

# FORO INTERNACIONAL

Publicación de Transporte, Logística y Comercio Exterior



## CERSAIE

Bologna - Italy

27 SEPT | 01 OCT 2021

CERSAIE  
Bologna - Italy

Feria Internacional  
de Azulejos, Cerámica  
y Móbiliario de Baño

Del 27 de Septiembre  
al 01 de Octubre  
Bologna - Italy

MARMO+MAC

Feria Internacional  
del Marmol y la Piedra  
Natural

Del 29 de Septiembre  
al 02 de Octubre  
Verona - Italy

nº130



## MARMO+MAC

THE BIGGEST STONE + DESIGN + TECHNOLOGY TRADE FAIR

29 SEPT | 02 OCT 2021 Verona, Italy

**Valenmar**  
editorial de Logística y Comercio



# SAVINO DEL BENE

Global Logistics and Forwarding Company



We deliver your projects

## VALENCIA HEADQUARTERS

C/ Dr. J. J. Dómine, 18 A - 46011 Valencia

Ph. + 34 963 241 350 - Fax: +34 963 672 003

[www.savinodelbene.com](http://www.savinodelbene.com)

MADRID · BARCELONA · VALENCIA · BILBAO · ALICANTE · VIGO

FORO  
INTERNACIONAL



Editor  
Carlos Vicedo Alenda



Directora  
Cristina Saiz Soriano



Comunicación  
Marta Penide Bastida



Redactora  
Nuria Vicedo Miralles



Community Manager  
Sandra Saiz Soriano



Diseño/Maquetación  
Pilar Sanz Albuxech



Administración  
Cristina Estrada Vicente



Administración  
Rosa Cabello López

DISTRIBUCIÓN: José Vicente Más  
Alberto Vinuesa Abril

EDITA: Valenmar S.L.

VALENCIA  
C/ Dr. J.J. Dómine, 5-1º-1ª  
46011 VALENCIA Tel.: 96 316 45 15  
Fax: 96 367 85 55

ALICANTE  
Móvil: 620 938 108 - Fax: 96 367 85 55

BARCELONA  
Móvil: 649 933 941

E-mail: [valenmar@veintepies.com](mailto:valenmar@veintepies.com)  
[forinternacional@veintepies.com](mailto:forinternacional@veintepies.com)  
[veintepies@veintepies.com](mailto:veintepies@veintepies.com)

Imprime:  
Mediterráneo Proceso Gráfico, S.L.  
C/ Ciudad de Sevilla, 25 - 46988  
Pol. Ind. Fte. del Jarro, Paterna (Valencia)  
Tel. 96 134 05 02

[www.veintepies.com](http://www.veintepies.com)

DEPÓSITO LEGAL: V-487-1982  
ISSN: 1697-6851

Todos los derechos reservados  
Los contenidos de esta publicación no podrán  
ser reproducidos, distribuidos, ni comunicados  
públicamente sin la previa autorización por  
escrito de la sociedad editora VALENMAR S.L.

## Sumario

Nº 130

Septiembre 2021

10



Ertransit: soluciones integradas  
para la cadena de suministro //  
Ertransit: integrated solutions so  
your supply chain never stops

14



Interglobo: "Los mercados valoran  
mucho la respuesta de la industria  
azulejera" // "Markets highly value  
the answer of Spanish industry"

18



Bulk Cargo incorpora un nuevo  
molino a sus instalaciones en  
PortCastelló // Bulk Cargo  
incorporated a new mill to its  
facilities in PortCastelló

20



Savino del Bene: "La pandemia ha puesto  
de manifiesto la capacidad de adaptación  
de esta industria" // "The pandemic has  
made evident the capacity of adaptation  
and reaction of the ceramic industry"

24



Iberoforwarders mejora su  
oferta con una nueva oficina en  
Valencia // Iberoforwarders bets  
on growing and opens and  
office in Valencia

26



BestWay amplía su oferta con una  
nueva oficina en Zaragoza //  
BestWay expands its offer with a  
new office in Zaragoza



# ¡Vuelve Cersaie!

*Cersaie returns*

La conferencia inaugural de la trigésima octava edición del Salón Internacional de Cerámica para la Arquitectura y el Equipamiento para el Baño, prevista para hoy lunes a las 11:00 horas en el Europaúditorio del Palacio de Congresos de Bolonia, tiene como título «Sostenibilidad, transición energética y competencia internacional para nuestro Made in Italy». En el encuentro, presentado por el presidente de BolognaFiere, Gianpiero Calzolari, intervendrán el ministro de Desarrollo Económico, Giancarlo Giorgetti, el presidente de la Región Emilia-Romaña, Stefano Bonaccini, el presidente de Unicredit, Pier Carlo Padoan, y el presidente de Confindustria Ceramica, Giovanni Savorani. Actuará como moderadora la periodista Maria Latella.

Los fabricantes italianos de azulejos de cerámica constituyen una excelencia internacional y se distinguen por sus altos niveles de eficiencia, innovación tecnológica y atención a la sostenibilidad. Se trata de una industria que exporta el 85 % de la producción nacional a todo el mundo y representa, también en términos de tendencias estéticas, la referencia a nivel internacional. En

los últimos cinco años, estas empresas han realizado inversiones de 2000 millones de euros para desarrollar y digitalizar sus instalaciones. Están comprometidas con un programa de descarbonización que necesita tecnologías y combustibles no disponibles en la actualidad, lo que requiere un horizonte temporal adecuado. En este contexto, el EU ETS (Sistema de comercio de emisiones de la Unión Europea) y la especulación financiera ejercida en él acarrean graves efectos recessivos al sector, mermando la capacidad de inversión de las empresas y comprometiendo su competitividad internacional, poniendo en riesgo el objetivo de reducción de las emisiones.

«Como ciudadanos y empresarios, apoyamos firmemente la hipótesis de descarbonizar las diversas actividades humanas. El objetivo de todos ha de ser reducir drásticamente las emisiones de CO<sub>2</sub> para salvaguardar la vida de las próximas generaciones en la Tierra —declara Giovanni Savorani, presidente de Confindustria Ceramica—. Para alcanzar este resultado no se necesitan las ideologías, sino las competencias y la ciencia. Como asociación de empre-



sarios de la cerámica, hemos promovido una cadena que incluye a las empresas tecnológicas y productivas, a las universidades locales y a la Región Emilia-Romaña con sus organismos de investigación, para proyectar una transición energética que reduzca las emisiones de CO<sub>2</sub> sin perder trabajo, manteniendo un equilibrio en los plazos y los costes de la transición energética. La especulación financiera, ejercida

en la actualidad, no reduce las emisiones de CO<sub>2</sub>, sino que hará que se pierdan muchos puestos de trabajo en Italia y en Europa, llevando el trabajo de fabricación a países que ni siquiera se plantean el problema de las emisiones».

The inauguration conference of the thirty eighth edition of Salón Internacional de Cerámica para la Arquitectura y el Equipamiento para

el Baño, foreseen for Monday September 27 to 11:hrs. At the Europaúditorio of the Congresses Palace of Bologna, its name is "Sustainability, energetic transition and competition for our Made in Italy". At the meeting presented by the president of BolognaFiere, Gianpiero Calzolari, will intervene the minister of Economic Development, Giancarlo Giorgetti, the president of the Region Emilia-

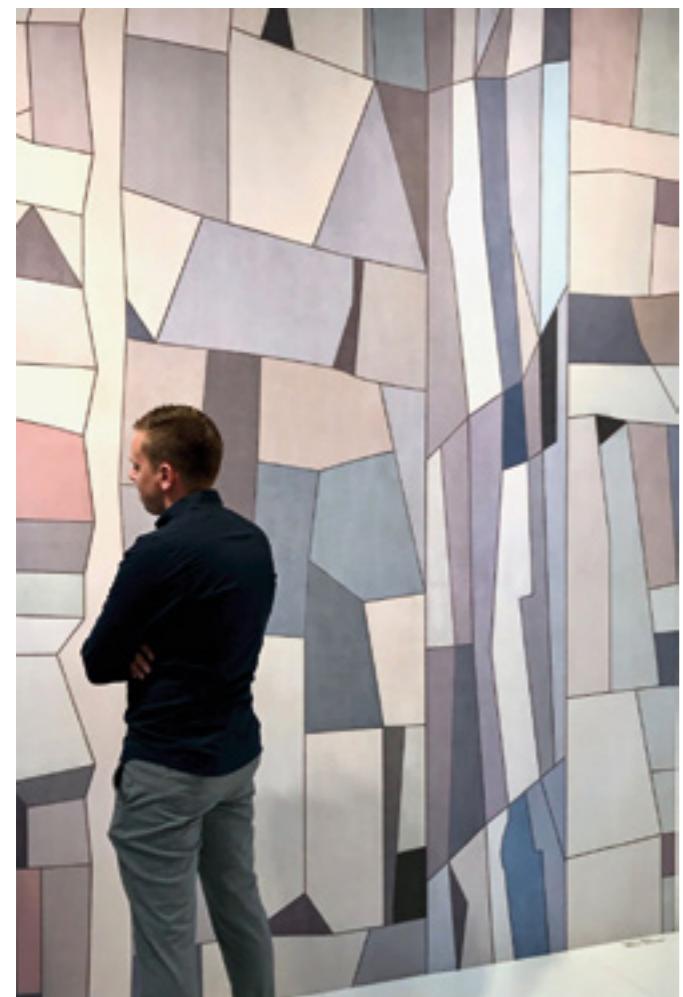
**ertransit**

Your  
Global Logistics  
Partner

ertransit.com

Logistics solutions  
Freight services  
Customs  
Warehousing and distribution  
Air time critical  
Project cargo  
Logistics B2B e-commerce

Madrid Barcelona Valencia Bilbao Palma de Mallorca Gran Canaria Tenerife Lanzarote Fuerteventura La Palma Shanghai



Romagna, Stefano Bonaccini, the president of Unicredit, Pier Carlo Padoan and the president of Cofindustria Ceramica, Giovanni Savorani, the journalist María Latella will act as moderator.

The Italian manufacturers of ceramic tile constitute an international excellence and distinguish themselves by their high efficiency levels, technologies innovation and attention to sustainability. It is an industry that exports 85% of the national production around the world and represents, also in terms of static trends, the reference at international level. In the last five years, these companies have made investments of 2000 million Euro to develop and digitalize their facilities. They are committed with a decarbonization program that need technologies and combustibles current not available, which requires a suitable temporary horizon. In this context of emissions . Within this contexto, the EU ETS (System of trade emissions of the European Union) and the financial speculation carried out in the same produce serious recessive effects to the sector, reducing the investment capacity of the companies and jeopardizing their international competitiveness, risking the target of the emissions reduction.

"As citizens and businessmen we firmly support the hypothesis of decarbonizing the different human activities. The target of all has to be drastically reduce the CO<sub>2</sub> emissions to safeguard the life of the future generations on the Earth- Giovanni Savorani , president of Cofindustria Ceramica declares-. To reach this result ideologies are not needed, but competences and science. As ceramics businessmen association , de have promoted a chain that includes the technological and productive companies, the local universities and the region Emilia-Romagna with its research institutions, to project an energetic transition to reduce the CO<sub>2</sub> emissions without losing work, maintaining a balance in the terms and costs of the energetic transition. The financial speculation, carried out at present, it does not reduce the CO<sub>2</sub> emissions, but it will result in the loss of many jobs in Italy and Europe, transferring the manufacturers work to countries that do not even pose the problem of emissions.

**GRUPO Pérez y Cía.**

**P**  **C**

150 años siendo tu puerto de destino



|                                   |   |
|-----------------------------------|---|
| <b>ZIM</b>                        | CANADÁ - USA - CARIBE - CENTROAMÉRICA<br>SUDAMÉRICA - ATLÁNTICO - LEJANO ORIENTE<br>NORTE DE EUROPA - MEDITERRÁNEO<br>ÁFRICA OCCIDENTAL   |
| <b>GSLINES</b>                    | CABO VERDE - GUINEA BISSAU<br>AZORES - MADEIRA  |
| <b>SWIRE SHIPPING</b>             | MICROFONIA - ISLAS MARIANAS - AUSTRALIA<br>TIMOR ORIENTAL - ISLAS SALOMÓN - TONGA<br>PAÍS NUEVA GUINEA - NUEVA CALEDONIA<br>ISLAS FIJI - POLINESIA FRANCESA (TAHITI)<br>SAMOA AMERICANA - SAMOA - VANUATU |
| <b>X-PRESS CONTAINER LINE LTD</b> | SERVICIOS FEEDER DE CARÁCTER SEMANAL ENTRE PUERTOS DE LA PENÍNSULA IBÉRICA - ESPAÑA<br>MEDITERRÁNEO CON NORTE ÁFRICA (MARROCÚN)<br>ARGELIA Y TÚNEZ E ITALIA - NORTE DE ESPAÑA<br>CON NORTE DE ÁFRICA      |
| <b>C-P CHIPOLSEUR</b>             | SERVICIO CONVENCIONAL DESDE BILBAO A<br>JEDDAH, JUBAIL, MUMBAI, SHANGAI, DALIAN,<br>XINGANG Y BUSAN   |
| <b>SARJAK CONTAINER LINES</b>     | TODO TIPO DE CONTENEDOR ESPECIAL<br>WORLD WIDE  |

Pérez y Cía member of  

46024 Valencia - C/ Ingeniero Manuel Soto, nº 15, Bajo Tel: 96 367 68 00 Fax: 96 367 44 50  
E-mail: valencia@perezycia.com - www.perezycia.com

**"Tailor-made shipments worldwide"**  
*...by Sea Carriers, S.L.*



**Marca de Garantía**  
AUTORIZACIÓN ET-003

**BVQI**  
ISO 9002  
RECOGNIZED FOR ENAC



**SEA CARRIERS, S.L.**  
INTERNATIONAL FREIGHT FORWARDERS





Pza. Semana Santa Marinera, 2 - 6º 46011 - Valencia (Spain)  
Tel. (34) 963 24 22 00 - Fax (34) 963 24 20 00  
[www.seacarriers.es](http://www.seacarriers.es)



Enrique Moreno Jr. y José Doménech

## "Esta vez faltaremos a la cita, pero no faltamos al compromiso"

*"This time will miss the appointment, but we shall not miss the commitment"*

**S**ea Carriers, S.L. faltará la cita con CERSAIE este año pero no al compromiso con el sector azulejero y con sus clientes. Desde hace más de 25 años esta empresa valenciana ha sido fiel al encuentro anual en Bolonia (Italia), una feria que "sigue siendo un punto de encuentro muy importante para nosotros", según indica el vicepresidente de la compañía, José Doménech.

"Queríamos estar aquí este año pero no será posible – continúa. Seguimos en unos tiempos muy difíciles y complicados para todos. Tras la cancelación de CERSAIE 2020 confiábamos en que 2021 iba a ser el año de la vuelta de Sea Carriers a un evento tan importante. Desafortunadamente, la evolución actual de la pandemia del Covid, aunque ha mejorado respecto a su inicio, nos ha hecho reconsiderar nuestra decisión y cancelar las pre-

visiones de viajes a corto plazo". A esto se suma la situación "excepcional" que se está produciendo en el comercio marítimo internacional desde primeros de 2021. "El aumento constante de los precios de transporte, la falta de espacio en los barcos y la falta de contenedores vacíos continúa sin previsiones de mejora inmediata", apunta Doménech.

"En este momento – prosigue – consideramos más importante para nosotros estar centrados al 100% en la posibilidad de conseguir mejores precios y espacio en los barcos que acudir a un certamen como CERSAIE, ya que nuestra prioridad es que nuestros clientes se puedan beneficiar de cualquier mejora en el actual precio y servicio que podemos conseguir. Esto es una labor que debemos hacer a través del contacto diario y personas con todas las compañías navieras ya que el

mapa de la oferta/demanda está cambiando casi cada día".

En este sentido, desde Sea Carriers entienden que fabricantes y exportadores estén presentes en la feria con sus nuevas ideas, programa, diseños y tendencias. "Nuestra labor – consideran – es conseguir que los clientes puedan formalizar sus pedidos basados en un mejor coste de transporte y facilidades de embarque para que el mundo actual del comercio internacional pueda mejorar en breve".

Aunque no está presente físicamente en CERSAIE este año, la compañía sigue empeñada en ofrecer soluciones, servicios y alternativas de transporte de acuerdo a las necesidades de cada cliente. De hecho, su norma es "embarques a su medida". Profesionalidad, calidad, servicio y precio son palabras y hechos que los clientes aprecian para otorgar a Sea Carriers su con-

fianza y fidelidad desde hace muchos años. Enrique Moreno, Jr., director comercial informa que la empresa española, cien por cien independiente y consolidada en el sector del transporte internacional, considera CERSAIE como una de las ferias más importantes: "Seguiremos con la idea de estar cerca de los fabricantes, de los exportadores, de los clientes.... En definitiva, de los profesionales que puedan tener relación con el desarrollo de la actividad logística".

**S**ea Carriers, S.L. will miss the appointment with CERSAIE this year but not the commitment with the tile sector and with its customer. For more than 25 years this Valencian company has been faithful to the annual meeting in Bologna (Italy), a fair that "still being a very important meeting point for us", according to that the vicepresident of the company, José Domenech explains.

"We wanted to be present here this year but it will not be possible- goes on. We continue going through very hard and complicarte times for all of us. Further to the cancellation of CERSAIE 2020 we trusted that 2021 was going to be the return year of Sea Carriers to such an important event. Unfortunately, the current evolution of the Covid pandemic, though it has improved regarding its start, has made us to reconsider our decision and cancel the travel forecasts in a short term". To this it has to be added the exceptional situation which is taking place in the international maritime trade since the beginning of 2021. "The constant



increase of the transport prices, the lack of space in vessels and the lack of empty containers continues without forecasts of immediate improvement", Domenech points out.

"At present-goes on-we consider more important for us to be focussed 100% in the possibility to get better prices and space in vessels more than to go to an event as CERSAIE, since our priority is that our customers can benefit themselves of any improvement in the current price and service that we could get. This is a task that we must accomplish through the daily contact and people with all the shopping companies since the supply and demand map is changing nearly every day.

Regarding this , from Sea Carriers they think that manufacturera and exporters have to be present at the fair with their new ideas, program, designs and trends. "Our task is to achieve that our customers can make their orders based on a better transport cost and shipment ease so that the current world of international trade can improve shortly".

Although CERSAIE is not physically present this year, the company is

still committed to offer solutions, servicios and transport alternativos according to the need of each customer. In fact, their normal is "tailored s h i p m e n t s ". Professionality, quality service and price are word and facts that customers appreciate to grant Sea Carriers their confidante and fidelity for many years. Enrique Moreno, Jr., commercial director

reports that Spanish companies hundred per cent independent and consolidated in the international transPort sector, considers CERSAIE one of the most important fairs: " We shall continue with the idea of being near of manufacturera, exporters, of customers.... In short, of profesionales that may have relation with the development of the logística activity".

**Navigating Waves and the Web**

Evergreen Line's smart online tools give you command of streamlined global shipping like never before. From cargo tracking and electronic transfer of documentation to instant quotes and booking of secured space, our all-in-one service is your anchor to navigating the complex challenges of global trade. Smarter & Easier.

Dedicated to Enriching Your Life  
**EVERGREEN LINE**  
www.evergreen-line.com



Olga Sánchez

## Ertransit: soluciones integradas para que su cadena de suministro nunca se pare

*Ertransit: integrated solutions so your supply chain never stops.*

**L**a pandemia del COVID-19, la crisis ocasionada por el bloqueo en el Canal de Suez y el cierre temporal de algunos puertos en China nos han traído una cadena de suministro inestable, con déficit de equipo y unos fletes por las nubes.

El modelo logístico ha cambiado de forma abrupta y la lección que todos estamos aprendiendo en tiempo real es que necesitamos cambiar nuestra mentalidad "spot" y optimizar la cadena de suministro de tal forma que integremos el flujo de datos de inventario y los compromisos comerciales con la información del equipo y espacio disponible para poder planificar los movimientos de la carga.

En Ertransit proporcionamos un nuevo enfoque para minimizar los bloqueos y la falta de agilidad en la logística actual. El conocimiento de las necesidades de nuestros clientes, la integración logística de extremo a extremo, la colaboración constante y el asesoramiento basado en el conocimiento están siendo las claves para anticiparnos y dar soluciones adaptadas a esta nueva realidad. Y siempre manteniendo la necesaria ecuación de "calidad+servicio+precio".

Ertransit forma parte de Erhardt, un ecosistema empresarial de transporte y logística capaz de proporcionar soluciones logísticas integradas que le ayudan a gestionar eficientemente su cadena de suministro: tecnología, aduanas, transporte, almacenaje y distribución, terminales portuarias propias y soluciones a la medida de diferentes sectores

industriales, como los de la cerámica, piedra y mármol, incluyendo además aspectos como el aseguramiento y la gestión del riesgo.

"En Ertransit nos integrarnos en el negocio del cliente, de esta forma contamos con la visibilidad global del proceso y podemos construir conjuntamente una cadena de suministro de confianza que le asegure el cumplimiento de sus compromisos", afirma Olga Sánchez, Export Manager de Ertransit.

*The COVID-19 pandemic, the crisis caused by the blockade in the Suez Canal and the temporary closure of some ports in China have brought us an unstable supply chain, with a deficit of equipment and high freight rates.*

*The logistics model has changed abruptly and the lesson that we are all learning in real time is that we need to change our "spot" mindset and optimize the supply chain in such a way that we integrate the flow of inventory data and commercial commitments with the information of the equipment and available space to plan the cargo movements.*

*At Ertransit we provide a new approach to minimize blockages and lack of agility in today's logistics. Knowing the needs of our clients, end-to-end logistics integration, constant collaboration and knowledge-based advice are being the keys to anticipating and providing solutions adapted to this new reality. And always maintaining the necessary equation of "quality + service + price".*

*Ertransit is part of Erhardt, a logistics business ecosystem capable of providing integrated logistics solutions that help you efficiently manage your supply chain: technology, customs, transport, warehousing and distribution, own port terminals and solutions tailored to different industrial sectors, such as ceramic, stone and marble, also including aspects such as insurance and risk management.*

*"At Ertransit we integrate into the client's business, in this way we have global visibility of the process and we can jointly build a trusted supply chain that ensures the fulfillment of its commitments", says Olga Sánchez, Export Manager of Ertransit.*



¿Sabe quién le representa y defiende sus intereses ante la Administración de Aduanas?

Los Agentes de Aduanas somos profesionales titulados colaboradores de la administración.

Confíe sus operaciones de comercio exterior, logística y despachos de aduanas a un profesional experimentado, libre e independiente.

Le ofrecemos asesoramiento personalizado, trato directo e información de primera mano.

Estamos integrados en una organización profesional, el Colegio Oficial de Agentes de Aduanas y Representantes Aduaneros que le confiere a nuestra actividad una garantía de calidad



C / Dr. J. J. Domíne 12, bajo derecho, 46011 VALENCIA - Tel. 96 367 07 74  
coacev@representantesaduaneros.es - www.coacev.com



Jorge Selma García-Faria  
SELMA E ILLUECA ABOGADOS

**C**on mucha frecuencia nos encontramos con exportadores que llevan a término la venta de sus mercancías a entidades ubicadas en terceros países en condiciones EXW, y piensan que como la venta es EXW (es decir puesta la mercancía a disposición del comprador en los locales del vendedor), a partir de dicha entrega, ya no tienen ni responsabilidades, ni riesgos de que la mercancía si durante el transporte sufre algún daño o perdida tengan que soportarlo.

Sin embargo, suele ocurrir que en compraventas en tales condiciones EXW, si durante el transporte la mercancía sufre daños o se pierde, el comprador o hace abandono de la mercancía o no paga al comprador el precio de la misma.

En tales casos, el perjuicio se traslada al vendedor, quien sin designar a la naviera ni asumir el transporte se encuentra con ser el perjudicado.

Ante tal situación el vendedor tiene dos opciones: o ir contra su cliente reclamándole el importe no pagado de su factura o proceder contra el porteador efectivo y el porteador contractual si lo hubiera.

No obstante, por razones comerciales o por la gran dificultad de proceder contra el comprador en

## Venta EXW y pérdida de mercancía

### *EXW sale and goods loss*

algunos países, el vendedor hace dejación de sus derechos y soporta las perdidas.

Si hablamos de razones comerciales está claro que al vendedor le puede convenir renunciar a la reclamación y conservar al cliente. Si hablamos del problema de reclamar al comprador en su país de origen, dada, muchas veces, la complejidad del tema, sería aconsejable que en las facturas comerciales de compraventa se pusiera una cláusula de que en caso de controversia las partes se sometan a los Tribunales Españoles.

Finalmente, la otra opción, sería la posibilidad de reclamar al porteador efectivo y al porteador contractual, dado que el vendedor sería el perjudicado y como tal tendría el derecho a resarcirse de los daños sufridos.

*Very frequently we meet exporters that make sales of their goods to companies located in third countries in EXW, and think that as the sales is EXW (is to say goods at the disposition of purchasers at the premises of the seller) , starting from the mentioned delivery, they do not have neither responsibilities, nor risks if goods suffer damages or loss during transport ,not having to bear it.*

*However, it often occurs when buying and selling in such EXW conditions, if during transport goods*

*suffer damages or get lost, then the purchaser abandons goods or does not pay the purchaser the price of same.*

*In such cases, damage is transferred to the seller neither naming the shipping company nor assuming transport finds himself damaged.*

*Before the mentioned situation the seller has two options one to go against his customer claiming the amount unpaid of his invoice or the other to proceed against the effective carrier and the contractual carrier if any.*

*However, owed to commercial reasons or because of the great difficult to proceed against the purchaser in some countries, it may suit the seller to refuse claim and keep the customer.*

*If we talk about the problem of making a claim to the purchaser in his country of origin. Many times, given the complexity of the subject, it would be advisable that in the commercial invoices of buying and selling there would be a clause that in the event of controversy the parts surrender to the Spanish Court.*

*Finally, the other option would be the possibility to claim to the effective carrier or contractual carrier, because the seller had been damaged and as such he would have the right to be compensated for the suffered damages.*

## La terminal de Ganeles del Puerto de Castellón

AMPLIACIÓN MUELLE (m)



Portsur Castellón

# Interglobo



José Luis Mercader, director de la oficina en Valencia de Interglobo Forwarders Spain, Toni Escorihuela, director de Tráfico de Interglobo Forwarders Spain, José Fuertes, director comercial de Interglobo Forwarders Spain.

## "Los mercados valoran mucho la respuesta de la industria azulejera española"

*"Markets highly value the answer of Spanish tile industry"*

Interglobo no quiere perderse la primera feria internacional de referencia de la industria cerámica y azulejera que se celebra de forma presencial tras el inicio de la crisis sanitaria. Por ese motivo el director de la oficina en Valencia de Interglobo Forwarders Spain, José Luis Mercader, el director comercial, José Fuertes, y el responsable de Tráfico, Toni Escorihuela, viajarán a Bolonia para retomar el contacto personal con los fabricantes. "Es un primer paso hacia la ansiada normalidad y un gesto moral necesario", aseguran. Además, la compañía contará con un stand en la feria, al que son invitados los clientes y es una buena manera de encontrarse cara a cara con ellos, sobre todo los de Latinoamérica.

Reconocen que la evolución del sector cerámico durante el pasado año y los meses que van de 2021 ha estado muy por encima de otras

industrias y ha arrojado muy buenos resultados. "Lo cierto es que hay una sobredemanda, impulsada por la pandemia, y el consumidor final compra más, lo que afecta directamente a la industria española, ya que otros mercados como China, India o Brasil no pueden ahora mismo dar servicio", señala Mercader. En este sentido, Fuertes reconoce que, en este contexto, lo más probable es que no se presenten demasiados productos nuevos.

También coinciden en que la próxima edición de Cevisama, otra cita ineludible para Interglobo, programada para febrero del próximo año, se puede "beneficiar" de esta iniciativa de la feria italiana. Para entonces es más que previsible que los clientes se animen a participar en la feria de Valencia. De esta forma, Cersaie "pondrá a prueba" los protocolos de seguridad y las medidas de higiene y servirá, ade-

más de para generar negocio, para abrir el camino hacia la "normalidad".

La industria cerámica representa cerca del 80% de la actividad de Interglobo Forwarders Spain, que en su conjunto cerró el año 2020 con un crecimiento del 30%, gracias a la recuperación que empezó a registrarse a partir del segundo semestre. A lo largo de este año los resultados son muy similares, con una facturación un 70% y 80% por encima del año anterior, debido, mayoritariamente al aumento de los fletes. Para Mercader y Fuertes, todo hace prever que para los próximos meses se mantenga esta tendencia de fletes al alza, al menos hasta finales de 2022. "El mercado está muy tensionado", aseguran. Así, a corto y medio plazo lo que manda en la volatilidad, sobre todo considerando que está a la vuelta de la esquina la campaña de



### Oficinas propias en:

ESPAÑA - ITALIA - EEUU - CANADÁ - BRASIL  
CHILE - PERÚ - CHINA - SUDESTE ASIÁTICO



**INTERNATIONAL FREIGHT FORWARDERS**  
A human technology world in forwarding

Contamos con una red de agentes en todo el mundo,  
para dar cobertura logística mundial

**Interglobo Forwarders Spain**

Av. del Puerto, 302 - Of. 3.3 - 46024 Valencia - España - Tel. + 34 960 660 268 - [interglobospain@interglobo.com](mailto:interglobospain@interglobo.com)  
[www.interglobo.com](http://www.interglobo.com)



Navidad y el Año Nuevo Chino.

“Clientes que antes compraban mucho a China, India o Brasil han encontrado ahora un mejor servicio en la industria azulejera española. Hemos constatado que a nivel mundial se está valorando muy positivamente la respuesta del sector en España, que ha sabido mantener el nivel de calidad y el servicio post-venta. La marca España ha salido reforzada”, puntualizan desde Interglobo. Y es que el cliente valora mucho que se le ofrezca el producto que quiere y en un plazo de tiempo adecuado, un producto que otros proveedores no pueden garantizar.

En estos tiempos de cambio también han surgido nuevas oportunidades de negocio, nuevos clientes y proyectos. Por ese motivo, Interglobo Forwarders Spain ha ampliado sus oficinas de la Avenida del Puerto y ha reforzado su equipo. De hecho, ahora la plantilla suma ya 28 personas. “Queremos diversificar nuestras líneas de actividad y seguir ofreciendo un servicio personalizado a los clientes. La pandemia ha supuesto la irrupción de nuevas herramientas tecnológicas que, en ocasiones, han hecho que se pierda el contacto directo con los clientes y en ese escenario el forwarder ha ganado peso. Hemos ampliado nuestras funciones y ofrecemos al clientes respuestas directa y un servicio personal y global”, concluyen los directivos de Interglobo.

Interglobo does not want to miss the first international fair of ref-

Valencia. Thus, Cersaie “will test» the safety protocols and the hygiene measures and will serve, in addition to generate business and to open the road towards “normality».

The ceramics industry nearly represents 80% of the activities of Interglobo Forwarders Spain, that in its ensemble closed 2020 growing by 30% thanks to the recovery that started to be registered starting the second quarter. Along this year the results are very similar with a 70% invoicing and above the previous year, owed mostly to the increase of freights. For Mercader and Fuertes, everything makes foresee that for the coming months this trend of freights to the rise be maintained till the end of 2022. “The market undergoes great tension», they assure. Thus, in a short and medium term prevails volatility, above all considering that the Christmas and Chinese New Year is round the corner.

“Customers that before purchased a lot to China, India or Brazil have found now a better service in the Spanish tile industry. We have verified that at world level it is being valued very positively the answer of the sector in Spain, that has succeeded in maintaining the quality level and after-sales service. The brand Spain has come out “strengthened» point out from Interglobo. The fact is that customers highly value that they offer them the requested product and in a suitable period of time, a product that other suppliers can not guarantee.

They recognize that the evolution of the ceramics sector during last year and during the months of 2021 has been far above other industries and has got very good results. The fact is that there is a high demand, caused by the pandemic, and the final consumer purchases more, which affects the Spanish industry, since other markets like China, India or Brazil cannot currently render service», Mercader states. Regarding this, Fuertes recognizes that, within this context, the most probable is that not many new products arise.

They also coincide that in the next edition of Cevisama other unavoidable appointment for Interglobo, scheduled for next February, can “benefit» from this initiative of the Italian fair. Then it is more than probable that customers feel encouraged to participate at the fair of



## CARGA Y DESCARGA DE GRANEL Y MERCANCÍA GENERAL OPERADORES DE CARGA DE PROYECTOS Y MATERIALES EÓLICOS ESPECIALISTAS EN EL SECTOR CERÁMICO

[www.tmg.com.es](http://www.tmg.com.es)



Muelle Serrano Lloberas, s/n - local 1 - Edificio Usuarios - Puerto de Castellón - 12100 Castellón

Tel.: 964 73 70 49 - Fax: 964 28 85 33 - [tmg@tmg.com.es](mailto:tmg@tmg.com.es)



## Bulk Cargo incorpora un nuevo molino a sus instalaciones en PortCastelló

*Bulk Cargo incorporated a new mill to its facilities in PortCastello*



**L**a compañía Bulk Cargo acaba de incorporar un nuevo molino pendular a sus instalaciones en el puerto de Castellón, donde ya cuenta con un total de siete molinos para atender la operativa, cinco molinos de bolas, un molino pendular y un molino de martillo, que a demás dispone de la infraestructura necesaria para el producto elaborado, aunque el 80% de la producción se suministra a granel con cisternas. "También se suministra en formato big-bag de 1.000 kilos o en sacos de 25 kilos", apunta José Luis Rovira, gerente y director de Operaciones de Bulk Cargo.

"Bulk Cargo sigue apostando por el puerto de Castellón, tras un año y medio particularmente complejo debido a la crisis sanitaria", explica Rovira. En esta clara apuesta por la calidad se ha optado por la certificación GMP+ para alimentación animal.

"En nuestro plan de inversiones podemos destacar la apuesta por la energía renovable fotovoltaica para autoconsumo, un proyecto que podría ser realidad en 2022", prosigue el gerente de la compañía. "Todo este plan supondrá una inversión de cuatro millones de euros, lo que confirma la apuesta de la familia Quintana en la provincia de Castellón. Es un plan - puntualiza José Luis Rovira - asociado a la ampliación del equipo con nuevos profesionales para llevar a buen término el proyecto de la empresa". En este sentido, el gerente asegura que Bulk Cargo dispone de una plantilla con gran valor humano y profesionalidad que ha hecho propio el proyecto.

### Compañía

Entre sus principales actividades Bulk Cargo SLU realiza la molienda de ganeles de sus clientes, dando de este modo un valor añadido a los productos. Otra de las líneas de negocio consiste en el almacenamiento, custodia y carga de sus productos en el momento en el que

los clientes lo necesiten, convirtiéndose así en un centro regulador de mercancías. "Uno de nuestros rasgos diferenciales es la situación estratégica del puerto de Castellón, donde contamos con 45.000 metros cuadrados disponibles, divididos en cuatro sectores: almacenaje de ganeles inertes, la propia molienda, almacenaje de producto final moliturado y un espacio dedicado al almacenaje de productos de alimentación animal (feed)", termina el gerente.

Rovira se incorporó a Bulk Cargo en octubre de 2019. Este ingeniero químico de 45 años tiene también formación en Educación Emocional, un valor añadido para la gestión de los recursos humanos. Durante diez años estuvo vinculado al sector cerámico y la empresa Kerakol.

**T**he company Bulk Cargo has finished to incorporate a new pendular mill to its facilities in the port of Castellón, where already has seven mills in total to meet the operative, five ball mills , a pendular mill and a hammer mill, besides having the necessary infrastructure for the

manufactured product, although 80% of production us supplied in bulk with thanks. "Also it is supplied in big-bag formats of 1,000 kilograms or in 25 kilograms sacks", José Luis Rovira managing director of Operations of Bulk Cargo points out.

"Bulk Cargo continues betting on the port of Castellón, after one year and a half particularly complex owed to the sanitary crisis " Rovira explains. In its clear bet on quality we have chosen the GMP+ certification for animal food.

"Within our investment plan we can highlight the bet on photovoltaic renewable energy for selfconsumption , a project that could be a reality in 2022", the managing director goes on . "All this plan will mean an investment of four million euro, which confirms the bet of the Quintana family in the province of Castellón. It's a plan,José Luis Rovira points out- associated to the expansion of the team with new professionals for the successful outcome of the company». Regarding this, the manager assures that Bulk Cargo has a staff with great human value and

professionality supporting the project.

### Company

Aiming its main activities Bulk CargoSLU carries out the bulk grinding of its customers, thus providing an added value to products. Another business line consists in the storage, custody and loading of its products when customers need them, becoming in this way a regulatory cargo center."One of our differential features is the strategic situation of the port of Castellón, where we have 45,000 available square meters, divided in four sectors: storage of inert bulks, the properties grinding, storage of the final grinded product and a space devoted to the storage of animal food products (feed)", the manager ends.

Rovira joins Bulk Cargo in October 2019. This chemical engineer of 45 years has also emotional education training, an added value for the management of human resources. During ten years linked to the ceramics sector and the Kerakol company.

**BCL**  
Bulk Cargo Logistics, S.A.U.

**BULK CARGO**  
LOGISTICS, S.A.

**ALMACENAJE Y MANIPULACIÓN  
DE TODO TIPO DE MERCANCÍAS**

Puerto de Castellón · Muelle de la Cerámica · Aptdo. 189 - 12100 Castellón  
Telf: +34 964 73 71 13 · Fax: +34 964 73 74 35 · e-mail: [bulkcargo@bulkcargo.es](mailto:bulkcargo@bulkcargo.es)  
[www.bulkcargo.es](http://www.bulkcargo.es)

# Juan Martí, Dr. General de Savino del Bene “La pandemia ha puesto de manifiesto la capacidad de adaptación y reacción de la industria cerámica”

*“The pandemic has made evident the capacity of adaptation and reaction of the ceramics industry”*



Los servicios logísticos y de transporte vinculados con la industria cerámica representan el 50% de la actividad de Savino del Bene, que tiene en el continente americano su principal destino. Por esa razón la compañía refuerza su compromiso con esta industria y participa en la feria Cersaie, una de las primeras citas internacionales que retoma el formato presencial. El Grupo Savino del Bene contará con un stand propio en la feria, donde, además de tener la oportunidad de con-

tactar con clientes el equipo de profesionales de la compañía (de Italia, España y Latinoamérica) podrá reencontrarse y avanzar en el desarrollo de una estrategia que permita responder a las necesidades del cliente en un futuro inmediato. “Hemos trabajado con un plan estratégico definido hasta final de este año y, en vista de las circunstancias, tendremos que plantear nuevas soluciones para poder seguir ofreciendo un servicio de calidad y eficacia hasta mediados del próximo año”, asegura Juan Martí, director general de Savino del Bene.

Y es que son varios los factores que indican que la tendencia del transporte marítimo internacional, con precios realmente elevados impulsados por la pandemia, se va a mantener. “Por un lado, los pedidos de suministro de equipo nuevo y contenedores se van a atender pero de forma paulatina. Lo mismo sucede con los pedidos de buques nuevos, que no serán servidos hasta final del año viene. Finalmente – apunta – incide en esta situación el gran incremento de los volúmenes post pandemia, con el gran comprador a la cabeza, Estados Unidos, que han desbordado los medios e instalaciones de los puertos americanos, incapaces de atender estos incrementos”. En ese punto, Martí recuerda que el 35% de su exportación vinculada con el sector azulejero se destina al mercado americano e insiste en que todavía no se han adoptado medidas dirigidas a solucionar estos problemas. Congestión, largos tiempos de espera de los buques para operar y lentitud en la rotación de los equipos de carga y descarga que repercuten directamente en unos precios que se “desorbitan”.

En este contexto, y a pesar de que el mercado americano seguirá siendo el core business de Savino del Bene, la compañía sigue trabajando para ganar presencia en otros mercados. De hecho, en el último año ha abierto oficinas en Kolkata (India), Marsella (Francia), Dubai (Emiratos Árabes) y Zaragoza (España) y en breve lo hará en Casablanca (Marruecos). ¿Por qué Savino opta por Zaragoza en España? “Zaragoza tiene una posición geográfica estratégica y cuenta con un nodo de comunicaciones muy eficaz, al tiempo que dispone de un hinterland que capitaliza y genera un volumen de comercio muy importante”, señala Martí. “Ya tenemos allí una cartera de clientes importantes, pero

confiamos aún más en el potencial de crecimiento de Zaragoza”, añade.

En 2020 la compañía cerró con cifras muy similares a las de 2019 a pesar de las vicisitudes y en lo que va de año el crecimiento en volumen de mercancías ha aumentado un 10%, mientras que el crecimiento de la facturación gira en torno al 30%, un resultado influido, eso sí, por el gran incremento de los fletes.

“La crisis sanitaria ha puesto de manifiesto la importante capacidad de adaptación y resistencia de la industria cerámica, que ha tenido un comportamiento impresionante”, asegura el director general de Savino del Bene, Juan Martí. “La pandemia ha provocado una concentración de la actividad y las empresas punteras han absorbido a las más pequeñas, incorporándolas a su estructura”, continúa. En este sentido, Martín explica que ese crecimiento en tamaño ha terminado de igualar la industria azulejera española a los grandes grupos italianos, “demostrando una capacidad de producción superior y un diseño de similares características y superando el escollo del factor precio, que ha pasado a un segundo plano”.

De esta forma, para el director de Savino del Bene en estos últimos meses se ha reforzado la marca España y esta industria ha ganado peso. Aún, así Juan Martí recuerda que “se echa en falta un poco más de apoyo institucional a la hora de regular ciertos suministros, como el de energía eléctrica, fundamental para la industria cerámica y que incide de manera definitiva en la fijación de precios, restando competitividad a este sector frente a otros productores del entorno”.

Martí viajará a la feria de Bolonia acompañado por Pilar Escrig y Carlos Cabedo y, aunque reconoce que el nivel de asistencia se va a ver resentido por los acontecimientos de los últimos meses, confía en que el asistente a la feria sea un profesional decidido a cerrar negocios. Cersaie.

The logistics and transport services linked to the ceramics industry represent 50% of the activity of Savino del Bene, that has its main destination in the American continent. For this reason the company strengthens its commitment with this

industry and participates at the Cersaie fair, one of the main appointments that retake the face to face format. The Group Savino del Bene will have its own stand in the fair where besides having the opportunity to approach customers the professionals of the company (of Italy, Spain and Latin America) will be able to meet and progress in the development of a strategy that allows to meet the need of customers in an immediate future.” We have been working with a defined strategic plan till the end of the year and, in view of the circumstances, we shall have to plan new solutions to be able to keep a quality and effective service until the middle of next year», the General Manager of Savino del Bene Juan Martí confirms.

The factors are various which indicate the trend of the international maritime transport, with highly prices caused by the pandemic which is going to be maintained. “On the one hand the supply demand of new equipment and containers are going to be attended but in a gradual way. The same happens with the orders for new ships, that won't be delivered till the end of next year. Finally – points out – this situation is affected by the great increase of the post pandemic volumes, with the greater purchaser at the head, the United States, that have overflowed resources and port facilities of American ports and are incapable to meet these increases». At this point, Martí reminds that 35% of its exports linked to the tile sector is destined to the American market and insiste in the fact that measures addressed to solve these problems have not been adopted yet. Congestion, long waiting times for ships to operate and slowness in the rotation of the load and unload teams that have direct repercussions on prices becoming “exorbitant».

Within this context, and despite that the American market will

continue being the core business of Savino del Bene, the company continues working to gain presence in other markets. In fact, in the last year it has opened offices in Kolkata (India), Marseille (France), Dubai (Arab Emirates) and ZARAGOZA (Spain) and in short will do it in Casablanca (Morocco). Why

is Savino choosing Zaragoza in “Spain”? Zaragoza has a geographical strategic position and has a very effective communication node, and at the same time has a hinterland that capitalizes and generates a very important trade volume”, Martí points out. “We already have there a portfolio of very important customers, but we trust even more in the growth potential of Zaragoza», adds.

In 2020 the company closed with very similar figures to those of 2019 despite the problems and so far this year the growth in cargo volume has increased by 10% while the invoicing increase is about 30% a result influenced, by the freights great increase.

The great sanitary crisis has evidenced the significant capacity of adaptation and resistance of the ceramics industry, that has behaved impressively”, Juan Martí general manager of Savino del Bene assures. “The pandemic has caused a concentration on the activity of the companies that have absorbed the smaller ones incorporating them to their structure», he goes on. Regarding this, Martin explains that the growth in size has finished to make equal the Spanish tile industry to the Italian groups, “showing a superior production capacity and a design of similar characteristics and the stumbling block of the price factor, that has positioned in background.

Thus, for the General Manager of Savino del Bene during these last months the brand Spain has been reinforced and this industry has gained weight. Even so, Juan Martí remembers that “it is missed a little more institutional support when regulating certain supplies, such as electrical energy, essential for the ceramics industry and that influences in a definitive manner in the fixing of prices, reducing competitiveness to this sector opposite to other producers of the environment».

Martí will travel to the fair of Bologna together with Pilar Escrig and Carlos Cabedo and, although recognizes that the attendance level is going to be affected by the events of the last months, he expects that the attendance to the fair is by a professional decided to close business in Cersaie.



# PortCastelló, el puerto de la cerámica

## PortCastello, the port of ceramics

El puerto de Castellón es el puerto de la cerámica por antonomasia. Supone la puerta de entrada para el 90% de la materia prima necesaria para abastecer al sector.

Estas cifras posicionan al puerto de Castellón como herramienta logística al servicio del sector, que supone el 38% del tráfico total del recinto portuario en lo que va de año, frente al 31,6% en el mismo periodo del año anterior. En concreto, hasta el mes de agosto se han movido en el puerto de Castellón un total de 13.670.234 toneladas de mercancías relacionadas con la cerámica.

La vinculación del puerto de Castellón con el sector se refleja en el tráfico de graneles sólidos, que aumenta un 45,4% en los primeros 8 meses del año respecto al año anterior. Así, PortCastelló contabiliza en el acumulado del año 4.443.526 toneladas de granel sólido. Crece en todo tipo de tráfico de materias primas: un 54% el caolín, un 50% el feldespato, un 48% el circonio y un 33% las arcillas.

El presidente del organismo público se ha referido a los dos hitos en materia de protección medioambiental que han marcado el último año, como son la aprobación del Código de Buenas Prácticas Medioambientales y la firma de un convenio pionero de Calidad del Aire con la Generalitat Valenciana.

La importancia del sector para el puerto de Castellón se refleja en las bonificaciones que aprueba para incentivar este tipo de tráficos y que además "ayudan al desarrollo económico y social del entorno". Durante este 2021, la Autoridad Portuaria de Castellón está aplicando bonificaciones de hasta un 40% en las escalas marítimas de contenedores, y de hasta un 35% en la tasa de mercancía. También aplica hasta un 20% de bonificación en la tasa de mercancía vinculada a la exportación de azulejos y fritas, y un 5% a la importación de materias primas del sector.

**T**he port of Castellón is the port of ceramics par excellence. It means the entrance doors for 90% of the necessary raw material to supply the sector.

These figures position the port of Castellón as a logística tool to the service of the sector, that means 38% of the total traffic of the port area so far this year, opposite to 31,6% I same period of the previous year. In concrete, till August have been handled in the port of Castellón a total of 13.670.234 tons of goods relate with ceramics.

The link-up of the port of Castellón with the sector is reflected in the sólido bulk traffic, which increases by 45.4% during the first 8 months of the year over the previous year. Thus, PortCastello registers within the accumulated of the year 4.443.526 tons of sólid bulk. It grows in all kind of raw materials traffic: 54% kaolin, 50% feldspar, 48% zirconium and 33% clays.

In fact, the port of Castello has closed August as the best monti in its historia in solid bulks, and this type of traffic consolidates itself in the second position of the Spanish port system, at a great distance regarding Tarragona,its immediate competitor. This is due to the dynamics of the companies



established in the province. Regarding this, the president of the Port Authority of Castellón, Rafa Simó, has highlighted the resilience show by the sector in times of crisis and he has put into value the work carried out by the Port Community.

Rafa Simó has stated that to reach this position of reference in the solid bulk traffic is attached to the establishment of the best environmental practice . " Our objective is grow in a sustainable manner, such as our Strategic Plan marks, this goes through investment

in environmental protection and by establishing operatives more and more respectful with the environment».

The president of the public institution has referred to the two milestones in the subject of environmental protection that have featured last year, such as the approval of the Good Environmental Practices code and the signing of a pyioneer agreement of the Air Quality with the Generalitat Valenciana.

The importante of the sector for

the port of Castellón reflects itself in the bonuses that approves to incentivate this type of traffic and that resides "they help to the economic and social development of the environment", During this 2021, the Port Authority of Castellón is applying bonuses up to 40% un the maritime calls of containers, and up to 35% un the commodity rate LinkedIn to the export of times and fritas and 5% yo the import of raw materials of the sector.

**noatum**  
TERMINAL CASTELLÓN

Desde 1975 con la industria azulejera  
Global knowlegde with local expertise

Muelle del Centenario, s/n - 12100 Grao-Castellón  
Tel +34 96 473 70 09 - Fax +34 96 473 71 08  
[www.marmedsa.com](http://www.marmedsa.com)



Jordi Esteve

## Iberoforwarders mejora su oferta con una nueva oficina en Valencia

*Iberoforwarders bets on growing and opens an office in Valencia*

Santiago Hernández



**L**a compañía Iberoforwarders ha apostado por seguir creciendo y acaba de abrir una nueva oficina en Valencia, con el objetivo de reforzar su presencia en "una ubicación estratégica que permite estar cerca del sector marítimo-portuario y de las principales navieras y operadores", tal como señala el director de la empresa, Jordi Esteve.

"También queremos sumar al equipo de Iberoforwarders a profesionales del sector con dilatada experiencia, con el fin de abrir nuevos mercados y reforzar los existentes", añade Esteve.

Santiago Hernández está al frente de esta nueva delegación de Iberoforwarders y en breve se iniciará el proceso de captación de nuevas incorporaciones de perfil comercial y pricing. De hecho, los interesados pueden ya contactar con la firma a través de su página web en el apartado habilitado para tal fin. Y es que la página web de Iberoforwarders se ha realizado apostando por las nuevas tecnologías, tratando también de facilitar al cliente la relación con otros clientes y atendiendo todas sus demandas.

"La web está operativa desde primeros de año y refleja la apuesta de Iberoforwarders por nuevos proyectos informáticos y tecnológicos dirigidos a mejorar la relación con el cliente", señala Hernández.

Iberoforwarders está especializada en la logística vinculada con los materiales de construcción, aunque precisamente la apertura de esta nueva oficina va dirigida a ampliar su presencia en nuevos sectores y llegar a nuevos mercados.

"Valencia es la primera delegación comercial que abrimos y la idea de futuro es seguir ampliando nuestra presencia en otras ciudades", asegura Esteve. En este sentido, el objetivo es abrir otras oficinas a nivel nacional.

Según explica Santiago Hernández, delegado en Valencia, la oficina está muy enfocada a la exportación y se trabaja para acceder a sectores como la alimentación o los bienes de consumo.

Hernández lleva vinculado al sector logístico desde hace trece años, cuando empezó desde abajo, como becario. "El sector me gustó y ahora he apostado por este proyecto, que espero que me permita mos-

trar mi profesionalidad", explica. Para ello, se apoyará en la estructura de Alicante, donde se centralizan labores como la facturación o la operativa, mientras que en Valencia se realizará la labor comercial y la asistencia al cliente.

Iberoforwarders está operando en Valencia desde el mes de abril y poco a poco va consiguiendo nuevos negocios y clientes. Ofrece servicios marítimos, aéreos y terrestres. "El aéreo se puede trabajar al ser agente IATA y OEA, lo que ayuda en el trabajo de promoción y comercialización", prosigue el delegado en Valencia.

### Sostenibilidad

Por otro lado, en Iberoforwarders hay un firme compromiso con la sostenibilidad, de manera que, entre los proyectos recientes, la empresa ha colocado placas solares en el tejado de su sede con el objetivo de ahorrar energía y contribuir a tener un planeta más sostenible para las futuras generaciones. "El cambio climático es una realidad y creemos que las empresas del sector logístico y el transporte debemos dar ejemplo a todas las demás", apunta Esteve. Con la inversión realizada se ha conseguido una instalación de 50,40 kWp, lo que permite dejar de emitir 29,62 toneladas de CO2 anuales, el equivalente a 2,37 hogares en un año.

El Departamento Terrestre sigue creciendo y aumentando sus servicios, principalmente a Francia, Bélgica y Holanda. Por otro lado, el Departamento Aéreo está "en proceso de recuperación de los efectos negativos de la pandemia, ya que el tráfico aéreo se vio especialmente

afectado por la cancelación de salidas y la supresión de servicios, además de estar sometido a un incremento importante de los fletes".

Con estas nuevas propuestas la compañía, muy vinculada al sector cerámico y del mármol, presentará su oferta en la feria CERSAIE, que se celebra en Bolonia a finales de mes y que recupera el formato presencial tras el parón provocado por la pandemia.

**T**he company Iberoforwarders has bet for continuing to grow and has just opened a new office in Valencia, aiming at strengthening its presence in "an strategic location that allows to be near of the port maritime sector and of the main shopping companies and operators", as stated by the managing director of the company, Jordi Esteve.

"We also want to add to the Iberoforwarders team professionals of the sector with wide experience, aiming at opening new markets and strengthen the existing ones", Esteve adds.

Santiago Hernandez head this new delegación of Iberoforwarders and in short the recruitment process of new incorporations of commercial profile and writing will start. In fact the interested people can already get in touch through its web page in the section enabled for this purpose.

The fact is that the web page of Iberoforwarders has been carried out betting on new technologies, aiming also at facilitating customers the relationship 1with other customers and meeting all their requests.

"The web is operative since the

beginning of the year and reflects the bet of Iberoforwarders on new computer and technological projects addressed to improve the relationship with customers», Hernandez states.

Iberoforwarders is specialized in logística linked to the building materials although precisely the opening of this new office is focussed to expand our presente in new sectors and reach new markets.

"Valencia is the first commercial delegation that we open and the idea of future is to continue expanding our presente in other cities» confirms Steve. Regarding this, the target is to open other office at the national level.

According to what Santiago Hernandez explains , the office is strongly focussed to exports and they are working to enter sectors such as food or consumer foods.

Hernandez has been linked to the logistics sector for thirteen yeats, when he started from bottom, as a scholarship holder. "I liked the sector and now I have bet on this project, that I hope that allows me to show my professionalism», explains. For this purpose, he will lean on the estructure of Alicante, where tasks as invoicing or operations are centralized while in Valencia the commercial work and the customer's attention will be carried out.

Iberoforwarders is operating in Valencia since April and little by little has got new business and customers. It offers maritime, air and road services. "The air services can ve carried out provided you are a IATA and OEA agente which phelps in the work of promotion ", and commercialization goes on the Valencia delegate.

**We move your tiles!!**  
Please ask us for sea or airfreight rate from SPAIN to AMERICA!

Calle del Rubio, 66 - 69 - Pol. Ind. Las Atalayas  
ALICANTE Spain - Telf. +34 965 10 77 88  
email: maritimo@iberoforwarders.com

C/ Nicolás Copérnico, 8 Pta.2 - Parque Tecnológico Paterna  
VALENCIA Spain - Telf. +34 648 41 39 72  
email: santi@iberoforwarders.com

[www.iberoforwarders.com](http://www.iberoforwarders.com)



Miguel Balbaste y José García.

## BestWay amplía su oferta con una nueva oficina en Zaragoza

*BestWay expands its offer with a new office in Zaragoza*

BestWay Cargo sigue apostando por ofrecer el mejor y más eficiente servicio a sus clientes. Por ello, y atendiendo a su demanda, la compañía decidió hace algo más de un año abrir una nueva delegación en Zaragoza, donde cuentan con un equipo de confianza y de larga trayectoria profesional.

Según explican José García y Miguel Balbaste en estos complejos últimos meses la filosofía de la empresa ha pasado por mantener el nivel de calidad de sus servicios, centrados en su mayor parte en la exportación y en los mercados asiáticos y de Medio Oriente, sorteando las dificultades de espacio y

falta de equipos que marcan la tendencia del transporte marítimo internacional.

Los servicios a la industria cerámica representan entre el 60 y el 70% de la actividad de la compañía. Según explican García y Balbaste, el comportamiento del sector azulejero en estos meses ha sido bueno, aunque es cierto que hay una dosis mayor de prudencia por parte de los clientes, que han operado más sobre pedido y sobre proyecto.

BestWay Cargo inició su actividad en julio de 2018. Los dos fundadores aprovecharon su trayectoria profesional, de más de tres décadas, para arrancar este proyecto propio, que incluye servicios marítimos y aéreos. En este tiempo, y gracias a una oferta seria, personalizada y comprometida, la



empresa ha logrado posicionarse entre la industria cerámica. Además, la firma ha alcanzado acuerdos de colaboración con grandes grupos, como Grupo Foppiani, que cuenta con presencia en los principales mercados asiáticos.

*BestWay Cargo continues betting to offer the best and most efficient service to its customers. Therefore, and meeting the demand, the company decided more than one year ago to open a new delegation in Zaragoza, where they have a trusted team of wide professional trajectory.*

*According to what José García and Miguel Balbaste explain, during such difficult last months, the philosophy of the company has been to maintain the quality level of its services, mostly focussed in exports and in the Asian and Middle East markets, dodging the difficulties of space and lack of equipment that feature the trend of the international maritime transport.*

*The services to the ceramics industry represent between the 60 and 70% of the company's activity. According to what Garcia and Balbaste explain, the behaviour of the tile sector in these months has been good, although it is certain that there has been a higher dose of caution on the side of customers, that have operated more on request and about project.*

*BestWay Cargo started its activity in July 2018. The two founders took advantage of their professional trajectory, of more than three decades, to start up their own project, that includes maritime and air services. In this time, and thanks to a serious, customized and committed offer, the company has succeeded in positioning itself among the ceramics industry. Besides, the company has reached collaboration agreements with significant groups, as Grupo Foppiani which is present in the main Asian markets.*



**BestWay**  
CARGO S.L.

We grow with you!!!

SERVICIOS/SERVICES

MARITIMOS / SEA SHIPMENTS (FCL / FCL-LCL/FCL)

AEREOS / AIR SHIPMENT

GRUPAJES / CONSOLIDATION (LCL/LCL)



As partner in Spain of:

Agentes en la mayoría de países del mundo  
Partners around world-wide



C/José Benítez, 7, Pta. 1 - 2 - 46011 Valencia - Tel. + 34 960 461 050  
[www.bestwaycargo.es](http://www.bestwaycargo.es)



# Cewisama hará una inversión histórica para captar compradores

*Cewisama works to guarantee a safe edition in 2022*



El certamen será el primer gran evento de la Capitalidad Mundial del Diseño que ostenta Valencia en 2022

Cewisama está trabajando en un proyecto muy ambicioso para garantizar la seguridad y el éxito de su próxima edición, que se celebrará en Feria Valencia del 7 al 11 de febrero de 2022.

La feria internacional de cerámica y equipamiento de baño ha reforzado recursos e inversiones de cara a una convocatoria que considera clave para, en un entorno más seguro y con menos incertidumbres, servir de auténtico revulsivo para las empresas.

En este sentido, entre otras acciones, "Cewisama realizará la mayor inversión de su historia en las campañas de promoción y captación de visitantes", según asegura la directora del certamen, Carmen Álvarez.

El objetivo: garantizar la asistencia a la feria de todo el poder de compra nacional y de los principales compradores y prescriptores de mercados estratégicos para sus expositores, haciendo especial hincapié en el mercado estadounidense.

La presencia de visitantes, según aseguran desde la organización, se verá además favorecida por la designación de Valencia como Capital Mundial del Diseño en 2022. De hecho, Cewisama ha cerrado un acuerdo con sus promotores para convertirse en el primer gran evento masivo de este acontecimiento, lo que garantizará la visita al certamen de prestigiosos prescriptores y medios de comunicación de todo el mundo vinculados con el interiorismo y el diseño.

*Cewisama is working in a very ambitious program for its next edition, which will be held from February 7 to 11 of 2022.*

*Aware of the complexity of the international science, and in an environment of uncertainty because of the pandemic, the fair aims at being near than ever by the side of its customers and double efforts so that its participation at the be safe, profitable and successful.*

*Aiming at this target, Cewisama is going to carry out the biggest buyer campaign of its history of the event and assure the attendance to Feria Valencia of all the national purchasing power, as well*

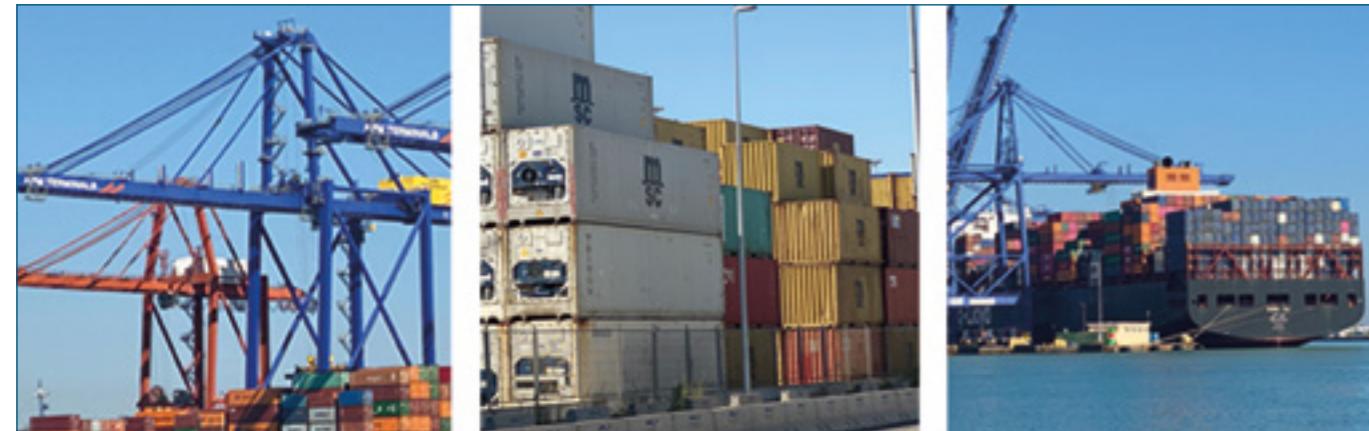


*as of distributors and prescribers of international products of key markets, mainly European and American.*

*The presence of visitors it will also be favored by the designation of Valencia as World Capital of design. In fact, Cewisama has closed an agreement with its promoters to become the first great massive event of this event, which*

*will guarantee the visit to the fair of prestigious prescribers and media of all around the world linked to interior design and design.*

*In short, Cewisama 2022 will be held in a safe environment, with the vaccination plans already completed, with more resources and investment than ever and with new proposals that will be made themselves known in short.*



**veintepies.com**  
DIARIO DIGITAL DE LOGÍSTICA Y TRANSPORTE

Más de  
**15** años  
informando



**DACHSER**  
Intelligent Logistics

## SOLUCIONES LOGÍSTICAS GLOBALES E INTEGRADAS

**DACHSER Interlocking**

Con nuestras soluciones logísticas, aseguramos un eficiente flujo mundial de mercancías para optimizar la cadena de suministro de nuestros clientes. Por tierra, mar y aire, confíeese a nivel global.



DACHSER Spain Air & Sea Logistics SAU  
Dr. J.J. Domínguez 15, 2º • 46011 Valencia  
Tel: +34 96 316 57 00  
dachser.spain-as@dachser.com

www.dachser.es



# 50 años de ALG Medio siglo caminando de la mano de la innovación

*50 years of ALG  
Half a century from the hand of innovation*



Mari Carmen Tomillo

2021 no es un año más para Antonio López Garrido (ALG). Y es que no se cumplen 50 años todos los días. Se dice pronto: 50 años. ¿Es posible resumir, en apenas cinco sílabas, cinco décadas de trayectoria profesional? ALG es más que 50 años de trabajo. ALG es sinónimo de innovación, esfuerzo y servicio al cliente. Es sinónimo de calidad.

Parece mentira que hayan pasado 50 años desde ese 1971 en el que un joven Antonio López Garrido decidió fundar esta empresa. Desde aquel mes de septiembre, ALG ha levantado la persiana año tras año llevando la luz a muchos hogares y

Antonio López Garrido

negocios. Medio siglo en el que la empresa ha lidiado con muchas crisis, varias mudanzas y hasta con una pandemia.

Un periodo importante, que recoge la labor de toda una vida, pero que se ha hecho muy corto porque ha estado lleno de actividad, plagado de proyectos, de ideas innovadoras, de nuevas líneas de negocio, de colaboradores y de amigos.

Su fundador dedicó toda su vida al mundo de la iluminación, y sus diferentes desarrollos de negocio, dedicando especial atención a la calidad de sus productos y a una atención personalizada. Hoy por hoy, ALG es una gran familia, un equipo de profesionales dedicados y especializados en la distribución y comercialización de innovadores componentes y productos eléctricos, electrónicos, lámparas y componentes led para la industria de la iluminación. Un equipo apasionado por la iluminación. Una pasión por la luz que les ha llevado a situarse como uno de los principales distribuidores del sector en nuestro país.

50 años al servicio de la innovación en iluminación: desde las bombillas de incandescencia al principio, la compañía pronto dio el paso hacia el bajo consumo y el ahorro energético y, finalmente, se lanzó a la venta de productos LED. ALG apostó por la tecnología LED desde el principio, siendo pioneros en España en ofrecer las primeras bombillas LED en el año 2002.

Ya con una experiencia algo más consolidada en el mundo de la iluminación LED, vio la luz, hace ya casi una década, la que es hoy su principal línea de productos: la marca LightED.

Cada día más sostenibles

El cuidado del medio ambiente siempre ha formado parte de la forma de trabajar de ALG, que se



define como una compañía comprometida con la reducción del impacto del efecto invernadero. La marca LightED y sus productos de alta eficiencia energética ayudan a restablecer el equilibrio del planeta. Las bombillas LED duran entre 25 y 50 veces más que las lámparas tradicionales. Esto se traduce en una considerable reducción de los residuos y de las emisiones de CO2.

ALG no sólo se dedica a cumplir con sus obligaciones medioambientales. Además, gracias al asesoramiento de APOGEO Ambiental, ALG actúa, por sí misma, como Gestor de Residuos de Aparatos Eléctricos y Electrónicos o lo que se conoce comúnmente como Punto Limpio.

No es casualidad que, en 2016, ALG fuese galardonada el 25 de noviembre de 2016 con el Premio Mediterráneo Excelente 2016 en la

categoría Sostenibilidad. Año tras año, participan también en la iniciativa "La Hora del Planeta" que promueve la organización sin ánimo de lucro WWF.

Durante el año 2020 estuvieron desarrollando acciones para la implantación de la norma ISO 14001:2015, que les ha permitido este 2021 dar un paso más en la mejor conservación y protección del Medio Ambiente.

ALG está decidida a continuar por la senda de la sostenibilidad y el cuidado del medio ambiente por lo que se plantea la sostenibilidad en todos sus procesos como un objetivo prioritario y no negociable. Y así lo destaca en su Política de Calidad y Medioambiental.

Su actuación en pro del Desarrollo Sostenible no acaba ahí. Con motivo de su 50 aniversario, ALG ha previs-

Campanas Logaled con LEDs Citizen  
Ahora también con sensor de presencia  
**Más luz, menos consumo**

ANTONIO LÓPEZ GARRIDO, S.A. algsa.es

to una jornada de plantación de árboles para este mismo otoño en la que será parte activa toda la plantilla de la empresa. La gestión se realizará mediante una ONG; quien se encargará de toda la gestión del plan de reforestación. Las especies plantadas serán autóctonas para respetar la biodiversidad de la zona que se escoga y se realizará un seguimiento de la evolución que asegure el crecimiento de los árboles.

De esta manera, ALG participará activamente en la reducción de emisiones de CO<sub>2</sub> a la atmósfera, al tiempo que refuerza los lazos entre sus empleados con una jornada de team-building ecológico y sostenible.

Y es que es desde dentro desde donde se construyen los mejores proyectos. El mundo no deja de girar y no sabemos lo que nos deparará el futuro. ALG seguirá luchando día a día para ofrecer lo mejor y seguirá, con la ayuda de todos, caminando de la mano de la innovación otros 50 años más.

**2**021 is not one more year for Antonio López Garrido (ALG). The fact is that 50 years are not turned every day.

*It is quick said: 50 yeats. Is it*

*possible summarize, in just five syllables, five decades of professional trajectory? AIG is much more than 50 work years. ALG is a synonym of innovation, effort and customers service. It is a synonym of quality.*

However incredible it seems that 50 have gone since that 1971 in which a young Antonio López Garrido agreed to establish this company. Since that month of September, ALG has risen the blind, year after

*year taking light to many homes and business. Half a century in which the company has struggled with many crisis, several moves and even with a pandemic.*

*An important period that collects the work of a whole life, but that has been very short because it has been full of activities, swamped with projects, innovating ideas, new business lines, collaborators and friends.*

Its founder dedicated his whole life to the lighting world, and its different business development, dedicating especial attention to the quality of his products and to a customized attention. 50 years to the service of innovation in lighting: incandescent bulbs at the beginning, the company soon took a

further step towards low consumption and energetic saving and, finally, began selling LED products. ALG bet on LED technology since the beginning, being pyoneer in Spain to offer the first LED bulbs in 2002.

Already with an experience somehow more consolidated in the lighting LED world, came into existence that which nowadays is his main line of products: the LightED brand.

The environmental care has always been a part of the ALG working way, which defines itself as a company committed with the effect of the green house impact. The

*LlghtED brand and its high energetic efficiency products help to reestablish the balance of the planet. The LED bulbs last between 25 and 50 times more than the traditional lamps. This leads to a considerable reduction of waste and CO<sub>2</sub> emissions.*

ALG not only devoted itself to fulfil its environmental obligations. Besides thanks to the advice of APOGEO Ambiental, ALG acts by itself, as Waste Manager of Residues of Electric and Electronical appliances or what is commonly known as Punto Limpio (Clean Point).

# KERABEN Grupo: Colecciones únicas que revelan la esencia de las personas en Cersaie 2021

*KERABEN:unique collection that reveals the essence of people in CERSAIE 2021*

Poco a poco el mundo vuelve a girar y la vida empieza a recuperarse, con ganas de pensar en sus próximos proyectos. Un espacio único de creación y confianza.

tar su nombre. Vuelven las ferias y como no, vuelve Cersaie. Un año más, Keraben Grupo viajará hasta Bolonia para presentar su gran apuesta en colecciones cerámicas para el año 2021, unidas por la innovación, el diseño y la naturalidad. Todo un homenaje a la personalización cerámica y a la esencia del diseño.

Del 27 de septiembre al 1 de octubre, bajo el concepto creativo "A reflection of you", Keraben Grupo convertirá su stand en un showroom de diseño en el que los visitantes de la feria no solo podrán descubrir las modas, sino que son ellos mismos quienes las crean a través de una actitud rebelde, única y atrevida. Ibero es el impulso que lleva a las personas a explorar su creatividad más allá de los límites establecidos.

últimas novedades en cerámica y tendencias del sector, sino que también podrán sumergirse en una memorable experiencia sensorial en la que verán reflejado su verdadero yo, su verdadera esencia, en espacios que sirven de espejo de sus emociones.

Marcándose como objetivo el transmitir esa fascinación que se genera al vivir algo que nunca antes se ha experimentado, el stand de linked by naturalness mics pers essence de

Keraben Grupo en Cersaie 2021 se convertirá en el lugar perfecto para que los profesionales que lo visiten puedan encontrar la inspiración para From S...  
1st., under reflection will turn i...

*showroom in which the visitors of the fair not only will be able to discover the last novelties in ceramics and trends of the sector, but also will be able to immerse in a memorable sensory experience in which they will see their true self, and true essence in a space that serve as a mirror of their emotions.*

*Making themselves as a target to transfer that fascination that generates living something that never before has been experienced, the stand of the Keraben Grupo in Cersaie 2021 will become the perfect place so that the professionals visiting it can find the inspiration for their future projects. A ubique space of creation and confidente.*

"A reflection of you» is the message that reveals the intentionality of each one of the companies that make Grupo Keraben is the reflection of that more sophisticated side that people have inside, of the wish and elegance more pure that they want to reach through design; Metropol us the alter ego of those that don't get carried away by fashions, but are the ones who create them through a rebellious atunique and daring; and Ibero is the impulse that leads people to explore their creativity beyond the established limits.



## Nace Grupo Trimodos

*A new identity has born that provides solutions for transport and logistics.*

Grupo Stinsa reestructura su arquitectura de marcas y su identidad corporativa

*Grupo Stinsa restructures its brand architecture and its corporate identity*

La empresa de transportes y logística de Castellón, Grupo Stinsa, se encuentra inmersa en un proceso estratégico de renovación, lo que supone un paso más en la consolidación de su presencia en el mercado y una respuesta a los retos venideros en el sector del transporte. Fruto de esta evolución, la compañía ha creado el Grupo Trimodos, un paraguas empresarial que engloba sus distintas firmas comerciales.

Desde la adquisición de Transargi, en el año 2015, la empresa de transportes ha experimentado un fuerte crecimiento como consecuencia, por un lado, de la ampliación de su cartera de servicios y, por otro, de la expansión del alcance de su actividad. Mientras Stinsa opera en el sector del ferrocarril y en la intermodalidad, Transargi actúa de agencia de transportes por carretera

y marítimo. La sinergia entre ambas, por tanto, ha posibilitado a la compañía ofrecer soluciones más globales y completas para optimizar la red logística de sus clientes. Para ello, han llevado a cabo un proceso de reflexión que ha culminado en la reformulación de su entramado de marcas, la redefinición de su propuesta de valor y la renovación de su identidad visual corporativa. Nueva marca, identidad corporativa y centro logístico. Uno de los principales cambios que se ha llevado a cabo ha sido la creación y la activación de una nueva marca de grupo empresarial: Grupo Trimodos.

La iniciativa tiene dos objetivos: por un lado, capitalizar todo el know how y la experiencia adquirida durante casi 40 años de trayectoria y, por otro, dotar de mayor coherencia, estabilidad y fortaleza al entramado de firmas y marcas con las que operan. La nueva marca líder actúa como paraguas y acogerá tanto a Stinsa como a Transargi, también al resto de empresas que puedan ser adquiridas en el futuro.

En paralelo al rediseño de sus marcas, la empresa también se encuentra en proceso de abrir su nuevo centro logístico en Burriana (Castellón) para centralizar su actividad y su equipo. Este centro se suma a los dos ya existentes en Sevilla y Córdoba con los alcanzan

rán operando con normalidad, aunque sus identidades visuales también han sido rediseñadas bajo un modelo de arquitectura de marca "por endoso" para mantener la coherencia global y reforzar su vínculo con el grupo.

La nueva identidad visual de Grupo Trimodos refleja dos de los atributos con los que la compañía siempre se ha identificado: la eficacia y la cercanía. Además, siguiendo con la línea estratégica de ampliar y personalizar sus soluciones de transporte, Grupo Trimodos ha redefinido su estructura de servicios. Así, desde la marca matriz se trabaja en áreas como el transporte intermodal, el almacenaje y actividades de valor añadido, servicios complementarios, transporte por carretera nacional e internacional, tránsitos marítimos o proyectos logísticos ad hoc.

En paralelo al rediseño de sus marcas, la empresa también se encuentra en proceso de abrir su nuevo centro logístico en Burriana (Castellón) para centralizar su actividad y su equipo. Este centro se suma a los dos ya existentes en Sevilla y Córdoba con los alcanzan

una oferta de suelo logístico de 37000 m<sup>2</sup>. Actualmente, Grupo Trimodos tiene sedes en el Grao de Castelló y en Sevilla, además de una flota fija de camiones operando en las provincias de Barcelona, Granada, Murcia, Tarragona y Valencia.

The company of transport and logistics of Castellón, Grupo Stinsa, is immersed in a strategic process of renovation, which means a further step in the consolidation of its presence in the market and an answer to the future challenges in the transport sector. As a result of this evolution, the company has established Grupo Trimodos, a business umbrella that brings together its different commercial companies.

Since the purchase of Transargi, in 2015, the company has experienced a strong growth as a result, on one hand, of the expansion of its service portfolio and, on the other, of the expansion reach of its activity. While Stinsa operates in the railway sector and intermodality, Transargi operates as a transport agency by road and sea. The synergy between boths, therefore has enabled the company to offer more global and complete solutions to optimize the logistics network of its customers. For this purpose, they have carried out a reflection process that has finished with the reformulation of its brand network, the redefinition of its value proposal and the renovation of its corporate visual identity. New brand, corporate visual identity and logistics centee. One of the main changes carried out has been the creation and activaron of a new brand of the business group: Grupo Timodos.

The initiative has two targets: on one hand, capitalize all the know how and the experience gained during nearly 40 yeats of trajectory and, on the other, to provide greater coherence, stability and strength to the network of companies and brands with which they operate. The new brand leader act as an umbrella and will welcome both Stinsa and Transargi, and also the rest of companies that may be purchased on the future. Besides, it will centralize the strategic

direction of the group. The división of both commercial companies will continue operating with normality, although their visual identities have also been redesigned under an architecture pattern of brand "by endorse» to maintain the global coherence and strength their link with the group.

The new visual identity of Grupo Trimodos reflects two of the attributes with which the company has always identified itself: the effectiveness and closeness. Besides, following with the strategic line to expand and personalize its transport solutions, Grupo Trimodos has redefined its service structure. Thus, from the matrix brand it is worked in areas such as intermodal

transport, storage and added value activities, complementary service, national and international road transport, maritime transits or ad hoc logistics projects.

In parallel to the redesign of its brand, the company is also under the process to open its new logistics center in Burriana (Castellón) to centralize its activity and staff. This center joins the two existing ones in Sevilla and Córdoba with which reach an offer of logistics ground of 37000 m<sup>2</sup>. At present, Grupo Trimodos has premises in el Grao of Castellón and Sevilla in addition of a regular fleet of trucks operating in the provinces of Barcelona, Granada, Murcia, Tarragona and Valencia.

# OPTIMIZA \* TU RED LOGÍSTICA DE UNA MANERA EFICAZ Y CERCANA

GRUPO  
TRIMODOS  
Stinsa · Transargi

40 años trabajando en el sector  
del transporte a través de  
nuestras firmas Stinsa y Transargi.



[www.grupotrimodos.com](http://www.grupotrimodos.com)  
comercial@grupotrimodos.com  
tlf. 670 258 022

Stinsa.

- > Tráfico intermodal nacional e internacional.
- > Almacenaje y logística a través de los centros logísticos de Burriana (Castellón), Córdoba y Sevilla.
- > Servicios complementarios (transporte de contenedores a puertos en zona Castellón, Valencia y Sevilla, reparación de contenedores, consolidados/desconsolidados, servicio de aduanas, etc.).
- > Estudio de necesidades logísticas y soluciones a medida.

Transargi.

- > Transporte por carretera nacional en modalidad de camión completo, paletería, grúaje y servicio exprés.
- > Transporte por carretera internacional en modalidad de camión completo, paletería, grúaje y servicio exprés.
- > Transporte marítimo de contenedor completo (FCL) y grúajes (LCL).



# La industria cerámica española desembarca en Bolonia con un crecimiento del 35,7% en exportación

*The Spines ceramics industry disembarks in Bologna growing by 35.7% in exports*



**RAMINATRANS CASTELLÓN**  
INTERNATIONAL FORWARDERS

**20 years**

© WCA IATA DAFRA FCL LCL

**Logistics Solutions**

RAMINATRANS CASTELLÓN, S.L.

Gran Vía Tárrega Monteblanco, 243 - Pol. Ind. Cipreses - 12006 Castellón - (Spain) - Tel. 34 96 424 15 82 - Fax. 34 96 425 74 14  
[castellon@raminatrans.com](mailto:castellon@raminatrans.com) [www.raminatrans.com](http://www.raminatrans.com)



Un grupo de 84 empresas españolas fabricantes de azulejos y pavimentos cerámicos asociadas a ASCER participan este año en la feria CERSAIE, que retoma su formato presencial tras el parón obligado por la crisis sanitaria. Esta participación tan elevada es una clara muestra de la apuesta del sector por los mercados de exportación, dando el alto grado de internacionalización de la feria italiana y de sus visitantes, pese al nivel de incertidumbre y las restricciones de movilidad vigentes todavía para algunos países de origen.

Con todo, la organización ha confirmado la participación de empresas procedentes de 26 países de todo el mundo, aunque el grupo integrado por las empresas españolas es el más numeroso, sólo por detrás del italiano.

ASCR ha desarrollado una web



específica ([tileofspain-cersaie.com](http://tileofspain-cersaie.com)) a modo de catálogo on-line con la información de las empresas expositoras. En esta web se recogen los datos de contacto y las imágenes de algunas de las novedades presentadas por cada expositores y cuenta con una sencilla búsqueda de empresas, tanto por pabellón como alfabéticamente. El microsite ofrece la posibilidad de realizar una consulta sencilla y rápida de los expositores españoles en la feria desde dispositivos móviles. Paralelamente, ASCER ha realizado una campaña de difusión entre los potenciales visitantes a la feria previamente a su celebración, durante el certamen y también en la semana posterior.

En los primeros seis meses del año la exportación del sector cerámico español se ha dirigido a 183 países y ha alcanzado un valor de 1.799,7 millones de euros, lo que supone un aumento acumulado del 35,7% sobre el primer semestre de 2020. Además, si comparamos los resultados con las ventas de 2019 para excluir el efecto del Covid, el incremento entre los meses de enero y junio ha sido del 22,8%.

Casi la mitad de estas ventas al exterior, concretamente el 48,8%, se han destinado a países europeos, el mercado natural de este producto español. De ellos, el 37,5% fueron a países miembros de la Unión Europea. Destaca Francia como primer mercado y principal destino europeo con un aumento del 41,5% en el acumulado. Reino Unido (+45,4%), Alemania (+13%), Portugal (+23%) y Bélgica (+31,3%). De hecho, el mercado belga se sitúa ya en el top ten de destinos de la industria cerámica española. Fuera de la Unión Europea, destaca el comportamiento de Estados Unidos, situado en la segunda posición de la tabla y con ventas por valor de 210 millones de euros hasta el mes de junio, lo que supone un crecimiento del 34%.

A group of 84 Spanish companies manufacturers of tiles and ceramic floors associated to ASCER participate this year at the CERSAIE fair that retake its presence format after the obliged halt because of the sanitary crisis. Such a high participation is a clear example of the bet of the sector on the export markets owed to the high degree of internationalization of the Italian fair and its visitors, despite the uncertainty level and the mobility restrictions still in force for some origin countries.

With all, the organization has confirmed the participation of companies of 26 worldwide countries, although the group integrated by the Spanish companies is the most numerous, only behind the Italian one.

ASCR has developed a specific web ([tileofspain-cersaie.com](http://tileofspain-cersaie.com)) as an on-line catalogue with the information of the exhibiting companies. In this web are gathered

contact data and images of some novelties introduced by each exhibitor and counts on a simple search of companies, so much by pavilions so alphabetically. The microsite offers the possibility to make a simple and quick consultation of Spanish exhibitors in the fair from mobile services. Paralelly, ASCER has carried out a diffusion campaign among potential visitors to the fair previous to its celebration, during the event and also in the subsequent week.

During the first six weeks of the year the exports of the Spanish ceramic sector has been focussed towards 183 countries and has reached a value of 1,799.7 million euro, which means an accumulated increase of 35,7% over the first quarter of 2020. Besides, if we compare the result with sales of 2019 to exclude the Covid effect ,the increase between January and June has been of 22,8%.

Nearly half of these sales abroad, in concrete 48,8%, have been devoted to European countries, the natural market of this Spanish product. Of which 37,5% were for country members of the European Union. France stands out as the main market and principal European destination increasing by 41,5% within the accumulated. The United Kingdom (+45,4%), Germany (+13%), Portugal (+23%) and Belgium (+31,3%). In fact the Belgian market is already in the top ten destinations of the Spanish ceramic industry. Out of the European Union, the behaviour of the United States stands out, positioned in the second place of the chart and with sales amounting 210 million Euro till June, increasing by 34%.

**Del Corona & Scardigli**  
SPAIN SLU

SINCE 1874  
GLOBAL LOGISTICS PROVIDER

Head Office: + 34 93 269 70 00  
 Valencia Office: +34 96 367 15 87  
[www.dcsspain.com](http://www.dcsspain.com)



**CERSAIE**  
Bologna - Italy

27 - 09 / 01 - 10 - 2021



# Marmomacc regresa con nuevas fórmulas de networking

*Marmomacc returns with new formulas of Networking*

Marmomacc, la principal feria internacional del sector, ha preparado al detalle su regreso a la edición presencial, que se celebrará entre el 29 de septiembre y el 2 de octubre en la ciudad de Verona.

La organización confirma que la inscripción de participantes se ha registrado a un ritmo sobresaliente, respondiendo a la necesidad de expositores y visitantes de recuperar la "normalidad". Además, Marmomacc ha realizado un gran esfuerzo para que esta edición sea todo un éxito y cumpla los estándares de seguridad más elevados.

La exposición en Veronafiere será la punta del iceberg de un proyecto más ambicioso y articulado

que arrancó con Marmomacc Talks Live, el encuentro del sector que se celebró vía online entre los días 24 y 27 de mayo y que supuso una pri-

mera toma de contacto para el sector del mármol y la piedra natural. Y es que Marmomacc se ha movido siempre atendiendo a las herramientas digitales necesarias para facilitar la comunicación y el negocio.

De esta forma, en su edición 2021 el programa de la feria incluye una nueva fórmula de networking, con un portal dedicado a los profesionales de la piedra natural: Marmomacc Plus, un espacio virtual siempre activo y abierto a todos los asistentes al evento físico en Veronafiere. Según la organización, se trata de una "vitrina de excepción para los mercados internacionales", que permitirá a las empresas promover sus mercados y mejorar el producto.

Marmomacc, the main international fair of the sector, has prepared in detail its return to the on site edition, which will be held between September 29 and October 2 in the city of Verona.

The organization confirms that the participants registration has developed to an outstanding rythm, meeting the need of exhibitors and

visitors to recover "normality". Besides, Marmomacc has made a big effort in order that this edition be a complet success and complies with the highest safety standards.

The exhibition un Veronafiere will be the tip of an iceberg of a more ambitious and articulated project that started with Marmomacc Talks Live, the meeting of the sector which was held online between May 24 and 27 and that meant a first approach for the marble sector and natural stone. The fact is that Marmomacc has always moved itself using the necessary digital tools to facilitate communication and business.

Thus, in its 2021 edition the program of the fair includes a new networking formula, with a portal devoted to professionals of natural stone. Marmomacc Plus, a virtual space always active and open to all the attendants to the physical event in Veronafiere. According to the organization, it is an "exception display for international markets", that will allow companies to promote their markets and improve products.

**CONSIGNATARIOS DE BUQUES  
AGENTES MARÍTIMOS  
SHIP AGENTS**

Paseo Buenavista, 15b · 12100 Grao de Castellón · Tel.: +34 964 170 370 · +34 679 627 757  
agency@naoshipping.com

**ARAB & INTERNATIONAL SERVICE**  
**الخدمات العربية و الدولية**

**INTERNATIONAL FREIGHT FORWARDERS**  
**ADUANAS - TRANSITOS MARÍTIMOS Y AÉREOS**  
**TRANSPORTES INTERNACIONALES Y FLETAMENTOS**

Agentes en :  
 Jordania: MALTRANS SHIPPING AGENCIES CO.  
 Kuwait: AL ROOMI SHIPPING CO.  
 Emiratos Arabes Unidos: JATCO FORWARDING  
 India: NATIONAL TRADERS & AGENCIES  
 Australia: UNITED CARGO  
 Turquía: BOREAS GROUP  
 LOGISTIC & SHIPPING SERVICES

"ESPECIALISTAS EN EL TRÁFICO DE CONTAINERS CON LOS PAÍSES ARABES, INDIA, PAKISTAN, AUSTRALIA, MEDITERRANEO Y ÁFRICA, ADEMÁS DE ATENDER EL RESTO DE TRÁFICOS"

**ARAB & INTERNATIONAL SERVICE, s.l.**

46024 VALENCIA · C/ Islas Canarias, 259 - 1º 1º - Tel.: 34 963 675 775 - Fax: 34 963 675 763 - E-mail: arabservice1@arabservice.com.es  
 03001 ALICANTE · Puerto Alicante · Muelle de Poniente · Edif. Scivre · Avda. del Faro, s/n - 2º Planta - oficina 8  
 Tel. 965 315 100 · 679 045 173 · 622 799 558 - Email: arabcom12@arabservice.com.es · arabcom13@arabservice.com.es

VALENCIA · SAGUNTO · GANDIA

# valenciaPort

