

f RO

iINTERNACIONAL

Publicación de Transporte, Logística y Comercio Exterior

n°174

Del 30 de Marzo
al 02 de Abril
Las Vegas · Estados Unidos

Feria Internacional
del Sector **Cerámico,**
Equipamiento de Baño
y Piedra Natural



Coverings®

THE GLOBAL TILE & STONE EXPERIENCE



SAVINO DEL BENE

Global Logistics and Forwarding Company

UNA EXPEDICIÓN TIENE MUCHO QUE CONTAR



Tenemos oficinas propias en Valencia, Alicante, Barcelona, Bilbao, Madrid, Sevilla, Zaragoza y Vigo y otras 340 más en todo el mundo.

f **@** **in**

www.savinodelbene.com





06

Tile of Spain, protagonista en Coverings 2026. Por Ismael García Peris, presidente de ASCER



07

La internacionalización copa el 72% de la facturación de la industria cerámica



08

DCS revalida su confianza en Coverings y participa con un stand propio

10

Fracht Group refuerza su presencia en España con una oficina en Castellón



12

Interglobo mantiene su apuesta por Coverings

14

Savino Del Bene, fiel a su cita con Coverings





Coverings 2026
reunirá a 1.000
expositores en Las
Vegas con una amplia
agenda de
actividades





La feria Coverings 2026, feria dedicada a la cerámica y la piedra natural, se celebrará del 30 de marzo al 2 de abril de 2026 en el Las Vegas Convention Center (LVCC) en Las Vegas (Estados Unidos), consolidándose como uno de los principales puntos de encuentro internacionales del sector.

La edición de 2026 contará con alrededor de 1.000 expositores procedentes de cerca de 40 países y ocupará más de 37.000 metros cuadrados de superficie expositiva en los pabellones Norte y Central del recinto.

Se espera la asistencia de unos 25.000 profesionales, entre distribuidores, fabricantes, arquitectos, diseñadores, transportistas y promotores inmobiliarios, lo que refuerza el papel de la feria como plataforma global.

Entre los principales patrocinadores se encuentran Ceramics of Italy (Confindustria Ceramica), ASCER/Tile of Spain, Tile Council of North America (TCNA), National Tile Contractors Association (NTCA) y Ceramic Tile Distributors Association

(CTDA).

La feria reunirá a miles de novedades relacionadas con la cerámica y la piedra natural, con materiales avanzados, nuevas colecciones y tendencias de diseño.

Además, Coverings 2026 pondrá el foco en tecnologías de instalación, herramientas y soluciones digitales, incluyendo aplicaciones de inteligencia artificial, nuevos sistemas de manipulación y materiales de alto rendimiento.

Las conferencias tendrán lugar en tres escenarios: Trends & Solutions Stage con presentaciones sobre tendencias, productos y estrategias de negocio; Installation Innovation Stage, con demostraciones técnicas y mejores prácticas de instalación; y Fabricator Stage, con contenidos especializados en fabricación de piedra y desarrollo empresarial.

Con una oferta que abarca desde diseño y materiales hasta tecnología y ejecución, Coverings 2026 se posiciona como un evento clave para impulsar la innovación en la industria global de la cerámica y la piedra.



RAMINATRANS CASTELLÓN
INTERNATIONAL FORWARDERS

CASTELLÓN - VALENCIA - MADRID - BARCELONA - ALICANTE
BILBAO - ZARAGOZA - ALGECIRAS - SEVILLA
GRAN CANARIA - PALMA DE MALLORCA - VIGO
A CORUÑA - GIJÓN - MURCIA - RIBARROJA
RIGA - MIAMI - CIUDAD DE MÉXICO - ESTAMBUL
NUEVA DELHI - KUALA LUMPUR - BANGLADESH - BANGKOK
NINGBO - SHENZHEN - QINGDAO - HONG KONG
SHANGHAI - XIAMEN - DALIAN - XINGANG - TIANJIN



RAMINATRANS CASTELLÓN, S.L.
Gran Vía Tárrega Monteblanco, 243
Pol. Ind. Los Cipreses
12006 Castellón - (Spain)
Tel. 34 96 424 15 82 - Fax 34 96 425 74 14



Logistics Solutions

castellon@raminatrans.com www.raminatrans.com



Ismael García Peris, presidente de ASCER.

Tile of Spain, protagonista en Coverings 2026

Del 30 de marzo al 2 de abril, Coverings 2026 abrirá sus puertas en Las Vegas (Nevada), consolidándose como el principal punto de encuentro para la industria de pavimentos y revestimientos cerámicos en Estados Unidos. Un año más, la participación española tendrá un papel protagonista. Desde ASCER, celebramos la presencia de 50 empresas asociadas bajo la marca Tile of Spain dentro del Pabellón Oficial Español organizado por ICEX España Exportación e Inversiones, que agrupa a un total de 59 empresas expositoras, reforzando la presencia y visibilidad de la industria cerámica española en este mercado estratégico.

No se trata solo de una amplia participación, sino de una presencia cualificada y orientada a las necesidades del mercado estadounidense. El Pabellón Oficial (stand n.º 645) actúa como un escaparate de referencia donde las empresas exhiben su liderazgo en diseño, innovación, sostenibilidad y soluciones técnicas. En paralelo, la agenda de actividades en la zona de hospitalidad —

con presentaciones de tendencias, pódcast en directo y sesiones interactivas—, refleja el esfuerzo del sector por generar valor más allá del producto, conectando con prescriptores, clientes y prensa especializada.

Estados Unidos se mantuvo en 2025 como el principal destino de las exportaciones de cerámica española, concentrando el 13,4% de la facturación exterior, con unas ventas por valor de 465,4 millones de euros. Estos datos consolidaron a España como el principal proveedor en volumen en este mercado, una posición que responde a la confianza que genera nuestra industria gracias a la calidad y el saber hacer de nuestras empresas.

No obstante, esta edición de Coverings se desarrolla en un contexto internacional complejo. Las tensiones arancelarias y la inestabilidad geopolítica han incrementado la incertidumbre comercial, que afecta directamente a sectores exportadores como el nuestro. El desconocimiento sobre los costes finales en las aduanas estadouni-

denses está provocando una mayor contención en las compras de los importadores. Esta dinámica que ya se empezó a vislumbrar en la segunda mitad del año pasado, se ha visto acentuada en enero de 2026, con un descenso de las exportaciones a Estados Unidos de 43,9 a 25,1 millones de euros (-42,8%), según los últimos datos disponibles de aduanas.

Pese a estas dificultades, el sector ha demostrado una gran resiliencia y capacidad de adaptación mediante estrategias de valor añadido. La incertidumbre comercial global exige prudencia y visión estratégica, pero también pone en valor la presencia de Tile of Spain en Coverings como herramienta para consolidar la imagen de marca y fortalecer las relaciones con los clientes. En este sentido, iniciativas como el Plan de Promoción de Tile of Spain en Estados Unidos, desarrollado junto a ICEX, resultan fundamentales para mantener la competitividad del sector.

Coverings representa una oportunidad para mostrar al mundo el ingrediente secreto de la cerámica Made in Spain: respeto al origen, al entorno, a las personas, a la innovación y al cliente. Desde ASCER queremos reconocer el esfuerzo de las empresas y profesionales que hacen posible que España se posicione como un referente de calidad y confianza a nivel internacional.

La internacionalización copa el 72% de la facturación de la industria cerámica

Recientemente el presidente de ASCER, Ismael García Peris, aprovechaba la celebración de Time of Spain y hacía balance de la evolución de la industria cerámica española en 2025 y la coyuntura actual, destacando su resiliencia en un contexto económico complejo y su fuerte orientación internacional.

Según el balance provisional del sector, en 2025 y con datos estimados la facturación alcanzó los 4.834 millones de euros (+1%), con unas exportaciones de 3.484 millones de euros (+0,2%) y unas ventas domésticas de 1.350 millones de Euros (+3,1%). La producción crece un 2,7% hasta los 427 millones de metros cuadrados, según datos del IPI, y el empleo crece también un 1,4% y se estiman 15.939 empleos directos. El presidente de ASCER, Ismael García Peris, ha puesto en valor la capacidad del sector para adaptarse a los cambios del mercado y preservar su peso industrial, apoyándose en la calidad del material cerámico, la innovación y el valor de las marcas "Made in Spain" y "Made in EU".

La iniciativa Time of Spain, que se celebró el pasado mes de febrero, se ha presentado como una oportunidad para comunicar el valor diferenciador de la cerámica española, visibilizando no solo el producto, sino también su origen, su legado industrial, las personas y el territorio que lo sustentan.

En este sentido, se trata de la primera acción promocional sectorial organizada en España con un apoyo prácticamente unánime de las empresas, cuya amplia participación ha demostrado el compromiso de la industria con este proyecto común.

El año 2025 ha puesto de manifiesto que la internacionalización es uno de los principales pilares del sector, ya que supone el 72% de la facturación total del sector. A este respecto, durante el pasado año destacó el papel de las acciones promocionales vinculadas a la marca Tile of Spain, así como la colaboración entre ASCER e ICEX, como herramientas clave para consolidar su presencia en mercados estratégicos y mantener la competitividad del sector. Pablo Conde, Director General de Desarrollo de Negocio Internacional de ICEX, señalaba al respecto que las empresas del sector cerámico deben seguir apostando por canales de comercialización en los que la calidad, el servicio y la innovación sean percibidos como un valor diferencial por encima del factor precio. Esta orientación estratégica resulta clave para reforzar la diferenciación frente a la competencia de terceros países y permitirá al sector consolidar su posición de liderazgo a largo plazo. En este sentido, el compromiso de las empresas con el canal contract -en el que el sector ha realizado un importante esfuerzo en los últimos años- se refleja en iniciativas como Time of Spain, una plataforma que pone en valor la capacidad de la cerámica española para ofrecer soluciones integrales de alto valor añadido en los mercados internacionales.

El presidente de ASCER, ha puesto en valor la capacidad del sector para adaptarse a los cambios del mercado y preservar su peso industrial

Descarbonización

Por otro lado, existe un compromiso real del sector con la descarbonización y la transición energética mediante inversiones significativas en electrificación y energías renovables. Así, la sostenibilidad es un valor añadido de los productos de Tile of Spain. "Somos la cerámica más sostenible del mundo", señalan desde la patronal. Sin embargo, advierten de que el avance hacia una descarbonización plena se ve actualmente condicionado por dos limitaciones estructurales: la falta de madurez tecnológica en determinadas soluciones industriales y la insuficiente capacidad de red, especialmente en la provincia de Castellón. Por ello, se ha insistido en la necesidad de alinear el marco regulatorio europeo, con la disponibilidad real de tecnología e infraestructuras para garantizar una transición sostenible y competitiva.

OFICINAS EN EUROPA / USA / BRASIL

› Aéreo, Terrestre y Marítimo

› Contenedores Completos

› Gruposajes

› Almacenaje y Distribución

› Aduanas



Get in touch with our experts

Bilbao (+ Goldstore)

+34 945 612 293

Bilbao@sharelogistics.com

Madrid

+34 910 001 173

Madrid@sharelogistics.com

Barcelona

+34 933 297 397

Barcelona@sharelogistics.com

Valencia

+34 963 245 665

Valencia@sharelogistics.com

Algeciras

+34 956 688 307

Algeciras@sharelogistics.com

www.sharelogistics.com







Enrique Moreno, Alicia Juan, Eva García y José Dómenech

DCS revalida su confianza en Coverings y participa con un stand propio

Del Corona & Scardigli es fiel desde hace años a su cita con la feria Coverings, una de las principales citas del sector cerámico a nivel internacional y un referente para fabricantes y operadores logístico especializados en el transporte de productos azulejeros.

“Nuestra intención es seguir estando presentes en esta feria a la que llevamos viniendo más de 20

años. Esta feria nos da la posibilidad de tomarle el pulso al momento actual del mercado”, señalan desde la dirección de la compañía.

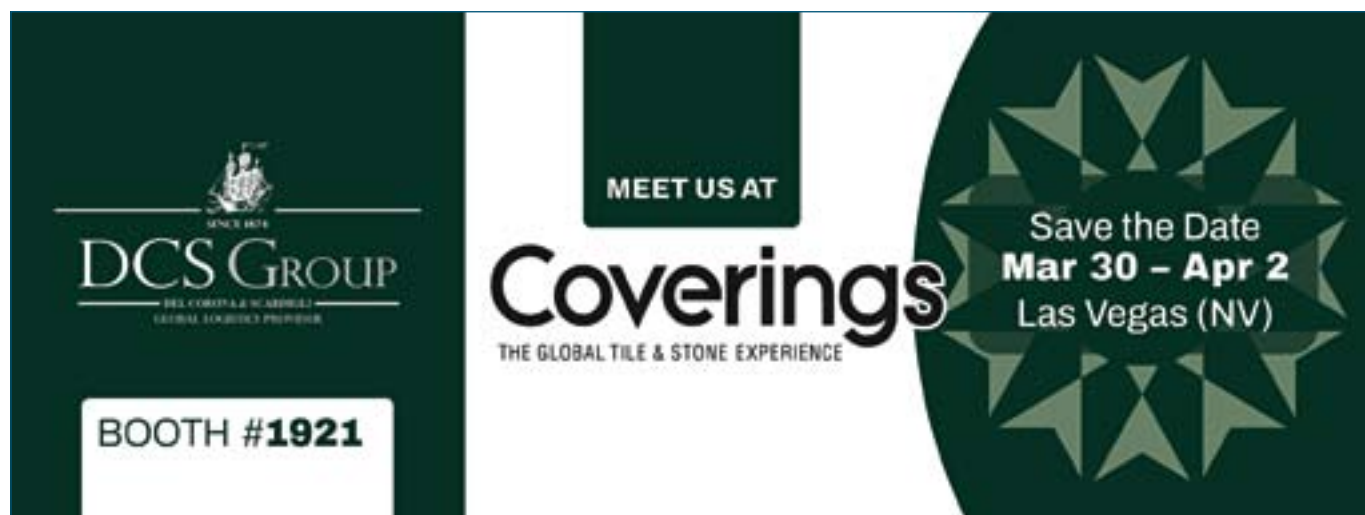
“También es un buen momento para ver a nuestros clientes y a la representación del sector azulejero, y porqué no de la competencia, en un mismo sitio”, añaden en DCS.

Para Del Corona & Scardigli, “es importante estar en esta feria, más

aún cuando por desgracia ya no tenemos el evento de Cevisama en Valencia y la situación actual de incertidumbre nos hace ser más proactivos y resolutivos a todos”.

Sin embargo la sede de Coverings en esta edición, en Las Vegas, no es el mejor emplazamiento en opinión de DCS: “Está a mucha distancia de otros centros mejor comunicados y más centrales. Además, este año la feria coincide con celebraciones importantes para varias culturas, por lo que es posible que haya menos afluencia de público”. Aún así la compañía mantiene su confianza en una feria que es vital para su estrategia comercial.

Y es que esta industria tiene un peso muy importante para DCS Spain, y más aún para su oficina de Valencia por su localización, muy próxima al epicentro del sector cerá-



mico, que tiene un enorme peso en la Comunidad Valenciana. Tanto es así que en esta feria Del Corona & Scardigli cuenta con un stand propio en Coverings para atender a sus clientes actuales y potenciales. “La cerámica en la zona de Levante tiene una gran importancia, pero no podemos olvidar otros sectores productivos que también lo son como puede ser la alimentación”, puntualizan. “No sólo el azulejo, sino todos los accesorios que hay a su alrededor tienen una importante representación en esta feria y hay que darles también su espacio”, añaden desde el.

Recientemente, DCS reforzó su departamento comercial en Valencia. Se incorporó a nuestra compañía un equipo muy profesional y con muchos años de experiencia. Esto está dentro de la estrategia de expansión que estamos llevando a cabo”.

“Uno de los destinos en los que queremos seguir creciendo es en Estados Unidos y Puerto Rico con el apoyo del nuevo equipo, pero también estamos desarrollando otros destinos estratégicos para nosotros donde la compañía tiene oficinas propias”, prosiguen desde la empresa.



En el marco de esta estrategia de expansión, Grupo DCS ha adquirido recientemente la empresa Cargo Compass, ampliando así su red de oficinas propias: “Esto nos ayuda a crecer de la mano de nuestra propia red, algo muy importante para la filosofía del grupo”.

En España DCS tiene representación en Barcelona, donde está la central, el aeropuerto de Barcelona, Alicante, Valencia, Irún y Madrid y tiene la intención de ampliar en breve su equipo con próximas incorporaciones en otros lugares de España.

Valenmar
editorial de Logística y Comercio

Toda la información sobre
Logística y Transporte
a tu alcance

CASTELLÓN
La compañía Sevtrade desembarca en el puerto de Castellón con una terminal

VALENCIA
Autif lotta las obras del cambiador de ancho de Valencia Port de Sant Lluís

ALICANTE
El puerto de Alicante tendrá un sistema avanzado de gestión de datos

fORO INTERNACIONAL

Más de 50 años
informando

Valenmar S.L. C/ Dr. J.J. Dómine, 5-1º-1ª - 46011 VALENCIA Tel.: 96 316 45 15 valenmar@veintepies.com - www.veintepies.com



Itxaso Cárcamo.



Rogelio Monfort.

Fracht Group refuerza su presencia en España con una oficina en Castellón

Itxaso Cárcamo, General Manager de Fracht Group en España, y Rogelio Monfort, responsable de la nueva oficina en Castellón, explican las claves del éxito de la compañía, la esencia de sus servicios y sus previsiones para este año

¿Cuál sería la clave del éxito para que una compañía familiar supere las cinco décadas de historia en un mercado tan competitivo?

El éxito de una empresa familiar como Fracht Group, con más de 65 años de trayectoria desde su fundación en 1955, radica en mantenerse independiente, orientada a la exce-

lencia operativa y en una cultura empresarial basada en una familia global unida por una misión común. La continuidad generacional, el liderazgo visionario y la capacidad de adaptación han permitido consolidar una reputación sólida en logística mundial.

El valor añadido es una de sus premisas, ¿De qué manera Fracht Group aporta este plus a sus clientes?

Fracht Group aporta un valor diferencial mediante:

- Soluciones logísticas innovadoras y personalizadas enfocadas en generar valor cuantificable.

- Experiencia global y personal especializado, con más de 2500 expertos gestionando envíos con precisión.

- Servicios multimodales completos (aéreo, marítimo, terrestre y ferroviario), incluyendo cargas especiales y de proyecto.

- Tecnología de vanguardia, seguimiento y comunicación fluida, ofreciendo un único punto de contacto.

- Asociaciones globales estratégicas con transportistas líderes.

Tienen presencia en más de cincuenta países de todo el mundo, ¿Cuál es el siguiente paso? ¿Hay algún nuevo mercado que haya captado el interés del grupo?

La empresa opera en más de 150 oficinas en más de 50 países y ha mostrado un crecimiento continuo entrando en África, América del Sur, Asia y Oceanía, además de expansiones recientes en Centroamérica.

Estos movimientos indican que su siguiente paso natural es seguir ampliando su red en mercados

emergentes, reforzando hubs estratégicos donde existe crecimiento industrial y de infraestructuras.

Y en el caso de España, ¿Qué posición tiene Fracht Group? ¿Dónde tienen presencia?

Nuestra presencia se basa en múltiples hubs logísticos, España representa una base estratégica ligada a puertos clave del Mediterráneo y el Cantábrico, por eso contamos con oficinas y personal cualificado en Madrid, Barcelona, Castellón y Bilbao, donde está la sede central en España.

¿Cuáles son sus servicios y tráfico “estrella”?

- Carga aérea, con servicios charter completos/parciales, consolidación y mercancías peligrosas.
- Transporte marítimo FCL / LCL, incluyendo cargas de proyecto y soluciones especializadas.
- Transporte terrestre: LTL, FTL, cargas sobredimensionadas y envíos urgentes (hot shot).
- Transporte ferroviario de cargas de proyecto, con más de 200 movimientos complejos al año.
- Logística industrial y de grandes proyectos, uno de los pilares históricos del grupo

¿Qué previsiones manejan para este 2026 considerando el complejo contexto internacional y los factores geopolíticos?

- Fracht continúa expandiéndose globalmente y reforzando su presencia en nuevos mercados.
 - Mantiene un enfoque en sostenibilidad alineado con los Objetivos de Desarrollo Sostenible de la ONU, clave en contextos geopolíticos inestables.
 - Su experiencia en multimodalidad y proyectos complejos es un indicador de resiliencia en escenarios volátiles.
- Por ello, se puede interpretar que nuestra visión es mantener un crecimiento sostenido, apoyado en diversificación de servicios y presencia global.

Centrándonos en España, donde ya tienen oficinas en Barcelona, Madrid y Bilbao, ¿Qué objetivos tienen en España, sobre todo con la apertura de oficinas en Castellón?

- El patrón global de Fracht permite inferir metas claras:
- Consolidar una red estratégica en los principales puertos españoles, potenciando el Mediterráneo (Barcelona, Castellón) y el Cantábrico (Bilbao).
 - Aumentar su capacidad en cargas de proyecto y logística industrial, muy alineado con los puertos de Castellón y Bilbao.
 - Fortalecer servicios multimodales, especialmente marítimo-terrestre y marítimo-ferroviario, aprovechando las infraestructuras españolas.
 - Atraer clientes industriales gracias a la proximidad a polos químicos, automoción, energías renovables y grandes proyectos.
 - Industria cerámica y derivados: un foco prioritario en Castellón.

La provincia es uno de los principales hubs europeos del sector cerámico, altamente dependiente de logística marítima y de soluciones integradas. La presencia de Fracht en Castellón nos permite ofrecer:



-Servicios marítimos FCL/LCL optimizados para exportadores e importadores del clúster cerámico, aprovechando su red global de carriers.

-Logística de proyectos y cargas especiales para maquinaria, hornos, bienes de equipo y líneas de producción del sector.

-Soluciones multimodales combinando marítimo, terrestre y ferroviario, ajustadas a las necesidades de transit time y coste del sector industrial.



**Fracht** GROUP
FRACHT PROJECT LOGISTICS SL

Don Diego Lopez de Haro 17 – 6ta planta
Dpto. 612-613 - 48001 Bilbao (Spain)
Tel.: 94 694 12 40
operations@frachtspain.es
www. Fracht.com

Castellón: r.monfort@frachtspain.es
Tel.: +34 669 352 146

Branches in BILBAO – MADRID – BARCELONA – CASTELLON



José Luis Mercader, José Manuel Fuertes, Alberto Cariñena, Carlos Giménez y Toni Escorihuela

Interglobo mantiene su apuesta por Coverings

Interglobo sigue apostando fuerte, como siempre, por el mercado de la cerámica, principales para países americanos, tanto en Sudamérica como en Latinoamérica, Estados Unidos y Canadá.

“La diferencia con la situación de años anteriores viene marcada por la situación política y el conflicto bélico, que generan una situación cada vez más inestable, provocando paros intermitentes en la

economía mundial”, explica José Manuel Fuertes, directora de Interglobo en Valencia.

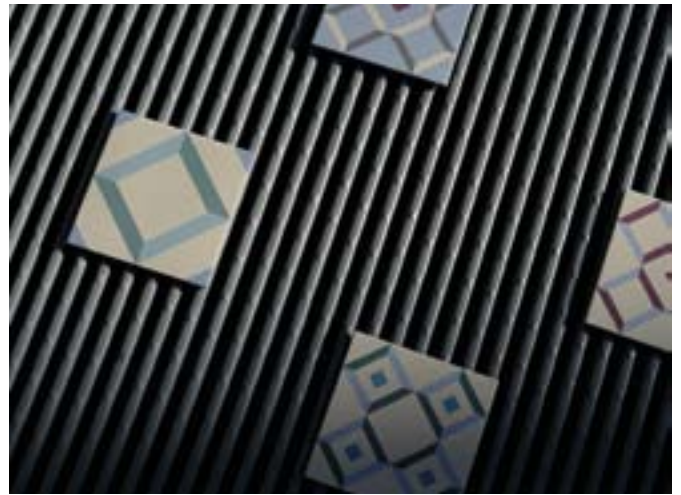
“Los clientes se preguntan hasta cuándo va a durar esta situación y eso es algo lógicamente imprevisible. Mientras tanto, seguimos navegación por esta coyuntura y apostamos por incrementar nuestra presencia en otros mercados y sectores, entre ellos la alimentación, para garantizar y

aumentar nuestra competitividad”, continúa Fuertes.

En cuanto al sector cerámico los envíos gestionados por Interglobo pueden llegar a cualquier destino del mundo, como ocurre con el resto de mercancías, asegurando al cliente la trazabilidad y puntualidad que caracteriza a la compañía.

En este contexto Coverings se sitúa como una oportunidad idónea para que Interglobo refresque el contacto directo con sus clientes y atienda de manera personalizada los requerimientos de un sector, el cerámico, que es vital para la compañía. “El mercado americano es uno de los principales nichos de mercado de nuestra empresa”, apunta José Manuel Fuertes.





ISO 9001
BUREAU VERITAS
Certification





Interglobo
INTERNATIONAL FREIGHT FORWARDERS



VALENCIA

INTERNATIONAL FREIGHT FORWARDERS
A human technology world in forwarding

Interglobo Forwarders Spain - Av. del Puerto, 302 - Of. 3.3 - 46024 Valencia - España - Teléfono + 34 960 660 268 - Mail interglobospain@interglobo.com
www.interglobo.com



José Quijal, Pilar Escrich y Carlos Cabedo.

Savino del Bene, fiel a su cita con Coverings

Savino Del Bene mantiene su apuesta por las ferias internacionales como parte de su estrategia comercial, con el desplazamiento de equipo local desde España. Así, la compañía volverá a participar en la feria Coverings de Las Vegas.

“Estados Unidos es uno de nuestros principales destinos. Contamos con 18 oficinas propias en todo el

territorio americano, que, además, sirven de apoyo al tráfico con Centroamérica y Sudamérica, aunque lo cierto es que el grupo tiene oficinas en casi todos los países”, señala Laura Eced, directora de Savino Del Bene en Valencia.

Parte del equipo comercial local de Savino Del Bene ya está en Estados Unidos, realizando una

actividad comercial previa a la feria: “Esperamos con gran ilusión encontrarnos con el resto de clientes de Estados Unidos”.

“A pesar de los tiempos que estamos atravesando, Savino Del Bene está más que nunca a disposición de la industria cerámica en sus envíos a todo el mundo y en especial al mercado americano, tan importante para este sector – apunta Eced -. Estaremos encantados de recibir a los clientes en la feria de Coverings, donde estará nuestro personal para atender a los clientes en todos lo que puedan necesitar. Deseamos que la feria sea fructífera para todos nuestros clientes y colaboradores”.





Jordi Esteve.



MIMPO Global Logistics apuesta por España en su política de expansión entre America y Europa

Dentro de esta apuesta, **IBEROFORWARDERS SL** fue adquirida por **MIMPO GLOBAL LOGISTICS** el pasado año, un operador logístico con más de 25 años de experiencia con presencia propia en México, Estados Unidos, Costa Rica y España.

Esta adquisición ha supuesto un apoyo a los equipos comerciales y operativos de **IBEROFORWARDERS SL** que continúan siendo los mismos, manteniendo así los estándares de servicios y atención, siendo de la misma calidad y con el mismo nivel de compromiso que le ha caracterizado hasta el momento.

Este cambio se orienta a fortalecer la capacidad de la empresa para ofrecer mejores soluciones y consolidar la actividad y los servicios que se ofrecen en España, así como reforzar la posición como operador logístico en sus diversos modos, tanto marítimo, como aéreo y terrestre en los flujos comerciales internacionales, especialmente entre

América y Europa.

Con referente a la feria de **COVERINGS**, a la que vienen asistiendo más de 20 años, hemos hablado con Jordi Esteve, Unit Business Director, y Josep Esteve, Area Sales Manager, que serán los encargados de representar a la delegación en Alicante de Mimpo Global Logistics en la cita anual de Coverings

La transitaria alicantina, especializada en la exportación de materiales de construcción como mármol y azulejo, ofrece servicios directos desde Valencia a los principales puertos de Estados Unidos, México y Latam.

Además, está el puerto de Vigo, que es un origen de referencia en los últimos años para Iberoforwarders, en contacto diario con las principales empresas de granito gallegas, ofreciendo diferentes alternativas y rutas a los principales puertos de América.

Iberoforwarders ofrece a sus clientes la posibilidad de consultar el

estado de sus cargas en tiempo real a través de su página web, tanto para contenedores marítimos como carga aérea.

En este tráfico, la firma ha incrementado considerablemente en el último año el número de contenedores tanto a Estados Unidos, México y resto de países latinoamericanos, garantizando el apoyo de las principales compañías navieras, clave para beneficiar a sus clientes con tarifas competitivas y asegurar espacios en los buques.

Igualmente se ha afianzado el transporte terrestre de materiales de construcción, desde localidades como Novelda o Monforte y zona azulejera de Castellón, principalmente a destinos como Francia, Bélgica o Alemania.

Para poder ofrecer estos servicios, Iberoforwarders cuenta con la certificación OEA (el equivalente al C-TPAT en Estados Unidos), además de ser agente IATA, certificación que capacita para gestionar mercancías por vía aérea.



PortCastelló registra un crecimiento del 5,5% el tráfico vinculado a la industria cerámica

En el año 2025 el tráfico del puerto de Castellón vinculado a la industria cerámica registró una subida del 5,5%, confirmando la vocación

de esta dársena como “puerto de la cerámica”. Así, se gestionaron 5.925.067 toneladas de productos, es decir, 308.913 más que en el año

anterior. Con estos datos, este tipo de tráfico representa ya el 31,9% del tráfico total del puerto de Castellón. Destacan en este capítulo mercancías como el feldespató, que suma 3.307.201 toneladas, un 12,57% más que en 2024, y las arcillas agrupadas, que ascienden a 865.333 toneladas.

El tráfico en importación, relativo a la materia prima que utiliza la industria azulejera, ubicada en su mayoría en la provincia de Castellón, gana peso ante la exportación de producto acabado. Esta importación asciende en 2025 a 4.991.908 toneladas, el 5,73% más que en el año anterior, mientras que la exportación suma 933.160 toneladas y sube un



www.sebastianroca.com

CONSIGNACIONES - ADUANAS
TRÁNSITOS - ALMACENAJE



SUCESORES DE
SEBASTIAN ROCA, S.A.



ROCA CASTELLÓN
CONSIGNACIONES, S.L.

Paseo Buenavista, 15 - 12100 Grao de Castellón - Tel. 0034 964 737272 / 0034 964 284488 - e-mail: seroca@seroca.net



4,29%.

El tráfico de productos cerámicos tiene nuevo países aliados. Si en 2010 era Grecia el principal socio comercial de PortCastelló para estos tráficos, en 2025 Israel ostenta la primera posición, con un volumen de 158.016 toneladas de azulejos y baldosas. Le sigue en el ranking Marruecos, con 131.778 tone-

ladas, y, ahora sí, Grecia, con 67.247 toneladas.

La importación de feldespato para la elaboración del producto terminado es, sin duda, uno de los tráficos que mejor comportamiento tuvo durante el pasado año. En 2025 este tráfico sumó 3.307.201 toneladas, destacando los intercambios con Turquía (1.806.216 tonela-

das) y Marruecos (1.149.168 toneladas).

En el capítulo de arcillas los principales socios comerciales del puerto de Castellón fueron en 2025 Portugal, con 209.226 toneladas, y Ucrania, con un volumen de 156.401, casi al mismo nivel que India, que suma 150.300 toneladas de arcillas agrupadas.



OCMIS MARITIME SL.
TC OWNERS · CHARTERERS · SHIPBROKERS · CONTRACTORS

www.simcotrade.com



Servicio G.A.R. Line
Salidas cada 10 días para mercancía General, Graneles, Carga de Proyectos y Convencional para los puertos de Argel, Bejaia y Oristano

OCMIS Maritime Line
Servicio entre los puertos del Atlántico Norte Español y los puertos del Mediterráneo, cubierto con una flota de 11 buques, entre tonelajes de 3.000 hasta 18.000 Tn. para Carga General, Convencional, Proyectos y Granales



Servicio G.A.R. Line
Salidas cada 10 días para mercancía General, Graneles, Carga de Proyectos y Convencional para los puertos de Argel, Bejaia y Oristano

OCMIS Maritime Line
Servicio entre los puertos del Atlántico Norte Español y los puertos del Mediterráneo, cubierto con una flota de 11 buques, entre tonelajes de 3.000 hasta 18.000 Tn. para Carga General, Convencional, Proyectos y Granales

Cerdan Tallada Str., 23 Etlo • 12004 CP, Castellon City, Spain. • Ocmis@Ocmis.es • Tel.: 722 879 219



La Comunidad Valenciana y la Región Emilia Romagna piden una revisión de la política europea para la industria cerámica

Las industrias cerámicas de la Comunidad Valenciana y Emilia Romagna representan algunos de los ejemplos de excelencia manufacturera más importantes de Europa, con un impacto económico y laboral significativo: aproximadamente el 80 % de la producción europea de baldosas cerámicas se concentra en estas dos regiones, dando empleo directo a más de 38.000 personas y a al menos 120.000 en industrias relacionadas.

En Emilia-Romagna, el sector genera el 5 % del valor añadido

regional, el 5 % de las exportaciones y el 10 % de la balanza comercial positiva; en las provincias de Módena y Reggio Emilia, uno de cada trece trabajadores del sector manufacturero trabaja en la cerámica. En la Comunidad Valenciana, el sector representa el 3 % del PIB regional y el 22 % del PIB industrial, con picos en la provincia de Castellón, donde representa el 32 % del PIB y más de una cuarta parte del empleo total.

Actualmente, la industria cerámica se enfrenta a desafíos estructu-

rales que amenazan su supervivencia. En particular, a pesar de contribuir tan solo con el 0,9 % del total regulado de emisiones, el Sistema Europeo de Comercio de Emisiones (ETS) está generando costes crecientes e insostenibles para la industria cerámica, un sector difícil de descarbonizar para el que aún no existen tecnologías maduras y escalables capaces de reducir aún más las emisiones.

El aumento de los costes del CO₂, sumado a los altos precios de la energía en Europa, está reduciendo

do los márgenes, disminuyendo la capacidad de inversión y fomentando la competencia de productores extracomunitarios sujetos a estándares ambientales y sociales significativamente más bajos. El riesgo real es la pérdida de competitividad industrial, lo que conlleva la deslocalización de la producción, la pérdida de empleos cualificados y un aumento paradójico de las emisiones globales.

Por este motivo, las instituciones regionales y el sistema industrial instan a la Unión Europea a adoptar medidas urgentes y específicas. Entre las principales peticiones se encuentra la suspensión temporal del ETS para el sector cerámico, a la espera de una revisión rápida y exhaustiva del mecanismo. Deben adoptarse de inmediato medidas de emergencia, como la congelación de los derechos de emisión gratuitos y la revisión de los parámetros de referencia en función de la viabilidad tecnológica real. El llamamiento consiste en elevar el umbral de acceso a regímenes simplificados para pequeños emisores e integrar plenamente el mecanismo CBAM, que salvaguardará la competitividad tanto en el mercado nacional como en el internacional, incluyendo instrumentos de compensación a la exportación. Por último, se insta a la puesta en marcha de un importante plan europeo de investigación dedicado a la industria cerámica, actualmente inexistente, para desarrollar tecnologías innovadoras, promover la descarbonización de los procesos, reducir la dependencia de materias primas críticas y apoyar la transición energética sin comprometer la viabilidad económica y social del sector.

El objetivo es claro: asegurar que la transición ecológica se lleve a cabo con plazos e instrumentos compatibles con la realidad industrial, salvaguardando una cadena de suministro estratégica para Europa.

«Nos encontramos en una situación de emergencia, ante un complejo contexto internacional que nos exige ser proactivos», afirma Graziano Verdi, vicepresidente de Confindustria Ceramica y presidente de CET, la Federación Europea de Cerámica. En ningún otro lugar del mundo el coste del CO2 es tan ele-



vado como en nuestro país, y Europa también tiene los precios de la energía más altos del mundo. Sin alternativas tecnológicas eficaces, el Sistema de Comercio de Emisiones (ETS) se ha transformado de un mecanismo de mercado en un impuesto cuyo valor queda determinado por la especulación financiera, lo que desvía recursos de las

empresas e imposibilita la investigación y la inversión necesarias. Este sistema pone en riesgo a nuestras empresas; debemos actuar ya. Las dos regiones europeas con mayor concentración de la industria cerámica han expresado claramente esta urgencia y preocupación en su manifiesto conjunto y en las reuniones celebradas en Bruselas.



Más de **20** años
informando

