apoyo ante determinadas situaciones con proveedores** y diferentes soluciones orientadas a facilitar el día a día del asociado. Entre ellas se encuentran la gestión de redes sociales, el apoyo en páginas web, los proyectos de renovación de establecimientos o las soluciones de transporte. Servicios que cada empresa puede incorporar en función de sus necesidades y que amplían el valor tradicional de una central de compras.

En el caso de Pavimarsa, **Ignacio destaca especialmente la gestión de sus canales digitales:** *“Para nosotros es importante contar con un equipo que conoce el sector y entiende nuestro negocio. Eso simplifica mucho la gestión y nos permite confiar en que los contenidos responden realmente a nuestra actividad y a nuestros clientes”.*

Seguir avanzando en un escenario cada vez más exigente

Cuando Ignacio Redondo habla del futuro, lo hace desde una visión realista. El objetivo no pasa por crecer a cualquier precio, **sino por continuar haciendo bien las cosas y adaptarse a un entorno cada vez menos previsible.**

Tecnología, inteligencia artificial, nuevas formas de exposición, evolución de la competencia o cambios en el comportamiento del consumidor son algunos de los retos a los que la distribución deberá seguir prestando atención.

“Nuestro objetivo es seguir haciendo las cosas bien, mantenernos al día de los cambios que se están produciendo en el sector y aprovechar las nuevas herramientas que puedan ayudarnos a evolucionar, siempre manteniendo el nivel de servicio y la confianza de nuestros clientes”, resume Ignacio Redondo.

En un escenario marcado por la concentración y el crecimiento de grandes superficies, **Pavimarsa apuesta por continuar evolucionando desde la especialización y el servicio, manteniendo la identidad** construida durante más de cuatro décadas y sumando el respaldo de Ibricks para afrontar los nuevos desafíos del sector. Porque competir desde la independencia no tiene por qué significar hacerlo solo.



IBERGROUP

IMPULSANDO EL ÉXITO COLECTIVO
EN LA INDUSTRIA DE LA CONSTRUCCIÓN

ELEVAMOS EL VALOR DE TUS PROYECTOS
A TRAVÉS DE SOLUCIONES INTEGRALES

chafiras

construdeco

DISCESUR

DURAN

SUMINISTROS
IBIZA

JORGE FERNANDEZ

laguardia
& moreira

LAVIN

manau
MATERIALES PER A LA CONSTRUCCIÓ I LA LLAR

matteria
CERÁMICA Y BAÑOS

montejo

pérezlázaró

terrapilar
MATERIALES PARA CREAR

UNAMACOR



www-ibergroup.com.es



915 391 881



Velázquez 157 - 1ª planta | Madrid

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



Grupo Fajovi: cuatro décadas de evolución, innovación y diversificación junto a Grupo Ibricks

De sus orígenes vinculados al sector cerámico a una propuesta que hoy abarca diferentes ámbitos de la construcción, la reforma y el hogar. Grupo Fajovi afronta cerca de cuatro décadas de trayectoria manteniendo una misma filosofía: evolucionar, diversificar y encontrar nuevas formas de dar respuesta a las necesidades de sus clientes.



◀ Entrada principal a las instalaciones de Fajovi en la localidad de Daya Nueva (Alicante).

Hablar de Fajovi es hacerlo de una empresa que ha convertido la evolución en una constante durante toda su trayectoria. Desde sus primeros pasos vinculados a la colocación de pavimentos y revestimientos cerámicos, la compañía ha ido creciendo y ampliando progresivamente su actividad hasta construir una propuesta cada vez más amplia y especializada. Una evolución que no ha cambiado la filosofía que ha acompañado a la empresa durante todos estos años: poner al cliente en el centro y ofrecer un servicio capaz de responder de forma integral a sus necesidades. **“En Fajovi entendemos la profesionalidad como un servicio al cliente”, resume Pedro Gumbao, director general de Grupo Fajovi.**

La evolución como parte de su identidad

La historia de la compañía ha estado marcada por una búsqueda constante de nuevas oportunidades y por la incorporación progresiva de nuevas áreas de especialización. Partiendo de su experiencia en la comercialización de materiales y productos cerámicos, **Fajovi ha ampliado su actividad hacia ámbitos como la cerámica de gran formato, las fachadas ventiladas, las cocinas o las soluciones vinculadas a la eficiencia energética.**

A esta evolución se suma también la elaboración y mecanizado de material porcelánico, que permite a la compañía ofrecer soluciones adap-

tadas a las necesidades de cada proyecto y ampliar las posibilidades de un material cada vez más presente en diferentes aplicaciones.

Este crecimiento se refleja también en la dimensión de sus instalaciones. En Daya Nueva (Alicante), la compañía cuenta con cerca de 3.000 m² de exposición y 5.000 m² de almacenes, a los que se suman en Elche otros 1.500 m² de exposición y alrededor de 1.200 m² de almacén. Una estructura que acompaña la diversificación del negocio y su capacidad para dar respuesta a diferentes perfiles de cliente y proyectos.

Esta capacidad para diversificar el negocio ha permitido ampliar su propuesta y acompañar a profesionales y particulares en cada vez más fases de sus proyectos. Una filosofía que continúa presente en las decisiones estratégicas de la empresa: crecer sumando capacidades y conocimientos que refuercen su identidad y amplíen su capacidad para aportar valor al cliente.

Mucho más que producto

Uno de sus grandes elementos diferenciales es la forma de entender el servicio. La compañía no plantea su actividad únicamente desde la venta de materiales, sino desde la capacidad de aportar soluciones y acompañar al cliente durante todo el proceso.

Para ello combina experiencia, conocimiento técnico y nuevas herramientas que permiten ofrecer un asesoramiento cada vez más completo. **“El principal valor diferencial es el servicio”, señala Pedro Gumbao al explicar la filosofía de la compañía.** Una idea que refleja la importancia que Fajovi concede al asesoramiento y a la cercanía con el cliente.

La innovación también ha adquirido un papel fundamental dentro de esta evolución. La empresa ha apostado por herramientas de diseño y visualización que permiten acercar al cliente al resultado final de sus proyectos, al mismo tiempo que ha desarrollado áreas cada vez más especializadas.

Fajovi e Ibricks: sumar capacidades para seguir creciendo

En esta trayectoria de evolución, formar parte de Ibricks permite al asociado sumar a su experiencia y conocimiento del mercado el respaldo de una central con capacidad para reforzar su competitividad y generar nuevas oportunidades.

La capacidad de negociación, el acceso a una amplia red de proveedores, las condiciones comerciales y los diferentes servicios desarrollados desde la central complementan una estructura empresarial consolidada y permiten a la compañía continuar avanzando desde una posición de mayor fortaleza.

“Formar parte de Ibricks nos permite mantener nuestra independencia y nuestra forma de hacer las cosas, pero con el respaldo de una estructura que nos aporta capacidad de negociación, acceso a nuevas oportunidades y herramientas para seguir creciendo. Para nosotros es importante sentir que pertenecemos a un grupo que suma a nuestro proyecto y nos acompaña en nuestra evolución”, destaca Pedro Gumbao, director general de Grupo Fajovi.

Una forma de entender la relación entre central y asociado basada precisamente en sumar capacidades. La compañía mantiene su identidad, autonomía y conocimiento del mercado, **mientras encuentra en Ibricks una estructura capaz de acompañar su crecimiento** y aportar soluciones en diferentes áreas del negocio. Esta combinación permite afrontar un mercado cada vez más exigente con mayores recursos y nuevas oportunidades, uniendo la experiencia y especialización del asociado con la fuerza y el respaldo de la central. Después de cerca de cuatro décadas de trayectoria, el objetivo ahora es seguir avanzando, atentos a las nuevas necesidades del mercado y a las oportunidades que permitan continuar haciendo crecer el proyecto.



▲ Diferentes detalles de la bonita y muy cuidada zona de exposición.

NUEVO

BATIDOR +
LIMPIADOR

2 EN 1

Mezcla homogénea

2025

INNOVACIÓN

MADE IN SPAIN



BATIDOR



LIMPIADOR

+ VER VÍDEO



REF: 08186



matdecó
GRUP

MUCHO MÁS QUE UN GRUPO DE COMPRAS

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

**JUNTOS SOMOS
MÁS FUERTES**

Amargant

almacenes
femenías

MATERIALS
GISBERT

JODUL


Oliveras
MATERIALS PER A LA CONSTRUCCIÓ


SERVICIOS
PALAU

solomat
soluciones de construcción y protección

CONSTRUCENTER
SUMCO
BRICOMARKET

También es noticia...

BIGMAT APOYA A FUNDELA Y LA INVESTIGACION DE LA ELA A TRAVÉS DEL I MEMORIAL URBANO GONZÁLEZ ESCAPA

BigMat se ha sumado al I Memorial Urbano González Escapa, un evento deportivo y solidario que reunió al Real Madrid y al Baskonia en un encuentro de pretemporada celebrado el pasado mes de septiembre, y cuya recaudación estará destinada a apoyar la investigación de la esclerosis lateral amiotrófica (ELA) a través de FUNDELA (Fundación Española para el Fomento de la Investigación de la Esclerosis Lateral Amiotrófica).

La participación de BigMat en el **Memorial se articula a través de BigMat Mosaicos León, socio del Grupo en la provincia**, que figura como patrocinador de la iniciativa. Esta colaboración refleja el compromiso de BigMat con sus socios y con los territorios en los que desarrollan su actividad, apoyando iniciativas de carácter social y deportivo que generan un impacto positivo en sus comunidades.



▲ Representantes de BigMat y de FUNDELA en la presentación del patrocinio.

GAMMA PARTICIPA EN LA 8ª EDICIÓN DE LA "VERTICAL DE MONTSERRAT" REAFIRMANDO SU COMPROMISO SOCIAL



▲ De izquierda a dcha.: Marcel Sibila Vidal, Laia Albusua Ruiz, Marta Calduch Ruiz i Marina González Bernal.

El equipo "Somos GAMMA" completa la Vertical de Montserrat, una iniciativa solidaria para apoyar la investigación en enfermedades infantiles y la atención a menores en situación de vulnerabilidad. **Se grata de una iniciativa solidaria que tiene como objetivo recaudar fondos destinados a programas de investigación en enfermedades infantiles, así como a proyectos de atención a menores en situación de vulnerabilidad.**

La participación de **GAMMA en esta cita solidaria refleja valores profundamente arraigados en su ADN corporativo**, como la colaboración, el trabajo en equipo y el compromiso con la sociedad. El equipo completó el recorrido con entusiasmo e ilusión, contribuyendo con su esfuerzo a una causa de gran impacto social.

GAMMA PARTICIPA EN LA 3ª "FIRA BORSA DE TREBALL" DE UMANRESA PARA IMPULSAR EL TALENTO JOVEN

GAMMA participó en la "3ª Fira Borsa de Treball" organizada por UManresa, un espacio de encuentro entre empresas y alumnado de los Ciclos Formativos de Grado Superior en Comercio Internacional y Administración y Finanzas, que próximamente iniciarán sus prácticas curriculares en empresa.

Durante la jornada, **se presentó el proyecto pionero «Competencias estratégicas para el talento del futuro»**, impulsado por UManresa. Esta iniciativa cuenta con la participación activa del alumnado, que ha podido vivir experiencias formativas entre las que destaca una estancia internacional en China para conocer de primera mano su cultura empresarial.

Con su participación en esta feria, **GAMMA reafirma su compromiso** con la colaboración con centros formativos y el desarrollo del talento joven.



▲ De izqda. a dcha.: Anna Bonells Ribo i Mamen Martínez Blanes con un estudiante durante la reunión.

Máxima Individualidad.



EUROMAT ADQUIERE EL ALMACÉN DE MATERIALES DE CONSTRUCCIÓN GIL EN LA LOCALIDAD DE VIC

El distribuidor de materiales de construcción **EUROMAT** ha anunciado la adquisición de **Materiales de Construcción Gil**, un almacén de referencia ubicado en la localidad de Vic, en la provincia de Barcelona. Con esta operación, EUROMAT refuerza su presencia territorial y consolida su posicionamiento en la comarca de Osona y Ripollès, donde ya estaba presente con cinco puntos de venta en las localidades de Manlleu y Ripoll; dos son exposiciones de cocinas y baños, dos ferreterías y dos almacenes de materiales de construcción.

EUROMAT es una empresa de materiales de construcción, fontanería y ferretería fundada en Manlleu (Barcelona) en el año 1994 **por los hermanos Xevi y Sagi Coromina** con el objetivo de crear un negocio focalizado en el diseño y distribución de material de construcción de proximidad. La empresa se encuentra inmerso actualmente en el proceso de continuación generacional, y esta adquisición contribuye a su aspiración de continuar su expansión por el interior de Cataluña mediante el desarrollo de un modelo de negocio manteniéndose fiel a los valores de honestidad, trabajo duro y cercanía que han impulsado su crecimiento a lo largo de sus 30 años de historia.

Materiales de Construcción Gil es todo un almacén de referencia en la localidad de Vic. Creado en 1923 por Jaume Gil i Riera, la empresa familiar fue pasando a manos de las distintas generaciones de la familia. **Actualmente, la empresa estaba dirigida por Pere Gil Marés**, representante de la cuarta generación quien la expandió para convertirse en todo un referente local en el suministro de materiales de construcción en la comarca de Osona. Para la empresa, esta operación representa una manera de dar continuidad al espíritu de trabajo que ha impulsado este almacén desde sus inicios. Con esta adquisición, EUROMAT consolidará una facturación de alrededor de unos 10 millones de euros.



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



JOSÉ LUIS GUIBERT

DIRECTOR GENERAL DE EGA PERFIL

“Fue el germen que hizo que en el 2006 fundásemos EGA PERFIL con la idea de entrar con nuestros perfiles en el mercado de la construcción. En el 2012 integro ambas actividades en EGA PERFIL y asumo la dirección general de la empresa hasta el día de hoy”.

Navarro y afincado en Estella, José Luis Guibert Bayona, 50 años, está casado y es padre de dos hijas. Diplomado en ciencias Empresariales y Licenciado en Administración y Dirección de Empresas por la UPNA, su carrera profesional comenzó en el año 2000 en PERFIL ESPAL S.L., una pequeña empresa familiar fabricante de perfiles para el sector agrícola (espaldera de viña).

Texto: Ramon Capdevila / Fotos: L'informatiu



¿Quién es el Grupo Amixalan?

Amixalan es un grupo empresarial multisectorial de origen navarro, integrado por empresas del sector energético, industrial y de la construcción.

Apostamos por el desarrollo del tejido empresarial y la conservación y generación de empleo de calidad, creando un ecosistema de empresas que comparten sinergias, visión y operativa para impactar en el mercado global.

¿Qué ha supuesto para EGA Perfil entrar a formar parte de este Grupo?

La entrada en el GRUPO AMIXALAN ha planteado nuevos retos (mercados, productos, sectores) y para ello se aprobó un plan de inversión 2024-2027 en inversiones orientadas al sector fotovoltaico y al desarrollo e internacionalización del sector construcción.

EGA PERFIL desde la integración en el GRUPO AMIXALAN ha acometido los siguientes hitos

- Apertura de filiales comerciales en Francia y UK
- Tres sectores de actividad (agricultura, construcción y fotovoltaico)
- Nuevas Líneas productivas
- Alcanzar una capacidad productiva de unas 100.000 Tm/año
- Incremento de la plantilla en un 30%

Felicidades por estos primeros 25 años...

Muchas gracias. La verdad es que es un orgullo poder celebrar estos 25 años y esperamos poder celebrar muchos más. Han sido 25 años de un trabajo muy duro por parte de todas y cada una de las personas que integran EGA PERFIL, pero que nos ha llevado hasta lo que somos a día de hoy: una de las principales empresas navarras en el sector del perfil en frío, y uno de los grandes actores nacionales en el mercado del perfil del cartón-yeso.

Estoy seguro que nos quedan

muchos más años porque las nuevas generaciones que ya se van incorporando tienen mucho potencial y entre todos seguiremos haciendo de EGA PERFIL una empresa de referencia.

¿Cómo definiría la importancia que ha tenido el equipo humano en estos 25 años?

Total. No hay duda que para las empresas tiene mucha importancia tener un buen producto, unos buenos medios productivos, cumplir unos plazos de entrega, etc., pero todo esto sin un buen equipo detrás es muy difícil de cumplir y esto es lo que tenemos en EGA PERFIL.

Las empresas las hacen las personas que trabajan en ellas y forman parte de su capital humano y, por suerte, en EGA PERFIL lo tenemos y trabajamos para que siga siendo un pilar de la empresa.

Háblenos de los productos de EGA Perfil.

Actualmente, EGA PERFIL trabaja en tres sectores fundamentalmente: AGRÍCOLA, con perfiles para espaldera de viña; CONSTRUCCIÓN, con perfiles para tabiquería de cartón-yeso, fachadas y Steel Frame; y FOTOVOLTAICA, con perfiles para estructuras fijas y seguidores solares, todos ellos fabricados en acero con distintas calidades, espesores y recubrimientos por un proceso de perfilado en frío.

¿Cómo definiría su actual posicionamiento en el mercado?

Me atrevería a decir que en estos momentos EGA PERFIL es una de las empresas más importantes a nivel nacional en los sectores en los que está presente. Tenemos el reto de la internalización, un reto que nos viene condicionado por el tipo de producto que fabricamos, y que por desgracia nos limita los mercados en los cuales podemos ser competitivos, y más en estos momentos que los costes logísticos se han disparado.

¿Alguna innovación o novedad de producto en el horizonte?

Si, en estos momentos nos encontramos trabajando en un nuevo sistema constructivo llamado Steel Frame, que todavía en España no tiene un gran volumen, pero estoy convencido que en un futuro tendrá un crecimiento importante.

Steel Frame utiliza estructuras de acero, y engloba el diseño y la instalación de los componentes. Es un sistema de "construcción en seco" que utiliza perfiles de acero galvanizado tipo "C" y "U". Su estructura ligera y resistente se compone de una serie de perfiles que se ensamblan para formar el esqueleto de la construcción. Este método permite una rápida y eficiente construcción, reduciendo los tiempos de obra y los costos asociados. Además, el Steel Frame es altamente duradero, resistente a plagas y hongos, y contribuye significativamente a la eficiencia energética de los edificios.

¿Qué tipo de materiales utiliza?

A diferencia de la construcción tradicional, que utiliza materiales pesados como el hormigón y la mampostería (ladrillos, bloques, piedras...) Steel Frame emplea elementos de acero muy ligeros industrializados y preparados en fábrica para su posterior ensamblaje en obra.

Esta tecnología permite crear estructuras ligeras, resistentes y duraderas, con una gran flexibilidad de diseño. Además, el **sistema estructural Steel Frame** destaca por su rapidez de ejecución, menor impacto ambiental y excelentes propiedades de aislamiento térmico y acústico. A diferencia de la construcción tradicional de hormigón, el sistema Steel Frame no solo cumple su función estructural, sino que además da forma a la construcción, por lo que los trabajos de mampostería posteriores no son necesarios.

▼ Instalaciones de EGA PERFIL en la localidad navarresa de Villatuerta.



Además, colaboramos con una ingeniería especializada en el sistema Steel Frame para adaptar al mismo proyecto que puedan venir definidos en otros materiales o para trabajarlos desde cero con el citado sistema. Así, vamos a poner al servicio de nuestros distribuidores jornadas de formación e instalación para que puedan invitar a sus clientes principales y sean capaces de prescribirlo.

También se está trabajando en posibles colaboraciones con empresas que trabajan la construcción industrializada, ya sea para interior de las mismas o estructura.

¿Cómo valora la situación actual de la construcción en España?

La situación actual de la construcción en España se enfrenta a varios desafíos que requieren de una atención inmediata. Entre los principales problemas se encuentran la escasez de vivienda, el aumento de los costes de los materiales y, como consecuencia, el incremento del precio de los hogares que está provocando que el acceso a la primera vivienda ya sea mediante la compra de la misma o en régimen

de alquiler cada vez más difícil a día de hoy. Todos estos factores están influyendo en la rentabilidad de las empresas constructoras y que, además, a todo lo comentado anteriormente, tienen que sumar el problema de la mano de obra.

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

La distribución es fundamental, es la manera de aportar valor añadido a los distintos productos que se trabajan en el mercado ya que son ellos quienes hacen la prescripción del sistema, aportan conocimientos

técnicos, etc., en definitiva, ponen en valor a los fabricantes.

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

Creo que el sector de la construcción por motivos expuestos anteriormente, como puede ser la falta de mano de obra o nuevos sistemas constructivos, se enfrenta a nuevos retos y nuevas formas de trabajar (la construcción industrializada es un ejemplo) y para ello es muy importante la formación.



▲ Nuevo sistema constructivo Steel Frame, una tecnología que permite crear estructuras ligeras, resistentes y duraderas, con una gran flexibilidad de diseño.

Baixens presenta el nuevo Sistema Acrilastic Thermo Reflect, que combina impermeabilización, aislamiento y alta reflectancia solar

La empresa amplía su gama de impermeabilización con tres nuevas soluciones desarrolladas para proteger y mejorar el comportamiento térmico de cubiertas, terrazas, fachadas y todo tipo de superficies exteriores. Los nuevos PX-35 Acrilastic Cork Pur, PX-36 Acrilastic Cork Thixo y PX-37 Acrilastic Reflecta pueden utilizarse de forma independiente o combinarse en un sistema que potencia las prestaciones de cada uno de ellos.

La impermeabilización ha dejado de ser únicamente una solución frente a las filtraciones para convertirse en un elemento clave en la durabilidad y el comportamiento energético de los edificios. Con esta premisa, **Baixens** presenta una nueva generación de impermeabilizantes diseñada para ofrecer mucho más que protección frente al agua.

Tres soluciones independientes, un sistema con mayores prestaciones

Los **PX-35 Acrilastic Cork Pur** y **PX-36 Acrilastic Cork Thixo** son impermeabilizantes elaborados con corcho natural que proporcionan, además de una impermeabilización duradera, propiedades termoaislantes y fonoabsorbentes, elevada elasticidad, permeabilidad al vapor de agua y una excelente adherencia sobre múltiples superficies horizontales y verticales.



PX-35 Acrilastic Cork Pur,

formulado a base de resinas acrílicas, poliuretano y con corcho natural, presenta un acabado ligeramente rugoso que lo hace especialmente adecuado para aplicaciones en superficies verticales, donde se busca una estética más uniforme.

PX-36 Acrilastic Cork Thixo,

formulado a base de resinas acrílicas y con un contenido significativamente mayor de corcho natural, ofrece una textura más marcada.





Por su parte, **PX-37 Acrilastic Reflecta** es un impermeabilizante de alta reflectancia solar formulado a base de resinas acrílicas, siloxano y con microesferas de vidrio reciclado, desarrollado para reducir el calor absorbido por las superficies expuestas al sol (horizontales y verticales) gracias a un **Índice de Reflectancia Solar (SRI) de 104**. Además de su capacidad reflectante, ofrece una elevada elasticidad, protección frente a la carbonatación, excelente adherencia y una película protegida frente al desarrollo de algas y microorganismos.

El valor añadido: un sistema que suma prestaciones

Aunque cada uno de estos productos puede emplearse de forma independiente, Baixens ha desarrollado dos configuraciones de sistema que permiten potenciar su rendimiento:

- **PX-35 Acrilastic Cork Pur + PX-37 Acrilastic Reflecta**
- **PX-36 Acrilastic Cork Thixo + PX-37 Acrilastic Reflecta**

En ambos casos, la primera capa aporta impermeabilización continua junto con aislamiento térmico y acústico gracias al corcho natural. Posteriormente, la aplicación de **PX-37 Acrilastic Reflecta** incrementa la reflectancia solar de la superficie gracias a su elevada blancura y a su tecnología de alta reflectancia, reduciendo el calor absorbido y mejorando aún más el comportamiento térmico del conjunto.

El resultado es un sistema multicapa que reúne en una misma solución:

- ✓ Impermeabilización de altas prestaciones
- ✓ Aislamiento térmico
- ✓ Propiedades fonoabsorbentes
- ✓ Alta reflectancia solar
- ✓ Protección frente a la carbonatación
- ✓ Excelente adherencia sobre múltiples soportes
- ✓ Protección frente a la corrosión

Las tres soluciones pueden emplearse sobre **terrazas, cubiertas, fachadas, paramentos verticales, acero galvanizado y otros soportes habituales de la construcción**, adaptándose tanto a proyectos de obra nueva como de rehabilitación.



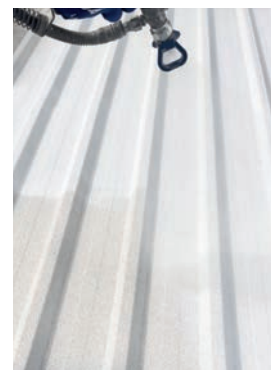
▲ Aplicación PX-35 o PX-36 vertical.



▲ Aplicación RX-37 sobre placa acero galvanizado.



▲ Aplicación RX-35 sobre placa acero galvanizado.



▲ Aplicación PX-37 sobre PX-35 o PX-36 (Sistema Acrilastic Thermo Reflect).

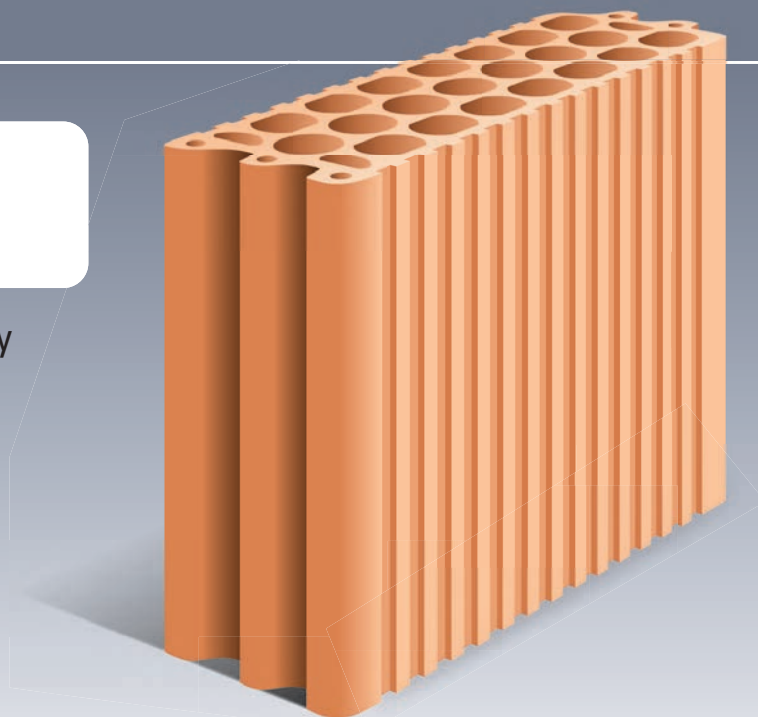


BLOQUE PERFORADO 12

Bloque perforado, aligerado y machihembrado

- Hoja principal de fachada
- Tabiquería interior
- Paredes separadoras
- Muros portantes

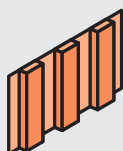
Nuevo



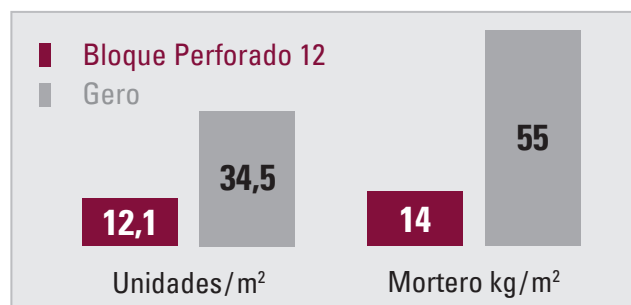
PRODUCTO

Descripción	Dimensiones	Peso ud.	uds. / palé	uds. / m ²	Marcado
Bloque perforado 12	240 × 330 × 120 mm	7,5 kg	96	12,1	CE

VENTAJAS

Junta vertical machihembrada 	74% de ahorro en mortero 	40% más rápido de ejecutar 
---	---	---

AHORRO EN UNIDADES Y MORTERO



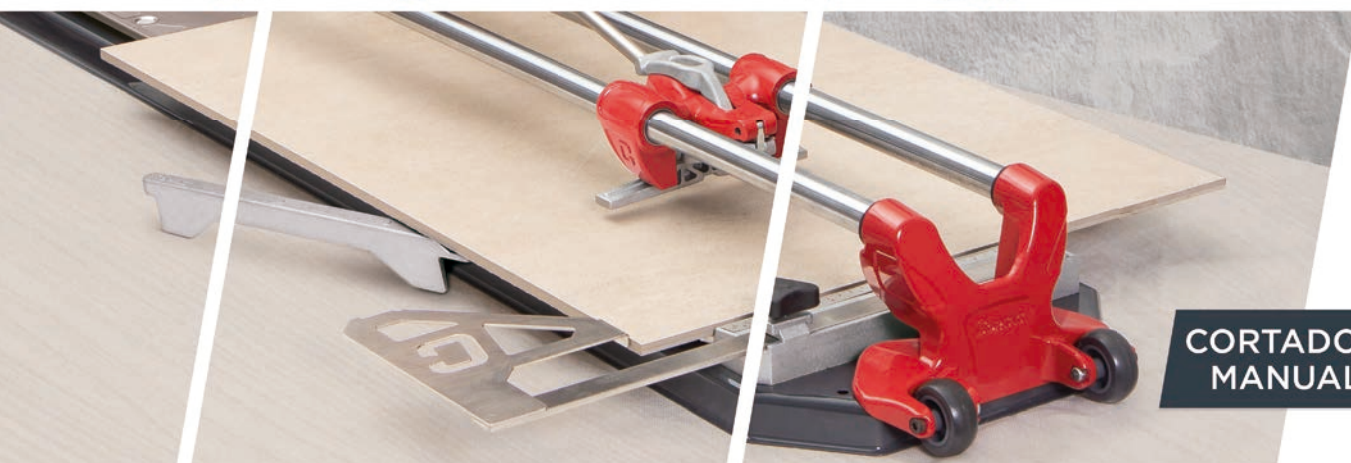
PRESTACIONES

Característica	Valor	Normativa
Resistencia al fuego	EI 120 ⁽¹⁾	CTE DB-SI Seguridad en caso de incendio Valores obtenidos según Anejo F del DB SI (1) Sin revestimiento (2) Enfoscado de mortero de cemento de 1,5 cm en ambas caras (3) Guarnecido de yeso de 1,5 cm en ambas caras
	EI 180 ⁽²⁾	
	EI 240 ⁽³⁾	
Reacción al fuego	Euroclase A1	UNE-EN 13501-1
Aislamiento acústico (dBA)	<i>m</i> 140,86 kg/m ²	CTE DB-HR Protección frente al ruido Valores obtenidos con la Herramienta Certificado Silensis Enfoscado de mortero de cemento de 1,5 cm en ambas caras
	<i>R_A</i> 45,30 dBA	
Resistencia térmica R (m ² ·K/W)	<i>R_{mur}</i> 0,30 m ² ·K/W	CTE DB-HE Ahorro de energía Valores obtenidos mediante ensayo

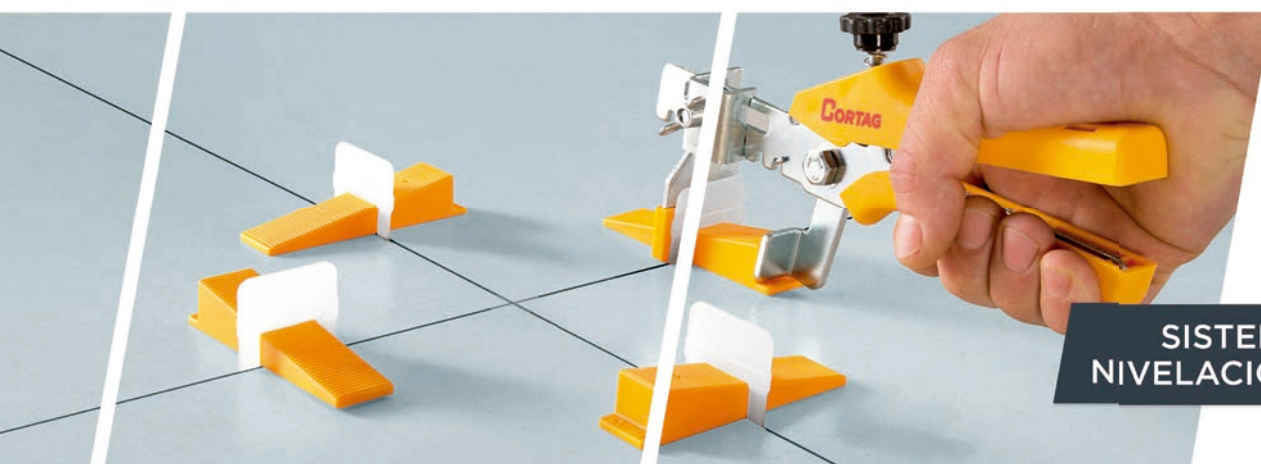
ESPECIALISTA EN HERRAMIENTAS Y ACCESORIOS PARA LA COLOCACIÓN DE REVESTIMIENTOS CERÁMICOS Y PORCELÁNICOS



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



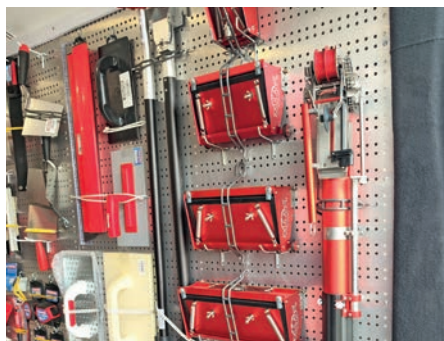
COLOTOOL sobre ruedas: un showroom que acerca las herramientas al punto de venta

El showroom móvil de COLOTOOL acerca la experiencia de producto a distribuidores y profesionales a través de visitas y jornadas activas con demostraciones y formaciones.

En COLOTOOL creemos que hay herramientas que necesitan algo más que una ficha técnica para entender todo lo que puede ofrecer al profesional.

Por eso contamos con un showroom móvil: un espacio en el que reunimos una amplia representación de nuestras soluciones para llevarlas allí donde esten los distribuidores y profesionales.

Un punto de encuentro con la marca que nos permite mostrar las herramientas de una forma mucho más visual, cercana y práctica.



Herramientas en acción y formación en directo

Más allá de la exposición, es un espacio para ver, probar y conocer las herramientas en acción mediante demostraciones y formaciones sobre sus aplicaciones y principales ventajas. Así, ayudamos a los equipos comerciales de nuestros distribuidores a conocer mejor el producto y contar con más argumentos para asesorar a sus clientes.

Además, nuestras jornadas activas pueden dirigirse también al profesional final, convirtiendo el showroom en un punto de encuentro entre COLOTOOL, el distribuidor y el profesional.

Nuestro objetivo está claro: facilitar al distribuidor el conocimiento de los beneficios y ventajas de nuestras herramientas y acercar al profesional las soluciones que COLOTOOL ofrece para su día a día.

De la mano de nuestro equipo comercial, podrás conocer a fondo el funcionamiento de las herramientas, descubrir las ventajas de su diseño y comprobar en directo cómo cada solución responde a diferentes necesidades de trabajo. Una experiencia práctica que permite entender el valor de cada producto más allá de sus características técnicas.



Descubre COLOTOOL de una forma diferente

Para quienes todavía no conocen COLOTOOL, el showroom ofrece una forma visual y cercana de descubrir la amplitud de nuestro catálogo. Diferentes familias de producto, soluciones más específicas y las últimas novedades conviven en un mismo espacio, ofreciendo una experiencia que va más allá del catálogo tradicional.

Nuestro showroom móvil continúa recorriendo ferreterías y almacenes de construcción. Si quieres recibirlo en tu negocio y conocer todo lo que COLOTOOL puede ofrecer a tu punto de venta, ponte en contacto con nosotros para solicitar tu visita.



+34 96 560 77 68 / +34 96 560 55 69



cial@colotool.com

FILA sigue con éxito con sus jornadas

Estas jornadas de demostración organizadas por **Fila España** están muy bien consideradas y cuentan con una muy buena acogida por parte de los almacenes distribuidores de materiales de construcción.

Presentamos en este reportaje imágenes de los responsables de FILA realizando demostraciones y presentaciones de producto en distintos puntos de venta de los distribuidores profesionales de materiales de construcción repartidos por todo el territorio nacional



GRES Y AZULEJOS GALAPAGAR (Madrid)

De izqda a dcha.: Antonio Payán, delegado zona centro y responsable GDS de FILA Solutions Iberia; Manuel López, Gerente, e Ino Álvarez Guadaño.



FERJOSA (Palencia)

José Roca, delegado de zona noroeste de FILA Iberia y José Manuel Nieto, Gerente de Ferjosa.



HERREROCONS (Madrid)

Antonio Payán y Javier Cabanelas, Responsable de Compras.



SEGURA E HIJOS (Madrid)

Antonio Payán, con Sara Segura, directora de Comunicación y Marketing de Segura e hijos; y Ángel Marín, Técnico Promotor de FILA Solutions Iberia.



BIGMAT MOSAICOS ALONSO (Valladolid)

José Roca, con Pablo Alonso, gerente de BigMat Mosaicos Alonso.

de demostración



HERRERO GIL SANZ (Madrid).

Antonio Payán con David García, Responsable de Compras y Luís Herrero



TOLEGRES (Toledo)

De izqda. a dcha.: Emiliano Orozco, Dimas, Carolina Fernández, Elena Gómez y Antonio Payán.

surface
care
solutions

PARA GRANDES MANCHAS DE ÓXIDO, UNA SOLUCIÓN XL

NORUSTXL

ELIMINA ÓXIDO DE CUALQUIER MATERIAL,
INCLUSO EN SUPERFICIES DELICADAS



FILA SOLUTIONS IBERIA S.L. 12592 Chilches (Castellón)

+34 964.590101 | filaiberia@filasolutions.com | www.filasolutions.com | @filasolutionsiberia

USB CHARGING

CT-eLIFTER

Ventosa automática a batería
Apta para superficies rugosas

Empuñadura

Manómetro

Base de goma

Lengüeta de desanclaje

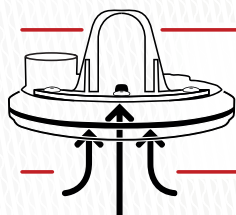
Conector de carga de la batería



200 mm



85



Succión automática
ante la pérdida de presión

www.tomecanic.es

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

**cons
Tools**

**TOMECANIC
HISPANIA S.A.**

Invisible, pero mortal:

El radón es la segunda causa de **cáncer de pulmón** en España

Municipios con potencial radón superior a 300 Bq/m³

En los municipios señalados en naranja, la medición de radón en los centros de trabajo es **obligatoria**.

Si se superan los **300 Bq/m³**, deben tomarse medidas y volver a evaluar.

PROPAM® IMPE FLEX RADÓN es una de las medidas para hacer frente al radón.



Fuente: Mapa de zonificación por municipio de radón, CSN, 2026

PROPAM® IMPE FLEX RADÓN

Impermeabiliza y bloquea el radón en una sola aplicación

- Mortero impermeabilizante.
- Barrera contra el gas radón.





Para jugar con los grandes, mejor en equipo

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

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



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

T. 868 948 784
M. 631 116 358

Info@divendi.es
www.divendi.es



divendi
central de compras



Ayudamos a los profesionales que lo necesitan.

(Aunque no lo reconozcan)



+Obra

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

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

CALIBRIC ONE

BLOQUE CERÁMICO RECTIFICADO



- **Bloque cerámico rectificado.**

- **Colocación con junta fina.**
(Mortero cola calibric o aglutinante monocomponente califix).

- **Se utiliza en:**

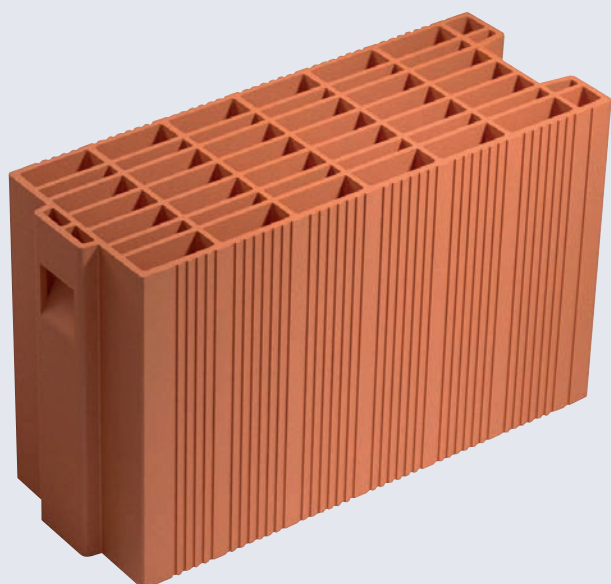
Muro de carga.

Acabado de fachadas

(ventiladas/SATE/revestimiento).

Paredes separadoras.

- **4,8 veces más aislante
que un ladrillo perforado:**
Apto para edificios de bajo consumo.
PASSIVHAUS



URSA PUREFLOC



Lana mineral blanca
que se aplica por insuflado



Instalación
fácil y rápida



Natural y
suave al tacto



Inocuo y libre
de impurezas



Embalaje
optimizado



Sostenible
y reciclable



Gran eficiencia
energética

¡Haciendo
tu vida
más fácil!





THERMOGREEN XPS

MÁS SOSTENIBLE Y ECOLÓGICO

El poliestireno extruido de THERMOGREEN es una espuma rígida, aislante, de carácter termoplástico y de estructura celular cerrada, que aporta a los elementos constructivos donde se incorpora, notables beneficios.

- ✖ Alta capacidad de resistencia mecánica y resistencia frente a agua
- ✖ Conductividad térmica baja, proporcionando un elevado confort térmico
- ✖ Resistente a los ciclos de hielo - deshielo
- ✖ Estabilidad dimensional, resistente al moho y a la corrosión
- ✖ Alta durabilidad del XPS bajo condiciones climáticas extremas
- ✖ Fácil instalación y manejo

EFICIENCIA ENERGÉTICA Y SOSTENIBILIDAD

THERMOGREEN XPS es 100% reciclable y un ejemplo de economía circular en todos sus procesos de fabricación y todo ello, con unas excelentes prestaciones térmicas y mecánicas.



PRODUCTO FABRICADO CON EL 100% DE MATERIALES RECICLADOS Y 100% RECICLABLE



XPS CON LA MENOR HUELLA DE CARBONO. 2,07 KG CO2 EQ PARA UN XPS DE 100MM



XPS CON LA MENOR CONDUCTIVIDAD TÉRMICA DEL MERCADO

RUBI GROUP

75
years

TRANSFORMANDO EL FUTURO JUNTOS

EN 1951 CREAMOS UNA SOLUCIÓN QUE CAMBIÓ
LA FORMA DE TRABAJAR DE MILES DE PROFESIONALES.
HOY SEGUIMOS MARCANDO EL CAMINO DEL SECTOR.



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

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

Frontek
VENTILATED FACADES



+34 925 50 00 54
contacto@grecogres.com



GlobalEPD
A VERIFIED ENVIRONMENTAL DECLARATION



ES ICC
EVALUATION
SERVICE



ANERR
Asociación Nacional de Empresas
de Rehabilitación y Reforma

