

COCINA INTEGRAL

TERCER TRIMESTRE 2016 - Nº. 108 / WWW.COCINAIntegral.NET

ÓRGANO DE DIFUSIÓN DE AMC

TECNOMAK®
Calidad en movimiento

blum

LEGRABOX FREE

tecnomak.es

blum®

TENDENCIAS

AMC CELEBRA SU 38ª ASAMBLEA GENERAL

PRODUCTO

CONTINÚA EL OPTIMISMO EN EL SECTOR
DE LAS SUPERFICIES DE COCINA

TENDENCIAS

DISTRIBUCIÓN KITCHEN O EL ARTE DE SABER
DARLE AL CLIENTE LO QUE BUSCA

ALVIC



www.grupoalvic.com

Luxe[®]
by ALVIC
PATENTED PRODUCT

Panel decorativo en alto brillo, de gran resistencia al rayado y fácil limpieza y durabilidad. Amplia gama de diseños y acabados que lo hacen versátil y aplicable en proyectos de mobiliario y decoración.

TR-Max
collection

Panel de tablero de partículas al que se le aplica laminado de alta presión (HPL) en ambas caras. Con un excelente comportamiento físico-mecánico se puede utilizar en diversas aplicaciones.

Finger-Pull
Integrated handle

Puerta con tirador integrado disponible para superficies Luxe, Zenit o Sincron. Su diseño aporta elegancia y ergonomía adaptándose a la tendencia minimalista actual.

Sincron[®]
structured panel LINE

Selección de modernas estructuras aplicadas sobre diseños de vanguardia de extraordinaria naturalidad y alto nivel decorativo.

el equipo perfecto en tu cocina



LUXE



SYNCRON



ZENIT



FINGER-PULL



VIFORMING



TR-MAX



R3-SUPRA

www.grupoalvic.com

Disponible
APP LUXE BY ALVIC

Google play

Available on the iPhone
App Store

Síguenos en:



Producto
100% Alvic

Las TIENDAS del futuro



Cuando se habla de innovación, el primer pensamiento es para el producto y su fabricante. La responsabilidad de sorprender al mercado recae inicialmente sobre ellos, pero no solamente. En cualquier sector de bienes de consumo como el de la cocina, tan importante es el diseño y la producción como la comercialización, y esta última pata, parece que tiene menos que decir a la hora de tratar el tema de la innovación. Y no es así. Recientemente hemos tenido la oportunidad de visitar la nueva Digital Store que Media Markt ha abierto en Barcelona como laboratorio de ideas para sus tiendas de toda Europa. Si bien Media Markt puede parecernos un actor que nada tiene que ver con nosotros, aunque recordemos que vende muebles de cocina en algunas de sus tiendas españolas, el mero hecho de ser un importante referente del comercio de productos tecnológicos en nuestro país es para no pasar por alto esta última iniciativa. La nueva Digital Store de Media Markt en Barcelona no parece una tienda, parece una nave espacial y en ella apenas hay producto físico, porque todos sus esfuerzos van destinados al mundo virtual y al de los servicios. En el primero, a través de todo tipo de pantallas, los clientes no sólo tienen acceso al catálogo de productos, sino también a una faceta de entretenimiento a tener en cuenta a la hora de esta-

blecer una experiencia de compra agradable en el punto de venta. En cuanto a servicios, el nuevo establecimiento de la cadena alemana en nuestro país es toda una revolución y un auténtico alarde del empleo de las nuevas tecnologías para ello. Somos conscientes que hay aspectos que no son comparables, pero con mentalidad abierta, algunas ideas podrían adaptarse de alguna u otra forma al comercio de muebles y equipamiento de cocinas. En la tienda del *futuro presente* que Media Markt acaba de abrir en Barcelona es posible, por ejemplo, comprar por Internet y recoger el producto las 24 horas del día los 365 días del año gracias a un servicio de entrega robotizado; los niños pueden jugar y divertirse; se puede aprender de productos y tendencias y es posible personalizar los productos de manera única.

No sabemos cómo funcionará este proyecto de Media Markt. Si el mundo virtual, que abre infinitas posibilidades, ayudará o no a las ventas. Pero de lo que sí estamos seguros es de que esta apuesta por probar y experimentar nuevos caminos dará sus frutos y que los primeros en beneficiarse de los mismos serán, precisamente, los establecimientos de la cadena.

SUMARIO



SUMARIO

108

EDITORIAL	3	Blum creció un 6,5% en su ejercicio 2015/2016	12
Las tiendas del futuro			
SUMARIO	4	Amica hace balance de su primer año en España	14
TENDENCIAS		Entrevista con FERGOM	18
Techlam, andalusí y contemporáneo en el restaurante Noor	6	Aumenta un 12,4% la exportación española de muebles	22
Primeros Premios Antalia Decora	8		
AMC celebra su 38ª Asamblea General	10		



SICILIA, 93. ÁTICO - 08013 - BARCELONA (ESPAÑA) TEL. 902 887 011 - TEL. (INT.) +34 936 669 500
WWW.COCINAINTEGRAL.NET / COCINAINTEGRAL@COCINAINTEGRAL.NET

¡SÍGUENOS!

FACEBOOK.COM/COCINAINTEGRAL
TWITTER.COM/COCINAINTEGRAL

DIRECCIÓN EDITORIAL / FINANCIERA
ADMINISTRACION@GLOBALCC.ES

REDACTOR JEFE JAVIER GÓMEZ
JAVIER.GOMEZ@GLOBALCC.ES

REDACCIÓN EVA DURÁN
REDACCION@GLOBALCC.ES

DIRECTORA DE PUBLICIDAD LUISA PERALES
L.PERALES@GLOBALCC.ES

DIRECCIÓN DE ARTE / DISEÑO JAVIER LANZAS
DSGN@GLOBALCC.ES

SUSCRIPCIONES
CONTABILIDAD@GLOBALCC.ES

IMPRESIÓN COMGRAFIC, S.A.

D.L.: M-44234 - 1989

AMC ÓRGANO DE DIFUSIÓN
DE LA ASOCIACIÓN
ASOCIACIÓN DE MOBILIARIO DE COCINA

GENERAL RAMÍREZ, 8 - 28020 - MADRID (ESPAÑA)
TEL. 91 504 56 99
WWW.AMCOCINA.COM / AMC@AMCOCINA.COM

AMC_ASOCIACION
HTTPS://ES.LINKEDIN.COM/IN/AMC-ASOCIACION-4058A095

GERENTE SEBASTIÁN ACEDO - AMC
PRESIDENTE JUAN LUIS SALVADOR - ANTALIA
VICEPRESIDENTE MIGUEL DE ARGILA - DAKE
CONSEJO ASESOR JULIO FERNÁNDEZ - INFER COCINAS
CARLOS PÉREZ - COBAIN
ANTONIO MORILLA - ZAKÜCHEN
FRANCISCO JAVIER SALAS - DISCALSA
JESÚS CATENA - ACB
CARLOS PUJOL - FRANKE
JESÚS GARCÍA - GARCÍA DE LA MORA
JUANA PINO - PEDRO PINO

Distribución Kitchen o el arte de saber darle al cliente lo que busca **26**

El mercado de la construcción se normaliza progresivamente **40**

Un otoño cargado de novedades para Cancio **44**

Breves **46**

AMC
Espacio Cocina-SICI **48**

Opinión **50**

Breves **51**

PRODUCTO

Continúa el optimismo en el sector de las superficies de cocina **52**

FERIAS

Los electrodomésticos lideran la innovación en la IFA 2016 **64**

SICAM sigue creciendo con las últimas tendencias del sector **68**

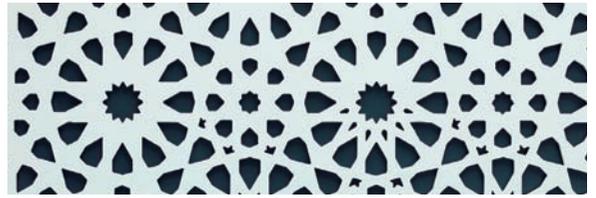
Breves **69**

Calendario **70**

ASOCIADOS **72**

ANUNCIANTES **74**

TECHLAM, andalusí y contemporáneo en el restaurante Noor



EL RESTAURANTE NOOR DEL CHEF PACO MORALES, EN CÓRDOBA, DESTACA POR SU ARQUITECTURA DE ALMA ANDALUSÍ REALIZADA DESDE UN PUNTO DE VISTA CONTEMPORÁNEO. ESTA ORIGINAL ESTÉTICA SE HA CONSEGUIDO GRACIAS A LA FLEXIBILIDAD DE TECHLAM, DE LEVANTINA.



Noor, del chef Paco Morales, más que un restaurante, es un proyecto cultural que ofrece una experiencia gastronómica completa, una recreación de un banquete en el palacio de Medina Azahara en el siglo X. Eso suponía ir más allá de la propuesta gastronómica completa e implicaba desde el vestuario del personal hasta el más pequeño detalle del menaje y la decoración, pasando, desde luego, por la arquitectura. Por ello, el estudio encargado del diseño del restaurante, GGArchitects, creó un proyecto que giraba en torno a la herencia árabe pero bajo un prisma actual, partiendo de cuatro de los conceptos más representativos de la arquitectura islámica: el contraste entre el interior y el exterior, la secuencia de espacios, la articulación de la luz y la sombra y la repetición de patrones geométricos. Y todo ello con la colaboración de Techlam.

CREANDO CONTRASTES

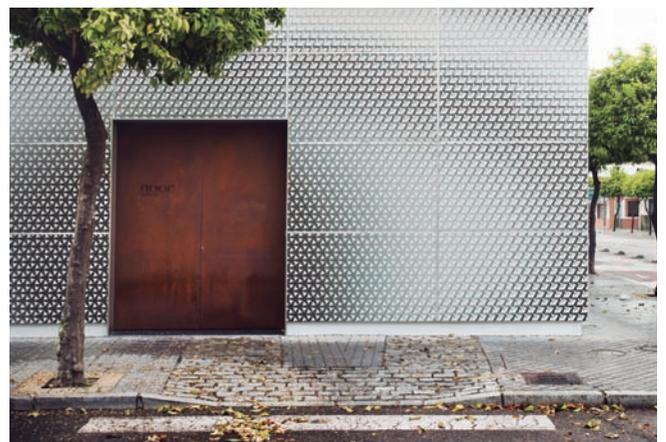
Así, la fachada principal del restaurante, realizada con la piel porcelánica de Techlam personalizada para el proyecto, es deliberadamente sobria, con motivos geométricos afilados impresos digitalmente que enmarcan la puerta de entrada y contrastan con los patrones

más amables y coloristas del interior. Una vez dentro del restaurante, con todos los espacios unidos en una secuencia espacial continua pero claramente diferenciados, domina el juego de luces y de sombras como no podía ser de otra manera (Noor significa *luz* en árabe) creando una atmósfera única. Los patrones y la geometría, fundamentales en el arte árabe, sirven de vehículo de comunicación, y destacan especialmente los de la fachada y el suelo del comedor, donde se han reproducido en el porcelánico Techlam, material que admite la impresión digital, que permite su personalización.

El gran formato de las láminas facilita una rápida instalación y una mínima presencia de juntas, y su fino espesor posibilita su montaje sobre cualquier superficie existente.

Para presentar este proyecto a la prensa, Levantina organizó a principios de julio en Córdoba la Noor Experience, donde se realizó una visita turística a la ciudad de la Mezquita y una presentación por parte de Levantina. Asimismo, Paco Morales habló sobre la materialización del sueño que supuso su restaurante, y para finalizar tuvo lugar el Ritual Noor.

www.levantina.es



Nuevas lavadoras SPA

Todo el mimo y el cuidado de un SPA para tu ropa



Ecoeficiente



Tambor Softcare



Certificación Woolmark



Bajo nivel de ruido

¿Recuerdas esa sensación de bienestar, relajación y cuidado que experimentas cuando te sumerges en un spa? Te presentamos la nueva gama de lavadoras premium SPA.

La única que trata las prendas como si las lavaras a mano

- **Ecoeficiente, clase A+++.** Ahorra hasta 50% de energía y 25% de tiempo.
- **Nuevo tambor Softcare.** Reduce la resistencia al agua y trata mejor la ropa.
- **Certificación Woolmark.** Garantiza que SPA es idónea para el cuidado de las prendas de lana.



A REAL HOME. A REAL TEAM



www.teka.es

A+++

Primeros Premios **ANTALIA DECORA**

EL PASADO 16 DE JUNIO, EN EL MARCO DE CASA DECOR MADRID, SE CELEBRÓ LA ENTREGA DE PREMIOS DE LA I EDICIÓN DEL CONCURSO ANTALIA DECORA, CERTAMEN QUE BUSCA DAR A CONOCER Y PROMOCIONAR NUEVOS VALORES Y TALENTOS DEL INTERIORISMO EN ESPAÑA.



La primera edición de los premios Antalia Decora contó con la participación de 204 estudiantes de 39 universidades de 12 comunidades autónomas que presentaron un total de 138 proyectos de decoración. El jurado estuvo formado por Teresa Sapey (arquitecta y diseñadora), Margarita Escribano Diez (decana del Colegio Oficial de Decoradores y Diseñadores de Interior de Madrid), Gegam Kazarian (decorador, interiorista y bartender) y María Rodríguez (periodista especializada en moda y bloguera).

El ganador del primer premio del concurso Antalia Decora, entregado por Daniel García, consejero delegado del Grupo Top Form, y Margarita Escribano, fue Alba Santillán Ruiz, de la Escuela de Diseño de Valladolid, por el proyecto *Logocina*. El jurado valoró la transformación tridimensional del logotipo Antalia que se convierte en el eje entorno al cual se configura el espacio, por el excelente manejo de los volúmenes creados.

El segundo premio fue a parar a Alejandro Sánchez Sánchez, de la Escuela de Arte de Sevilla, por el proyecto *Suprematism* que, según el jurado, hacía del logotipo de Antalia un proyecto de arquitectura en sí mismo, con un uso inteligente del volumen y la luz para crear un espacio ligero, atractivo y envolvente sin olvidar la funcionalidad requerida. Entregaron el premio Gonzalo Quintana, responsable de Residencial y Grandes Cuentas de la empresa patrocinadora Formica Española y Teresa Sapey.

El tercero de los premios recayó en Itaso Álvarez Ortiz y Miriam Corral Moreno, de la Escuela de Arquitectura de Interiores de Burgos, por el proyecto *Locus Focus*. Entregaron el premio Miquel de Argila, presidente de la firma patrocinadora Dake, y Gegam Kazarian. En su proyecto, el jurado valoró su diferenciación en la composición, por la focalización que el elemento central del proyecto hace del producto y por la circulación que genera su diseño.

El cuarto de los premiados fue Marta Silva Vicente, de la Escuela de Arte y Superior de Diseño de Zamora, por el proyecto *MSV*, destacado por su equilibrio compositivo, por su frescura, por la acertada elección de colores, por la serenidad que transmite y la cuidada presentación del proyecto. Entregaron el premio José Miguel Arnau, delegado de la empresa patrocinadora Señoríos del Rellu y María Rodríguez.

Y por último, el premio especial otorgado por Formica Española a la Universidad en la que cursa sus estudios el titular del proyecto ganador, dotado con un viaje a la próxima Feria 100% Design de Londres, fue a parar a la Escuela de Diseño de Valladolid. Recogió el premio Mercedes Rodríguez Velado, profesora de Interiorismo en el Espacio Doméstico, de manos de Gema Bonilla, Marketing Manager del Sur de Europa de Formica.

NUEVO ESTUDIO EN VALLADOLID

Por otra parte, el pasado 2 de junio, Antalia inauguró un estudio de cocinas en Valladolid, en la calle Acibelas, 11. El nuevo showroom nace con la intención de ser un espacio exclusivo donde la firma mostrará su esencia, con sus cocinas y productos complementarios expuestos en un entorno creado para el disfrute de los sentidos.

CANCIO

www.cancio.es





AMC celebra su 38^a Asamblea General

EL PASADO 15 DE JUNIO, TUVO LUGAR EN LA SEDE DE MIELE EN ALCOBENDAS (MADRID), LA 38^a ASAMBLEA GENERAL DE LA ASOCIACIÓN ESPAÑOLA DE FABRICANTES DE MUEBLES DE COCINA (AMC).

Como miembro de la asociación, Miele acogió en su sede madrileña tanto la 38^a Asamblea General como el II Foro AMC, dentro de la nueva estrategia de estrechar vínculos entre asociados y empresas del sector. En la jornada, en la que participaron más de 50 empresas, tanto asociadas como no asociadas, la transparencia y el intercambio de ideas fueron la tónica dominante, como expresión del nuevo espíritu de AMC de conformar una nueva asociación donde participen todos los actores del sector de la cocina.

CAMBIO DE ESTATUTOS

Entre las acciones de esta nueva etapa, y que se puso de manifiesto en el evento, está la decisión de cambiar los estatutos de la asociación para abrir el abanico de empresas que puedan formar parte, de manera que AMC gane una mayor representatividad de todo el sector. Así, se aprobó por unanimidad el cambio de denominación de AMC que, en breve, pasará a denominarse Asociación de Mobiliario de Cocina. Con este cambio, AMC pretende, entre otras cosas, hacer partícipes como asociados a la distribución y, de esta manera, establecer una relación más cercana con las necesidades del consumidor, además de cobrar fuerza institucional ante los organismos públicos. Así, la asociación busca similitudes con la potente organización alemana AMK, que ya inspiró el nacimiento de AMC hace cerca de 40 años.

En palabras de Juan Luis Salvador, presidente de AMC, *estamos en un proceso de refundación de la asociación. Nuestro objetivo es dar visibilidad al mueble de cocina en todo su espectro por lo que debemos implicarnos todos.* Tras una bajada en el número de asociados durante la crisis, en los primeros meses del año el ritmo de incor-

poración de nuevos asociados se está produciendo de forma muy activa y así se prevé que siga en los próximos meses.

PLAN DE ACCIÓN

Para lograr sus nuevos objetivos, la estrategia de la nueva etapa de AMC pasa por conseguir ofrecer datos fiables y reales por canales; por definir lo que la asociación puede ofrecer a la distribución a través del diálogo y de la participación colaborativa; por elaborar propuestas tangibles para cada colectivo, por fomentar las buenas prácticas y proteger la honorabilidad de las empresas y por promover el consumo del mueble de cocina en España. Para ello se pondrán en marcha nuevos servicios como la gestión de eventos, grupos de trabajo, foros, actividades conjuntas, circulares de temas relevantes para las empresas asociadas, bolsa de trabajo, ...

Otro de los temas relevantes de la reunión del miércoles fue la convocatoria oficial, tras la firma el día antes, del acuerdo entre AMC y Feria de Valencia, de la próxima edición conjunta de Espacio-Cocina SICI, del 21 al 24 de febrero en Valencia, con la que se abre un nuevo horizonte con un compañero de viaje que ofrece una conjunción de sinergias necesarias para llevar el proyecto a buen fin. Ambas organizaciones parten de un momento de regeneración que ha permitido que coincidan todos los aspectos favorables para que el evento se convierta en un referente del sector.

Los asistentes también pudieron visitar las modernas y agradables instalaciones de Miele y disfrutar del showcooking ofrecido por el fabricante de electrodomésticos en un propicio y distendido ambiente favorable al networking entre profesionales. www.amcocina.com



“Siente la **experiencia**
en tu **cocina**”



sc herrajes®

Avd. de las Naciones, 31
45200 ILLESCAS TOLEDO
Telf. 925 51 24 24 - Fax. 925 54 08 74
www.sc-herrajes.com



BLUM creció un 6,5% en su ejercicio 2015/2016

EL FABRICANTE AUSTRIACO DE HERRAJES, BLUM, DISTRIBUIDO EN ESPAÑA POR TECNOMAK CERRÓ SU ÚLTIMO EJERCICIO, A 30 DE JUNIO DE ESTE AÑO, CON UNAS VENTAS DE 1.656,17 MILLONES DE EUROS, LO QUE SUPONE UN IMPORTANTE ALZA DE SU CIFRA DE NEGOCIOS A NIVEL MUNDIAL.

El balance final de Blum durante su ejercicio 2015/2016, finalizado el pasado 30 de junio, se saldó con un incremento de su cifra de ventas global del +6,5% hasta los 1.656,17 millones de euros. El fabricante austriaco con sede en Höchst explica este crecimiento por sus productos innovadores, por su presencia internacional de mercado, así como por las consecuentes inversiones realizadas.

RESULTADOS POR MERCADOS

El 50% de la facturación se generó en el ámbito de la UE; y el 15% en EEUU. En Europa Occidental la mayoría de mercados registraron crecimientos. También en Europa del Este, la evolución de los negocios en los Estados miembro de la UE fue muy satisfactoria. Por contra, en Rusia y Turquía sufrió pérdidas por los efectos de las sanciones y la inseguridad política. En Norteamérica se mantuvo la buena coyuntura, mientras que en Sudamérica, y particularmente en Brasil, se sintieron fuertemente las tensas condiciones económicas. En la región Asia-Pacífico, la mayoría de los mercados creció, al igual que Oriente Próximo, Oriente Medio y África.

La gran flexibilidad de nuestros trabajadores en todo el mundo y la excelente cooperación entre todos los departamentos y las organizaciones, son componentes fundamentales para el éxito de la empresa, ha declarado el Director Gerhard E. Blum. A nivel mundial, en el ejercicio pasado trabajaron en Blum una media de 6.849 personas, 334 más que el año anterior. El 1 de septiembre han comenzado su formación técnica en Blum Austria 80 nuevos aprendices, por lo que desde septiembre hay un total de 306 aprendices en formación en el Grupo Blum (13 de ellos en EEUU).



Gerhard E. Blum.

INVERSIONES Y NUEVOS PRODUCTOS

En su último ejercicio, Blum invirtió 173,64 millones de euros en nuevas instalaciones productivas y de almacén en Austria, Grecia, China, Australia y Polonia que serán inauguradas a corto y medio plazo.

En el desarrollo de nuevos productos y servicios, la empresa ha mantenido su orientación estratégica en el ejercicio 2015/2016. Por ejemplo, para la actual tendencia de diseño, enfocada en cocinas y muebles con frentes sin tiradores, Blum ofrece soluciones muy bien pensadas en los tres grupos de productos (compases abatibles, bisagras y extracciones). Diversos servicios complementan su oferta de soluciones de producto, como el *Online Product Configurator*, para la búsqueda rápida y sencilla de los herrajes adecuados, y la nueva aplicación móvil para montadores, que permite encontrar fácilmente las medidas y los ajustes de los herrajes.

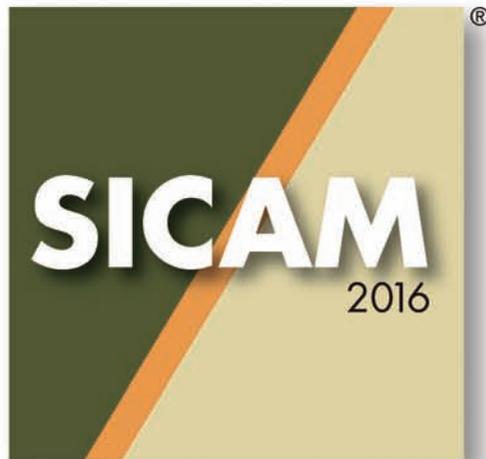
De cara al próximo ejercicio, Blum espera seguir creciendo a pesar de las incertidumbres creadas con el Brexit a nivel europeo, los problemas en Rusia y Turquía, o las dificultades económicas del mercado brasileño. Para ello, seguirá apoyándose en sus innovadores productos, en su presencia internacional, y en un personal altamente cualificado.



Exposicam srl
 Via G. Carducci, 12 • 20123 Milano • Italia
 Tel: +39 0286995712 • Fax: +39 0272095158
 info@exposicam.it



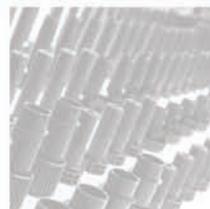
www.exposicam.it



**SALÓN
 INTERNACIONAL
 COMPONENTES,
 SEMIACABADOS
 Y ACCESORIOS
 PARA LA INDUSTRIA
 DEL MUEBLE**



**18/21
 Octubre
 2016**
 FERIA DE
 PORDENONE



AMICA hace balance de su primer año en España

JOANNA CIBOROWSKA SÁNCHEZ ES LA RESPONSABLE DE MÁRketing DE LA MARCA POLACA DE ELECTRODOMÉSTICOS AMICA PARA EL MERCADO ESPAÑOL. ANALIZAMOS CON ELLA EL PRIMER AÑO EN NUESTRO PAÍS Y OTRAS CUESTIONES DE ACTUALIDAD RELACIONADAS CON LA MARCA.

Joanna Ciborowska. Directora de Márketing.



■ **En octubre se cumplirá el primer año de su entrada en el mercado español.**

¿Cuál es el balance??

El balance de la llegada a España es muy positivo.

Tenemos nuestra estrategia muy encaminada al crecimiento, a convertir a nuestra empresa en un actor principal en el mercado de electrodomésticos. Hemos encontrado un mercado muy competitivo y maduro. A los clientes les ofrecemos nuestras ideas con un producto muy bueno y muy sólido, practicando una aproximación muy individualizada a cada cliente y a cada canal. Lo principal era introducir la marca y prepararla para todo lo que está por venir.

■ **Recientemente, ha habido cambios en la Dirección General en España, ¿Cuál es el Plan Business en esta nueva etapa?**

Aún no teniendo a un nuevo Director General, la estrategia es la misma que en el principio de la implantación de Amica en España. Queremos crecer, paso a paso, dando a conocer a los clientes la alta calidad

de nuestros productos, los muy buenos profesionales que trabajan con nosotros, nuestro excelente servicio técnico, etc.

■ **¿A través de qué canales están trabajando?**

La filial distribuye sus productos a los grupos de compra y a los estudios de cocina. Se están cumpliendo las expectativas y estamos creciendo gradualmente.

■ **Hablemos de producto. ¿Qué características comunes definen al producto Amica? ¿A qué segmento de mercado va dirigido?**

Las características comunes de los productos Amica son la calidad y el diseño en primer lugar. Innovamos en materia de funcionalidades. No sólo cumplimos con todo lo que se vende en el mercado, sino que aportamos más funcionalidades y un diseño nuevo. Esto supone un gran valor añadido.

■ **¿Cuántas referencias ofrecen en estos momentos en España, qué familias son las que están funcionando mejor y por qué creen que esto es así?**



cadena
Elecco
electrodomésticos & cocinas

Si eres especialista,
somos tu grupo.

www.cadenaelecco.com

Agilizamos, potenciamos
y rentabilizamos tu negocio
de electrodomésticos

**ÚNETE AL LÍDER
Y BENEFÍCIATE**



@deccokitchen
@cadena_elecco



facebook.com/deccokitchen
facebook.com/cadenaelecco

www.deccokitchen.com

DECCOKITCHEN®
cocinas que decoran tu vida

La nueva cadena de estudios de cocina.
Si eres **PUNTO DE VENTA** y quieres
un proyecto integral, somos tu grupo.
Muebles + Electrodomésticos + Marketing

DECCOKITCHEN: Proyecto Integral con todos los servicios y herramientas para
PUNTOS DE VENTA especialistas en muebles de cocina y electrodomésticos.

¡¡CONTACTA CON NOSOTROS, SOMOS TU GRUPO!!



Tenemos 120 referencias en todas las categorías. Nuestros productos estrella son los hornos, las cocinas de libre instalación, las placas de inducción con sus 30 cm de la zona gigante, los lavavajillas... y su éxito se debe a la buenísima calidad y al diseño excepcional de todos los productos.

■ **En lo tocante a servicio, ¿Qué plazos de entrega y garantías ofrecen? ¿Con qué instalaciones y recursos cuentan para ello? ¿Cómo es la atención posventa?**

El plazo de entrega son 48 horas y la garantía alcanza dos años en todas las categorías. La empresa que nos presta servicio en esta materia es Sareteknika – uno de los mejores servicios postventa de España-. Son rápidos y muy profesionales. No obstante, nuestros productos llegan al mercado con una expectativa de vida útil larga.

■ **Recientemente han entrado a formar parte de la AMC. ¿Qué les ha llevado a dar este paso y qué objetivos se plantean con su pertenencia a la asociación?**

La AMC es el sitio donde se intercambian las ideas sobre la distribución, clientes, sus necesidades, ideas de mejora e innovación en el sector... Donde podemos hablar sobre los temas que nos inquietan y preocupan como, por ejemplo, la digitalización del sector.

■ **¿Qué consideran que puede aportarles AMC y qué creen que también puede aportar Amica a la asociación?**

Creemos que podemos intercambiar ideas, aportar y aprender de los otros integrantes de la AMC. Seguro que nosotros podemos aportar nuestro know how en lo que es gestión digital del producto de marca blanca.

■ **¿Cuáles serán sus próximos lanzamientos de producto en España? ¿En qué medida sus productos siguen la tendencia del hogar conectado?**

En el mercado europeo destaca la línea Amica IN, la última línea de

producto exclusiva de encastre cuyos aparatos se comunican a través de la red Wi Fi. Se ilumina el borde de las placas y de los hornos mientras están en funcionamiento (funcionalidad Ambient).

Tenemos disponibilidad en tres colores: blanco (pure white), negro (black magic) y champagne (Manhattan beige).

El gran protagonista de la colección es un horno con un programador muy intuitivo y altavoces bluetooth. Una aplicación móvil tanto para smartphones como para tablets, permite comprobar en cualquier momento el estado de los aparatos y apagarlos a distancia. Los productos de esta línea han sido valorados en los concursos más prestigiosos del mundo en el ámbito del diseño, habiendo sido reconocidos con el IF Design Award y el Red Dot Award 2015 en la categoría Product Design (Diseño de Producto).

www.amica-group.es





KENDO - KENDO.in



KALEO - KALEO.in



LIGHTING MADE EASY WITH



KENDO & KALEO diseño minimalista de medidas reducidas y alta luminosidad que permite integrarse completamente en el mueble creando un toque de elegancia en su hogar.

Disponible en medidas standar y especiales.



L&S ITALIA Srl Via L. Zanussi, 8 33070 Maron di Brugnera (PN) – Italy
Tfno: (+39) 0434 616611 Fax: (+39) 0434 616601 info@ls-light.com www.ls-light.com



Agente Tomás Eceiza Castillo Plaza Iribar nº 2 - 2º Oficina 9 20.018 San Sebastián
Tfno: (+34) 943 308325 Fax: (+34) 943 308162 tomas@dtectl.com



Entrevista con **FERGOM:** más de 5.000 referencias para la cocina

EL FABRICANTE TOLEDANO DE COCINAS, RECIENTEMENTE ASOCIADO A LA AMC, ESTARÁ PRESENTE EN LA PRÓXIMA EDICIÓN DE ESPACIO COCINA - SICI, DONDE ACUDIRÁ PARA DAR A CONOCER SUS ÚLTIMAS NOVEDADES.



La firma de muebles de cocina Fergom nació el año 2000 en la localidad toledana de Ugena, a sólo 40 kilómetros del centro de Madrid, donde cuenta con más de 4.000 metros cuadrados de instalaciones

repartidas entre la fábrica, la zona de oficinas y un showroom de exposición de producto. Este fabricante, con una facturación de 4,3 millones de euros, vende sus muebles de cocina en todo el territorio peninsular y cuenta con 45 trabajadores además de su red comercial. Sobre la empresa y su reciente adhesión a la AMC hablamos con su principal responsable, Vicente Gómez.

■ ¿Cómo podríamos definir el producto Fergom en cuanto a posicionamiento de mercado, concepto, materiales y diseño?

Nuestros fabricados están pensados para abarcar un amplio abanico de consumidores, ya que tenemos definidas dos familias de producto diferenciadas que aportan soluciones desde un segmento de mercado medio – bajo hasta el premium. Todo ello, basándonos en una calidad en materiales que nos diferencia.

Nuestros grupos básicos tienen herrajes Hettich, Kesseböhmer o Blum y bisagras Salice; densidades de 120 gr en nuestros cascos; hidrófugos en los muebles fregadero y escurridor; metopas ocultas antivuelco, espigas preencoladas, etc., etc.

Mantenemos una inversión permanente en maquinaria fabril para disponer de las tecnologías más actuales. Y estamos en constante evolución incorporando las últimas tendencias en estilo, diseño y calidad.



■ Cuántas referencias tiene su catálogo de mueble de cocina?

Más de 5.000 referencias que nos permiten cubrir todas las necesidades de amueblamiento de cualquier cocina.

■ ¿Con qué plazos de entrega y garantías trabajan?

Dependiendo de los fabricados, nuestros plazos de entrega van desde los 10 días a las cuatro semanas. Nuestros productos están amparados por una garantía de 5 años.

■ ¿En qué canales tiene más presencia (construcción, retail, bricolaje...)? ¿En cuántos puntos de venta a nivel nacional tienen presencia? ¿Cuentan con tiendas propias?.

En el retail tradicional, con más de 250 puntos de venta a nivel nacional.

■ ¿Cuál es la política de expansión de la marca a corto y medio plazo? (tanto nacional como internacional, si es el caso).

Consolidar las últimas zonas donde hemos comenzado a comercializar

Excelencia en continua Evolución

Home Design Partner: una nueva iniciativa de DuPont™ Corian®,
la superficie de elevadas prestaciones para cocinas y baños



- Garantía de los niveles más elevados de asistencia técnica para los propietarios de viviendas:
- Consultoría cualificada en diseño en las exposiciones • Los más elevados estándares de fabricación
 - Servicio post-venta • 10 años de garantía DuPont™ Corian®



Corian.

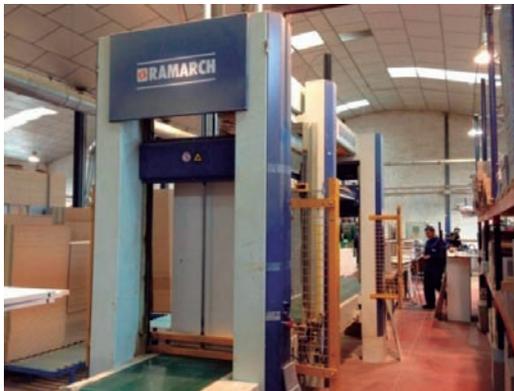
Para más Información sobre cómo unirse como tienda a la iniciativa Home Design Partner:
901 120 89, www.quality-network.corian.es

Con una facturación de 4,3 millones de euros, y una plantilla de 45 trabajadores, sin contar su red comercial, Fergom vende los muebles de cocina que fabrica en sus instalaciones de Ugena (Toledo), a 40 kilómetros del centro de Madrid, por todo el territorio peninsular español.

nuestros fabricados (Galicia y Andalucía) y reforzar nuestra presencia comercial en unas pocas provincias donde aún estamos poco presentes. También estamos estudiando *atacar* Baleares y Canarias y tenemos en proyecto un plan de exportación.

■ **¿Cómo han cerrado el ejercicio 2015 y qué previsiones tienen de cara a 2016?**

Nuestra facturación en 2015 alcanzó los 4,3 millones de euros, y nuestro objetivo es incrementar nuestras ventas en un 12 % en este año 2016.



■ **¿Cuál ha sido la receta de Fergom para superar la crisis?**

Una apuesta permanente por disponer de tecnología fabril actualizada, que nos permite dotar a nuestros productos de un nivel de calidad por encima de otros. A ello hay que sumar racionalidad en el gasto y optimización de todos los recursos, sin olvidar la estrategia de expansión por toda la España peninsular.

■ **¿Por qué han decidido asociarse a AMC y qué esperan de la asociación?**

Porque hoy, más que nunca, hay que estar conectado al mundo. Hay que compartir Know How y experiencias, conociendo otras realidades diferentes a la nuestra para aprender lo bueno de ellas.

La base del desarrollo es la observación y el conocimiento, y eso sólo se consigue en círculos donde el aprendizaje sea posible. La AMC es un órgano donde esperamos poner en común nuestras experiencias y percibir las cualidades positivas de éxito de otros asociados.



■ **¿Qué creen que pueden aportar ustedes a AMC?**

Una visión modesta de nuestra manera de enfocar nuestra empresa en la que prima el servicio al cliente y elasticidad para satisfacer, en lo posible, sus necesidades. Y toda la información de nuestro mercado que se nos solicite para buscar el crecimiento de los componentes de la asociación.



■ **¿Tienen previsto exponer en Espacio Cocina - SICI 2017? En caso afirmativo, ¿Qué será lo más destacado de su presencia en la feria?**

Sí. Daremos a conocer nuestra capacidad y flexibilidad fabril para buscar soluciones a los problemas que nos puedan presentar los clientes. Las novedades de producto aún se encuentran en el departamento de diseño y verán la luz para esa feria.

www.fergom.es

QUEREMOS HACER AÚN MÁS GRANDE TU NEGOCIO. ¿HABLAMOS?

Sabemos cómo convertir tu tienda de muebles de cocina en un negocio rentable. Porque disponemos de todas las herramientas que necesita una tienda de cocinas **para vender más y con mayor rentabilidad.**

- Condiciones de compra inmejorables, tanto en mueble como electrodomésticos.
 - Acuerdos con las más importantes marcas especialistas en encastre.
 - Marketing y publicidad en medios convencionales y on-line, tanto a nivel nacional como en el punto de venta.
 - Fuerte presencia en redes sociales.
 - Programa propio de diseño en 3D.
 - Estructura comercial con profesionales especializados en el canal y atención personalizada.
 - Showroom regional con exposición de producto.
 - Y una marca propia de muebles de cocina: **KEUKEN**, con un desarrollo de marketing propio.
- En **DECORactiva** vas a encontrar el proveedor integral de servicios que tu negocio necesita.

Y ahora, *¿hablamos?*

T I E N D A S
DECORactiva
LA COCINA QUE QUIERES



www.decoractiva.com

C/ Serrano 19, 3º izq. 28001 Madrid · 902 333 991 · decoractiva@decoractiva.com

Síguenos en: TIENDASDECORactiva Decoractiva

Aumenta un **12,4%** la exportación española de **MUEBLES**

ANIEME HA PRESENTADO RECIENTEMENTE EL INFORME DE RESULTADOS DEL COMERCIO EXTERIOR DEL MUEBLE DE ESPAÑA DE ENERO A JUNIO DE 2016 Y SUS CONCLUSIONES AL RESPECTO. EN ESTE PERÍODO LAS VENTAS AL EXTRANJERO HAN SUPERADO LOS 1.000 MILLONES DE EUROS.

Durante el primer semestre de 2016, España exportó muebles por valor de 1.003 millones de euros, lo que ha supuesto un incremento del 12,4% con respecto al mismo periodo de 2015, según los datos facilitados por ESTACOM y aportados por la Asociación Nacional de Industriales y Exportadores de Muebles de España (ANIEME).

EXPORTACIÓN DE MUEBLES POR COMUNIDADES AUTÓNOMAS

Cataluña se mantiene en el primer puesto del ranking de comunidades autónomas en cuanto a exportación de muebles, si bien ralentiza

su crecimiento, perdiendo un punto de su cuota sobre el total exportado a nivel nacional, con un volumen durante el periodo enero-junio de 2016 de 257,82 millones de euros y una cuota del 25,7% sobre el total; esta cifra supone un aumento de 8,2% con respecto al primer semestre de 2015. El resto de principales CCAA exportadoras de muebles ha crecido por encima de dos dígitos, con la única excepción de Madrid, cuyo volumen de exportación ha disminuido.

La Comunidad Valenciana ha aumentado sus exportaciones de mueble un 13,3% en el primer semestre de 2016, por lo que ostenta una cuota del 23,7% sobre el total exportado a nivel nacional y se sitúa en segunda posición del ranking. Es de remarcar que Cataluña y la Comunidad Valenciana, juntas, totalizan el 49,4% sobre el conjunto de la exportación nacional de muebles.

Otras comunidades autónomas que han visto crecer considerablemente sus exportaciones de mobiliario en este periodo son Galicia (+10,1%), Andalucía (+32,4%), Aragón (+14,2%), País Vasco (+20,8%) y Murcia (+25,8%), entre otras.

EXPORTACIÓN DE MUEBLES EN ESPAÑA POR CCAA

Datos en miles de euros.

FUENTE: ESTACOM

Comunidades Autónomas	Enero / Junio 2016	% sobre total	Crecimiento
Cataluña	257.820,4	25,7%	8,2%
Comunidad Valenciana	238.034,3	23,7%	13,3%
Galicia	88.134,5	8,8%	10,1%
Andalucía	79.506,1	7,9%	32,4%
Aragón	77.764,6	7,8%	14,2%
Madrid	64.337,0	6,4%	-18,7%
País Vasco	46.632,7	4,6%	20,8%
Murcia	41.879,6	4,2%	25,8%
Navarra	27.409,7	2,7%	15,4%
Castilla-La Mancha	19.298,6	1,9%	38,1%
Castilla y León	18.715,8	1,9%	2,1%
Asturias	13.109,9	1,3%	32,4%
Baleares	10.466,2	1,0%	1062,4%
La Rioja	10.237,0	1,0%	1,8%
Extremadura	2.023,6	0,2%	50,8%
Canarias	606,7	0,1%	-4,8%
Cantabria	258,6	0,0%	-56,9%

PRINCIPALES DESTINOS DE LA EXPORTACIÓN ESPAÑOLA DE MUEBLES

Cuatro países de la Unión Europea, Francia, Portugal, Alemania y Reino Unido, se sitúan a la cabeza de los principales destinos de la exportación española de mobiliario en el periodo enero-junio de 2016, concentrando más de la mitad (52,1%) del total exportado.

El liderazgo como primer destino del mueble español corresponde a Francia, con una cuota del 26,9% sobre el total exportado en el primer semestre del año. Es, pues, un mercado fundamental para el mueble español, de lo que, según ANIEME, se deriva la necesidad de que España continúe invirtiendo en promoción en Francia para no perder la



TITAN

El nuevo dispositivo plano con
tecnología EDGE LED



RANKING DE PAÍSES: EXPORTACIÓN DE MUEBLES EN ESPAÑA

Datos en miles de euros.

FUENTE: ESTACOM

Países	Enero / Junio 2016	% sobre total	Crecimiento
Francia	269.956,5	26,9%	22,3%
Portugal	118.417,0	11,8%	26,7%
Alemania	84.910,4	8,5%	-2,7%
Reino Unido	49.400,3	4,9%	7,7%
Estados Unidos	45.756,1	4,6%	27,4%
Italia	40.324,9	4,0%	13,6%
Marruecos	33.571,3	3,3%	7,0%
Países Bajos	33.068,6	3,3%	19,4%
Bélgica	20.734,7	2,1%	-6,7%
México	20.396,1	2,0%	-12,3%
Arabia Saudí	19.109,0	1,9%	-35,5%
República Dominicana	14.646,8	1,5%	150,7%
Suiza	12.762,6	1,3%	2,4%
Qatar	11.674,4	1,2%	41,6%
Rusia	11.236,4	1,1%	-1,1%

alta cuota de mercado conseguida. Sin embargo, la asociación afirma que la dependencia de un sólo mercado no es positiva, por lo que habría que esforzarse por diversificar destinos para evitar la concentración excesiva.

Es necesario señalar también que Estados Unidos aumenta sus compras de mueble español un 27,4% y se sitúa en el quinto puesto del ranking mundial de destinos, siendo el primer destino internacional después de los cuatro primeros países europeos. Por el contrario, Rusia, con un descenso del 1,1% en el primer semestre de 2016, ocupa el puesto 15º, muy por debajo de las cuotas de mercado que solía ostentar antes de la devaluación del rublo. Pese a esta situación, ANIEME cree que Rusia es un mercado que no se debe abandonar, teniendo en cuenta su tamaño e importancia estratégica, así como el hecho de que se trata de un país netamente importador que acabará por recuperarse de la crisis. Por ello, pese a que el esfuerzo inversor en promoción en Rusia es muy alto para los resultados que se están obteniendo en estos momentos, la opinión de ANIEME es que hay que mantenerlo para no perder el nicho de mercado conseguido tras mucho esfuerzo a lo largo de los años.

IMPORTACIÓN ESPAÑOLA DE MUEBLES Y PRINCIPALES PAÍSES DE ORIGEN

Durante el primer semestre de 2016, España importó muebles por valor de 1.492 millones de euros, lo que ha supuesto un incremento del 10,7% con respecto al mismo periodo de 2015. Con estos datos, el saldo de la balanza sectorial arroja un déficit de 488,98 millones de euros, y la tasa de cobertura se sitúa en un 67,2%.

Durante el periodo enero-junio de 2016, China, cuyo volumen importado por España representa un 22,5% sobre el total, continuó siendo el principal país de origen de las importaciones españolas de muebles, con un valor de 336,24 millones de euros. Pese a que la cuantía de la importación de mueble chino sigue siendo altísima, sorprende que durante este semestre el crecimiento haya sido sólo de un 1%, en comparación con los aumentos de otros países como Marruecos, Rumanía o Vietnam, lo que denota que la producción en China ya no ofrece precios tan competitivos como antaño.

RANKING DE PAÍSES: ORIGEN IMPORTACIÓN DE MUEBLES EN ESPAÑA

Datos en miles de euros.

FUENTE: ESTACOM

Países	Enero / Junio 2016	% sobre total	Crecimiento
China	336.243,2	22,5%	1,0%
Portugal	222.689,2	14,9%	32,7%
Alemania	147.464,3	9,9%	9,8%
Polonia	146.314,2	9,8%	30,1%
Italia	124.081,3	8,3%	7,8%
Francia	90.303,7	6,1%	0,8%
Marruecos	53.639,2	3,6%	17,2%
Rumanía	42.077,6	2,8%	16,0%
Eslovaquia	28.757,1	1,9%	2,2%
Vietnam	24.475,5	1,6%	16,7%

Por detrás de China, ocupando los puestos segundo a sexto en el ranking de proveedores de muebles a España, se sitúan cinco países europeos: Portugal, Alemania, Polonia, Italia y Francia. Este crecimiento de las importaciones de muebles en España refleja cierta reactivación del consumo nacional de mobiliario, no sólo dentro de la gama media y económica, sino también con importación de producto de nivel medio y alto procedente de Alemania e Italia, entre el que destaca el mueble de cocina.



DISPENSA junior III: ÉXITO EN TERCERA GENERACIÓN.



Solicite de forma gratuita su memoria USB
con todas las novedades de feria.
www.kesseboehmer.es/usb



KESSEBÖHMER
CLEVER STORAGE

DISTRIBUCIÓN KITCHEN o el arte de saber darle al cliente lo que busca

EL CANAL ESPECIALISTA DE COCINA SE ENFRENTA AL RETO DE SABER MANTENER SU PERSONALIDAD EN EL MERCADO, LUCHANDO CONTRA LOS NUEVOS COMPETIDORES Y MANTENIENDO Y POTENCIANDO SU ATRACTIVO PARA LOS NUEVOS PERFILES DE CONSUMIDORES QUE VAN APARECIENDO.

Ahora que parece que la crisis ha pasado, nada es ya igual, y las tiendas de equipamiento y mobiliario de cocinas que han sobrevivido lo saben. Ahora, la nueva competencia exige estar preparados para un escenario postcrisis en el que la guerra de precios, las nuevas tecnologías, pero también los servicios desempeñan los papeles de actores protagonistas.

EL CLIENTE SIEMPRE TIENE LA RAZÓN

Teniendo muy claro que la tienda ha de adaptarse al contexto en el que se circunscribe, lo cierto que el antiguo oficio del comercio no tiene más secreto que ser capaces de darle al posible comprador aquello que anda buscando. En este sentido, el apartado de equipamiento de cocina del estudio del Observatorio Cetelem de 2015, realizado a partir de encuestas al público, daba como establecimientos preferidos para la compra de cocinas las grandes cadenas, con un 68%, frente a las tiendas de barrio, con el 32% restante. Lo que la gente valora

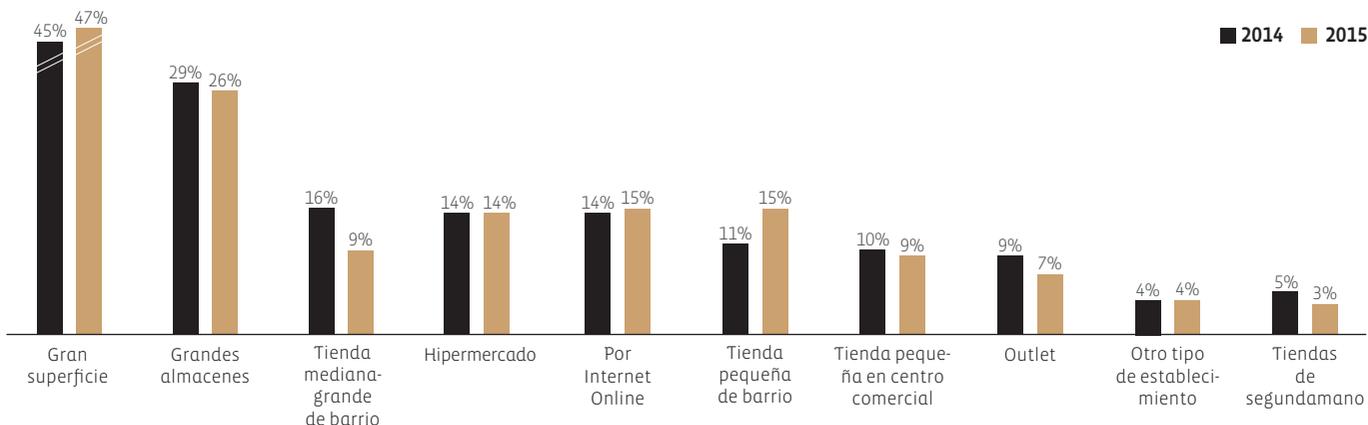
De las personas que en 2015 compraron productos del sector del equipamiento de cocinas, el gasto medio en muebles de cocina completa ascendió a 1.336 euros, lo que da una idea del tipo de producto y del establecimiento en que se vendió.

más en las primeras es el mejor precio, la variedad y la posibilidad de comprarlo todo en el mismo establecimiento. Frente a estos motivos, los comercios de barrio eran preferidos por su cercanía, por el mejor trato/amabilidad y por la confianza. Una confianza que está muy ligada al precio de venta, porque, según dicho estudio el principal factor de la confianza en un establecimiento, con el 76%, por encima del resto, es que sus precios sean ajustados al mercado.

ESTABLECIMIENTOS DONDE SE HAN ADQUIRIDO LOS MUEBLES DE COCINA O ACCESORIOS EN LOS ÚLTIMOS 12 MESES

En % respuesta múltiple

FUENTE: CETELEM-NIELSEN 2015/2014

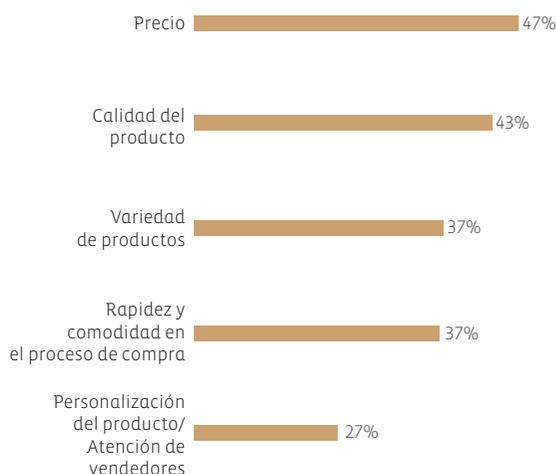


Motivos por los que ha elegido este establecimiento para realizar la compra de muebles de cocina / accesorios

En % respuesta múltiple

FUENTE: CETELEM-NIELSEN 2015/2014

Tienda grande y mediana de barrio Top 5 en 2015



Y hablar de precios y de pagos es, a su vez, tener en cuenta un elemento que, englobado en el importante apartado de los servicios que un establecimiento ha de poder ofrecer a sus clientes, no es otro que el de la financiación. Según el estudio Cetelem, en 2015 las reformas en el hogar eran el gasto para el que la mayoría de usuarios solicitaría un crédito (46%), seguido por los electrodomésticos (28%). La cocina, en quinto lugar, sería un bien que justificaría la financiación para el 19% de los encuestados.

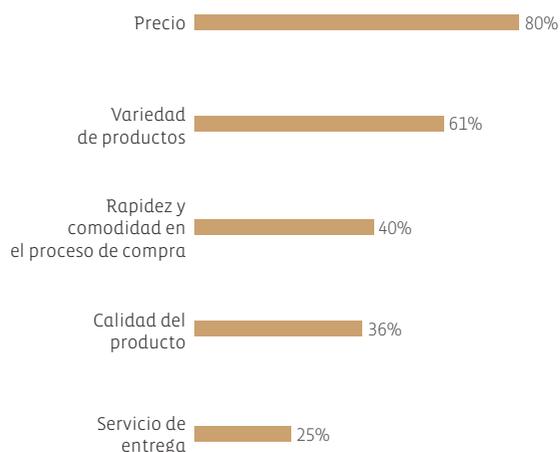
De las personas que en 2015 compraron productos del sector de la cocina, el gasto medio en muebles de cocina completa ascendió a 1.336 euros (lo que da una idea del tipo de producto); el gasto medio en encimeras fue de 575 euros y en mesas y sillas, de 337 euros. Por tipo de establecimiento donde fueron adquiridos estos productos, las grandes superficies y los grandes almacenes fueron con diferencia los preferidos, seguidos por las tiendas de barrio, Internet y los Hipermercados. En todos los casos, el principal aspecto que motivó la compra en los diferentes tipos de establecimientos fue siempre el mismo, el precio, aunque con más o menos peso según el sitio. Así, mientras en la tienda pequeña de barrio esta variable fue señalada, en respuesta múltiple) por el 66% y por el 47% en las tiendas de barrio mediadas y grandes; en el caso de la gran superficie especializada, el precio había sido determinante para el 80%, superando incluso a las tiendas online, donde el precio había sido determinante en el 78%.

Motivos por los que ha elegido este establecimiento para realizar la compra de muebles de cocina / accesorios

En % respuesta múltiple

FUENTE: CETELEM-NIELSEN 2015/2014

Gran superficie especializada Top 5 en 2015



Cocinas, compras y gasto medio realizado en los últimos 12 meses

En % respuesta múltiple

FUENTE: CETELEM-NIELSEN 2015/2014

		Gasto
Mesas	13%	235 €
Sillas	17%	175 €
Muebles de cocina completa	18%	1.336 €
Encimeras	20%	575 €
Mesas y sillas	29%	337 €
Complementos y accesorios	70%	199 €

Relacionado nuevamente con el servicio, el tiempo medio transcurrido entre que el cliente compró la cocina y la tuvo instalada en su casa fue de dos meses. En 2014, el estudio de el Observatorio Cetelem indicaba 3,3 meses.

En las páginas que siguen ofrecemos informaciones de actualidad relacionadas con algunos de los principales actores de la distribución kitchen en España.



DECORACTIVA

Grupo Activa, al que pertenece DECORactiva, ha cerrado el primer semestre de 2016 con un crecimiento de sus ventas de electrodomésticos, tanto en el canal free standing como en el de encastre, del 10,98%, un crecimiento que la empresa espera mantener al cierre del ejercicio, según su Gerente, Roberto Pérez (en la imagen), con quien hablamos.

¿Cuántas tiendas tienen en estos momentos y qué objetivos de expansión se plantean? Contamos con 322 tiendas

DECORactiva en toda la Península, que son suministradas por 6 plataformas regionales, ubicadas en Santiago de Compostela (A Coruña), Navarrete (La Rioja), Santa Oliva (Tarragona), Denia (Alicante), Córdoba y Málaga..

Nuestro objetivo es que la red se consolide y vaya teniendo un crecimiento acorde con el mercado, dotando a las tiendas de nuevas herramientas de venta, mejorando la logística, renovando y actualizando los servicios, etc, con el fin de reforzar nuestra posición en el mercado. De momento no tenemos previstas nuevas aperturas, pero con la revitalización del sector, seguro que habrá nuevas incorporaciones.

¿Qué piensa del modelo de franquicias en el sector cocina?

Nuestro modelo de distribución es muy parecido al modelo de franquicia, en cuanto a los servicios que prestamos, tanto comerciales como de financiación. Posiblemente, la única diferencia importante es su nivel de fidelización.

¿Con qué proveedores trabajan? Nuestro portfolio de proveedores recoge a los principales partners del mercado generalista y algunos proveedores especialistas del canal de muebles de cocina de los que ofrecemos todo el catálogo. Nuestro objetivo en este sentido es que las tiendas asociadas tengan posibilidad de trabajar con las principales y más demandadas marcas del canal.

En lo tocante a servicios, ¿Qué ofrecen? En DECORactiva ofrecemos a las tiendas asociadas el portfolio de servicios más completo para aumentar la rentabilidad y competitividad de los puntos de

venta. Esto incluye fórmulas de financiación específicas para la venta de cocinas, acuerdos comerciales con los principales proveedores del canal, una logística avanzada, envío directo a domicilio, promociones exclusivas, material PLV, programa de diseño... En definitiva, todo lo que la tienda de muebles de cocina necesita para ofrecer a sus clientes: los mejores productos y servicios.

En el sector es frecuente trabajar con proveedores extranjeros de mueble de cocina, alemanes, fundamentalmente, que inhiben su propia marca a favor de la del distribuidor. ¿Qué le parece este modelo? Creemos que es muy importante tener una marca propia de muebles de cocina, con diseños actuales orientados a nuestras particularidades. Por ello, ofrecemos a nuestros asociados una marca como Keuken. Este modelo de fabricación cada vez es más habitual en España.

¿Qué opina de los modelos de las grandes superficies de bricolaje, las grandes cadenas de mueble y decoración en el mercado del mueble de cocina? Creo que son modelos diferentes al nuestro, si bien son nuestros competidores directos. El cliente tipo que tiene cada modelo de distribución también es diferente, y por eso tenemos que actualizar nuestra oferta, tanto de producto como de valores añadidos, para no dejar escapar a nuestro cliente.

¿Cómo tiene en cuenta su empresa la diversificación? ¿Han pensado incluir en su catálogo mueble de hogar? Creemos que la diversificación debe ir dirigida a otras familias de producto, como pueden ser baños o armarios empotrados, más que muebles de hogar. Así, estamos trabajando para firmar acuerdos con fabricantes de esas familias e incorporarlas a DECORactiva con la marca Keuken.

www.decoractiva.es



UNA GRAN IDEA EN SOLO 10 mm DE ESPESOR



Una bisagra revolucionaria de pequeñas dimensiones pero con grandes prestaciones.
Sus acabados, forma, regulaciones y deceleración hacen de **Air** la nueva unión entre técnica y estética.



saliceespana.es

SALICE

MASTER KITCHEN

Tanto las marcas Master Cadena como Master Kitchen se comercializan a través de cinco plataformas: Galicia, León, Madrid, Ciudad Real y Sevilla. A mitad de 2016, había 62 tiendas Master Kitchen y 452 tiendas Master Cadena. En 2015 sus ventas crecieron un 19% y el número de socios, un 20%. En 2016, esperan crecer un 30%. Hablamos con su Director Comercial, Javier Alonso.

¿Qué objetivos se plantean para ampliar su red de tiendas?

Lo primero es consolidar las tiendas de nueva creación, con diversos cursos de formación específica y adaptada a cada empresario: conocimientos técnicos sobre procesos, materiales y herramientas informáticas, y conocimientos comerciales con las claves de venta en el sector especialista. Para incrementar la red de tiendas, hemos desarrollado procesos formativos para comerciales. Además, es fundamental potenciar la marca, trabajarla para que sea un referente en las cadenas especialistas, seguir apostando por el producto de primera calidad y los servicios, principal distintivo de la enseña.

¿Qué piensa del modelo de franquicias en el sector cocina? Tiene sus ventajas e inconvenientes. El principal beneficio es el soporte del grupo, y el inconveniente, la elevada inversión que ha de hacer la tienda. En nuestro modelo de negocio, basado en tiendas asociadas, vemos clave que los agentes de la distribución especialista estén arropados por un grupo con experiencia en el canal. Así, además de apoyarles con un servicio íntegro, nuevas herramientas y seguridad 360°, les ofrecemos más posibilidades de crecer y con menos inversión.

¿Con qué proveedores trabajan?

Para el mueble de cocina trabajamos con marcas tanto nacionales, como GM Cocinas; como internacionales, como Nobilia. Se trata de un producto muy atractivo en calidad-precio y que atiende las últimas tendencias del mercado. Para el mueble auxiliar, principalmente, trabajamos con Inca Mobiliario, por su funcionalidad y los plazos de entrega que ofrece. También tenemos en cartera otras marcas como Cancio o Moblibérica. En cuanto a los complementos y accesorios, tenemos acuerdos comerciales con un importante número de marcas especialistas, como DAKE- Blanco, Franke, Elica o Frecan.



¿Con cuántas referencias cuentan y qué productos están funcionando mejor?

En nuestros catálogos contamos con unas dos mil referencias, sin incluir los electrodomésticos, donde tenemos un amplio surtido y experiencia. Actualmente, estamos ampliando la venta de productos íntegramente especialistas de cocinas para ofrecer un perfil diferenciador respecto a los comercios no especializados y evitar las comparaciones.

En lo tocante a servicios, ¿Qué ofrecen?

Contamos con tres almacenes principales para los muebles de cocina, situados en Madrid, León y Andalucía, que nos permiten dar un servicio logístico en cualquier punto del territorio nacional en tiempo récord, con acuerdos con las principales compañías de transporte nacional. Además, todas las tiendas de la enseña cuentan con los almacenes a su completa disposición y, a nivel administrativo, damos apoyo a las tiendas en todos sus trámites. Contamos con un importante departamento que respalda operaciones y necesidades de los socios. Por otra parte, nuestra amplia red comercial ofrece soporte a las tiendas, y un servicio postventa especializado y atento. Todo ello, sin contar la negociación de condiciones especiales de compra que benefician a nuestros socios.

¿Qué opina de los modelos de las grandes superficies de bricolaje, y de las grandes cadenas de mueble y decoración en el mercado del mueble de cocina?

La venta del mueble de cocina es muy especializada y personalizada. No consideramos que las grandes superficies sean nuestros competidores porque estamos muy alejados en estrategias de negocio, y ofrecemos distintos productos y servicios. Trabajamos en que las tiendas asociadas sean profesionales al 100%, a través de cursos de formación para los empresarios que aportan un valor añadido al consumidor final y unos servicios que nos diferencian, como la atención personalizada, el proyecto ad hoc y un seguimiento adecuado a las necesidades del cliente hasta el último detalle de la cocina. A ello hay que sumar además el servicio postventa.

www.masterkitchen.es

kerrock[®]
SOLID SURFACE by KOLPA



+ DESIGN
+ QUALITY
- PRICE
+ 92 COLORS



ALICANTE · 965 175 467
BARCELONA · 935 683 961
BILBAO · 944 538 163
GALICIA · 608 235 988

MADRID · 918 023 090
MÁLAGA · 952 326 441
SEVILLA · 954 525 971
VALENCIA · 961 524 760



KERROCK es un material de resina acrílica y carga de polvo de aluminio y de alta calidad.

KERROCK ofrece un vasto surtido de paneles, senos y accesorios, también con lavabos y grifos para integrar.

Toda la gama está fabricada en Europa.

Disponibles 92 colores en stock.

CADENA ELECCO-DECCOKITCHEN

Cadena Elecco cuenta actualmente con 13 sociedades regionales (plataformas y socios de compra), y un total de 72 puntos de venta asociados Elecco Kitchen. En 2015, la facturación total de todas las gamas superó los 14 millones de euros y las previsiones para 2016 apuntan a un incremento cercano, como mínimo, al 30%. Hablamos con José Luis Rodríguez y Jesús Escalona, Director General y Director Comercial y de Marketing, respectivamente.

¿Qué objetivos de expansión se plantean? Cubrir el 100% del territorio nacional. Nuestra participación en la pasada feria Espacio Cocina 2016, en febrero, supuso la puesta en marcha de un ambicioso plan de expansión, fruto del cual se han producido 3 incorporaciones en el último trimestre. Asimismo, el grupo mantiene abiertas varias negociaciones que podrían dar resultados para finales del actual ejercicio o comienzo del siguiente.

¿Qué piensa del modelo de franquicias en el sector cocina?

Desde hace tiempo se han producido varios intentos en desarrollar proyectos de este tipo, sin lograr el éxito necesario para mantenerse. Sin embargo, la tendencia en este tipo de modelo es cada vez mayor. En este sentido, Cadena Elecco, tras dos años desarrollando su marca propia de muebles de cocina, lanza "Deccokitchen", que es el Proyecto Integral (mueble, electrodoméstico, marketing y servicios) del Grupo. Dirigido a tiendas y estudios de muebles de cocina, el principal objetivo de Cadena Elecco es dotar de un proyecto diferenciador y un negocio sólido al punto de venta mueblista, así como un elemento más de fidelización entre estos y las plataformas zonales que se sumen al proyecto.

¿Con qué proveedores trabajan? Recientemente hemos firmado un acuerdo con Pino Cocinas que ha supuesto la primera piedra del proyecto en lo que respecta a nuestra marca propia de muebles, Deccokitchen. No descartamos ampliar nuestra oferta de muebles de cocina con la incorporación nuevas gamas de producto, con el objetivo de ampliar las posibilidades en el punto de venta. Una ventaja importante del proyecto, consiste en el máximo grado de especialización del grupo en cuanto a distribución de electrodomésticos en el canal mueblista se refiere. Esto, sumado a la total garantía de fabricantes como Pino, dotan sin duda al proyecto de la solidez y diferenciación necesarias.



José Luis Rodríguez, Dir. General de Cadena Elecco.



Jesús Escalona, Dir. Comercial y Marketing de Cadena Elecco.

Por lo que respecta a electrodomésticos, otro reciente acuerdo con Cenor, que supuso nuestra entrada en SEGESA, aunque manteniendo nuestra identidad como grupo nacional para el canal mueblista con sus enseñas Elecco-Kitchen y Deccokitchen, permite a los asociados de Cadena Elecco beneficiarse de mejoras protocolarias, rentabilidad y ampliación del portfolio de marcas y gamas de manera que el grupo cuenta actualmente con protocolos con la mayoría de proveedores de línea blanca y del resto de gamas.

En lo tocante a servicios, ¿Qué ofrecen? Desde excelentes condiciones de compra, pasando por servicios diferenciadores y especializados para el canal, ofertas y acciones permanentes con las principales marcas, presupuestador on-line, asistencia on-line en tiempo real, diseñador 3D KitchenDraw, servicios de marketing y comunicación, folletos corporativos, catálogo nacional, planes de fidelización, Plv, manual de Imagen Corporativa, y procedimientos, acuerdos marcos de financiación, logística, portal Web corporativo y redes sociales, hasta formación para equipos de ventas.

¿Qué opina de los modelos de las grandes superficies de bricolaje, las grandes cadenas de mueble y decoración en el mercado del mueble de cocina?

Somos igual de competitivos en precio (que es en lo que se basa únicamente el mayoreo indiscriminado), pero, debido a los servicios diferenciadores con que dotamos a nuestros asociados, ofreciendo un proyecto sólido, global, completo y por tanto más rentable y con más futuro, estamos seguros de que somos una de las mejores opciones para el canal especialistas de cocina.

www.cadenelecco.com



Oficinas centrales de Cadena Elecco.



FABER

ON AIR. SINCE 1955

COBAIN

Delegación de Faber en España

C/ Gandarón 52 - 36214

Vigo - Galicia

Tel.: 986 462 076

cobain@cobainvigo.es

www.cobainvigo.es

ÈGGO

Èggo es una cadena internacional de grandes tiendas especialistas en muebles de cocina que funciona bajo el régimen mixto de tiendas propias y franquiciadas. Con medio centenar de establecimientos a nivel europeo, la cadena basa su estrategia de producto en mueble de cocina *made in Germany*. En España, la primera tienda está ubicada en el centro comercial La Gavia de Madrid y su responsable es Alberto Terán. Durante el pasado ejercicio 2015, Èggo Stores Spain alcanzó unas ventas en la tienda piloto de La Gavia de 1,92 millones de euros (antes de impuestos) y los objetivos del establecimiento para 2016 pasan por llegar a la cifra de 2,10 millones. Antes de que termine 2016, la cadena espera sumar dos nuevas tiendas Èggo Kitchen House, una más en Madrid, en el parque comercial La Dehesa, y otra en Zaragoza, en el centro comercial Puerto Venecia.

El plan de expansión de la enseña en nuestro país pasa por la apertura, en 2017, de cuatro nuevos establecimientos y por llegar a 2021 con una treintena de tiendas y una facturación cercana a los 60 millones de euros.

Para Alberto Terán, el florecimiento de este tipo de modelo franquiciado en España es un proceso totalmente lógico y sigue, aunque con un retraso de entre 10 y 15 años, el modelo europeo. Como explica Terán, España es un mercado muy interesante para la distribución moderna europea, un mercado que se encuentra en clara posición de debilidad ante los nuevos formatos, pero que, precisamente por eso, resulta aún más interesante, y augura un cambio total del modelo de distribución del sector en España para los próximos años.

Además, a la fortaleza de un modelo de distribución especialista de éxito demostrado, con un amplio conocimiento directo y de primera mano del sector, Èggo suma, según su responsable en nuestro país, la fortaleza de su socio fabricante Nobilia, quien, además de suministrar producto, que se comercializa bajo la marca Èggo, también tiene una participación importante en el accionariado tanto de Èggo Europa como de Èggo España. La cadena mantiene acuerdos con otros proveedores de electrodomésticos y encimeras, como Cosentino. En el caso concreto de electrodomésticos, hay definida una selección compuesta por entre 30 y 50 modelos por marca, con stock permanente.

Por lo que respecta a los muebles de cocina que más venden, destacan los modelos sin tirador o gola. Por otra parte, Èggo ha irrumpido en el mercado de la laca a precios bajos para demostrar que el diseño, la calidad y los productos aspiracionales no tienen por qué ser caros. En lo tocante a servicio, todas las tiendas de la cadena se hallan ubicadas en centros comerciales y siempre se trabaja delante y con el cliente. Como explica el responsable del proyecto Èggo en España, “si el cliente lo decide, nosotros nos encargamos de todo; no sólo de fabricar su cocina en nuestras fábricas, si no que nos ocupamos directa o indirectamente de la adecuación del espacio en el que irá ubicada esa cocina, de ofrecerle empresas testadas para la presupuestación y ejecución de la reforma si esta fuera necesaria, retirada de la cocina vieja, la logística de la entrega, el montaje de la cocina y de todas las instalaciones y conexiones finales. Además, después de cada montaje y en el momento de realizar las conexiones, un servicio de comprobación de calidad certificará que todo ha quedado conforme a lo que el cliente compró y en caso que hubiera cualquier necesidad de postventa, evidentemente, nosotros nos encargamos de todo manteniendo al cliente informado por escrito en todo momento”.

Para abrir una tienda Èggo franquiciada basta una inversión inicial de 100.000 euros. El resto de la inversión necesaria se realiza mediante renting de franquicia y el pago de este renting se asume con los beneficios que reporta el propio negocio. Una vez que el negocio está consolidado, el franquiciado adquiere el 100% de la empresa al precio de partida, sin intereses ni costes extra.

Por último, Terán considera clave para la distribución kitchen la especialización y cree que aquellos que están en el mercado en espacios reducidos, sin equipos especializados y casi obligados por sus centrales, sin convicción y como un medio de salvar su cuenta de resultados, no alcanzarán el éxito.

www.eggo.es



SKY

SIGUE EL DISEÑO
ELEGANTE E INNOVADOR

DESCUBRE EN LA PRÓXIMA
EDICIÓN DE **SICAM (18-21 OCT.)**
NUESTROS ÚLTIMOS DISEÑOS,
¡TE ESPERAMOS!



DER KÜCHEN PLATZ (DKP)

Der Küchen Platz inició su andadura en España en enero de 2016, desde entonces, ha inaugurado un showroom en Benidorm y un segundo punto de venta en Ocaña (Toledo). Prevé acabar 2016 con seis puntos de venta operativos más (Zaragoza, Madrid, Valencia, Tarragona, Lorca y Málaga) y llegar a los 50 establecimientos en tres años. Como explica su responsable, Jesús Gimeno, “nuestra actividad para desarrollar la red de distribución tiene 2 líneas, una se dirige a profesionales del diseño de cocinas, que siempre han trabajado por cuenta ajena y quieren emprender su propio negocio. La otra línea de expansión son estudios de cocina operativos, que quieren cambiar su enfoque de negocio, incorporando imagen corporativa nacional, apostando por las actividades de marketing centralizado que ofrecemos, redes sociales y una selección y negociación de marcas/proveedores líderes en Europa. Al primer colectivo, le damos un proyecto llave en mano y en parte financiado, al segundo le ofrecemos centrarse en la atención y servicios a sus clientes y ceder a la central DKP el resto de actividades, en cuanto a marketing y negociación con proveedores”.

En lo tocante a producto, DKP está vinculado a un fabricante de muebles de cocina alemán. Cuenta con 2 catálogos y soluciones personalizadas para todos los presupuestos y tipos de vivienda, sin renunciar a la calidad y diseño del mueble alemán.



Según Gimeno, “nuestro eslogan es calidad alemana, a tu alcance. Hacemos cocinas desde 2.000€ a 125.000€ de PVP. En electrodomésticos, DKP cuenta con 5 marcas principales (Neff, Siemens, Miele, Franke y Whirlpool). Respecto a grifos, fregaderos y campanas, su dedicación es prácticamente total con el grupo Franke, y para mesas y sillas trabajan con Cancio.

En DKP, junto a la negociación centralizada y selección de proveedores, tutelan la incorporación de nuevos puntos de venta asociados DKP. Ayudan con la búsqueda del local, facilitan la instalación de las exposiciones y ofrecen dos formaciones, una en la fábrica de Alemania y otra en Benidorm, además del programa de diseño, los catálogos, activación y gestión de redes sociales, evento de inauguración y calendario de showcooking con las firmas colaboradoras.

Aunque el modelo DKP está muy implantado en Alemania, donde los grandes fabricantes de muebles de cocina participan en modelos conjuntos con la distribución, Jesús Gimeno asegura que esto está cambiando y adelanta que en unos meses presentarán un proyecto de cadena de estudios de cocina de la mano de un fabricante nacional.

www.derkuichenplatz.com

HISOM



A finales de marzo, se inauguró en la localidad barcelonesa de Terrassa, un showroom de la empresa Hisom, impulsada por Jordi Calvo y Alicia Prats. Se trata de un espacio de 400 metros cuadrados, dirigido única y exclusivamente a prescriptores profesionales: arquitectos, diseñadores e interioristas y donde la cocina juega un papel protagonista, aunque no exclusivo, porque también se incluyen otros entornos del hábitat. Entre las marcas y partners del sector de la cocina que colaboran en el nuevo showroom de Hisom figuran, por ejemplo, Rekker, Schifinni, TPB, Frecan, Smeg, Whirlpool o Simsa. En el nuevo espacio Hisom, además de la muestra de productos para los clientes de los prescriptores profesionales, que se irá actualizando con las últimas propuestas de las marcas, también está prevista la realización de demostraciones y formaciones de producto.

www.hisom.es

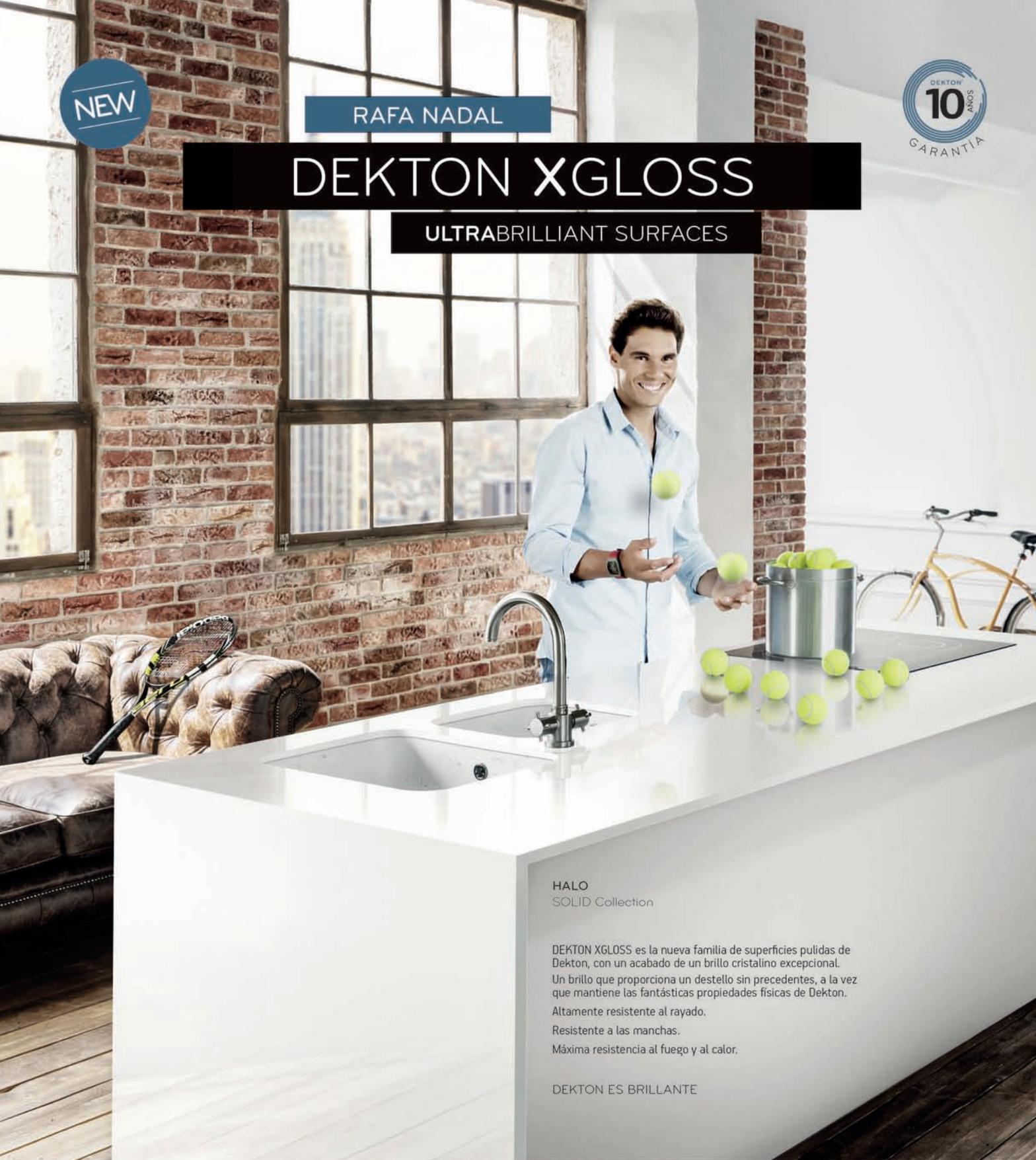
NEW

RAFA NADAL

DEKTON
10
AÑOS
GARANTIA

DEKTON XGLOSS

ULTRABRILLIANT SURFACES



HALO
SOLID Collection

DEKTON XGLOSS es la nueva familia de superficies pulidas de Dekton, con un acabado de un brillo cristalino excepcional. Un brillo que proporciona un destello sin precedentes, a la vez que mantiene las fantásticas propiedades físicas de Dekton. Altamente resistente al rayado. Resistente a las manchas. Máxima resistencia al fuego y al calor.

DEKTON ES BRILLANTE

 **DEKTON**[®]
designed by COSENTINO

WWW.DEKTON.COM

 DektonbyCosentino  Dekton

COSENTINO SEDE CENTRAL
T: +34 950 444 175 / E-MAIL: info@cosentino.com

 RAFA NADAL
ACADEMY
- by movistar

 reddot award 2016
winner

EUROCOOK

Eurocook 2015 AIE es una organización nacional, formada por siete plataformas (Baleares, Comunidad Valenciana, Murcia, Madrid, Galicia y dos en Castilla y León) que ofrece sus servicios a empresas de tamaño medio que quieran acceder a condiciones de compra ventajosas y con un amplio catálogo de marcas de electrodomésticos de prestigio.

En 2015 las ventas del grupo alcanzaron los 11,87 millones de euros y las previsiones para el presente 2016 apuntan a un incremento de las mismas del 12,8%, hasta los 13,40 millones de euros, con cobertura en la totalidad del territorio nacional, mediante la incorporación de otras plataformas regionales

Las tiendas asociadas están en contacto vía web con sus plataformas, con acceso a las características de los productos en stock. Una herramienta online les permite generar los pedidos que son almacenados por la plataforma hasta la fecha del montaje y lo entrega en la fecha prevista.

Para Ángel Campo, Gerente de Eurocook, hay que convivir con los grandes operadores de ventas del sector, “hemos de ser cada vez más profesionales, formarnos y evolucionar. Cada uno de nosotros debe ser capaz de aprender al mismo tiempo que nuestros competidores. Si no lo hacemos así, desapareceremos” -asegura.

www.eurocook.es



COCIGRUP

Cocigrup es una plataforma de ventas dirigida exclusivamente a tiendas y profesionales de la venta de cocinas, centrada en la oferta de servicios para la compra de electrodomésticos, con especial atención al electrodoméstico de encastre. Entre dichos servicios, según sus responsables, figuran surtido (las mejores marcas), precios competitivos y asesoramiento por parte de profesionales especializados con información constante sobre los últimos avances del sector.

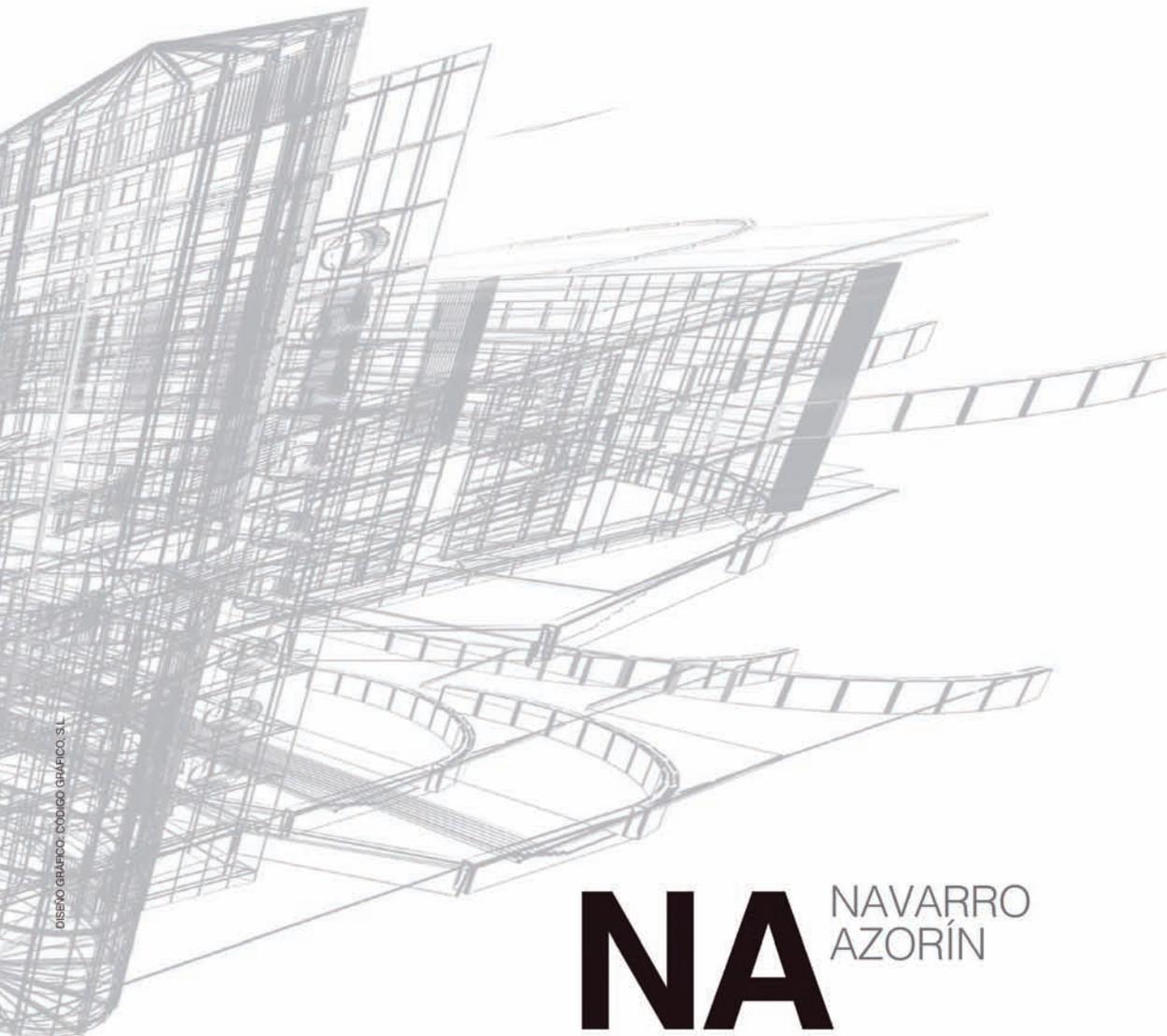
Cocigrup también ofrece a sus establecimientos asociados la posibilidad de utilizar la imagen corporativa del grupo para beneficiarse de este modo de las acciones que se ponen en marcha a nivel nacional.

Junto a los electrodomésticos, Cocigrup también facilita a sus asociados el acceso al mueble de cocina, accesorios, puertas de paso, soluciones de iluminación y una diversidad de familias de productos todas ellas relacionadas con el canal mueblista.

En Cocigrup están convencidos de que la participación activa de sus asociados resulta clave a la hora de lograr el correcto desarrollo del grupo, promoviendo un foro abierto de debate, a través de sus asambleas periódicas, además de un viaje social anual en el que poder intercambiar impresiones entre los diferentes miembros.

www.cocigroup.com





NA NAVARRO
AZORÍN

DISEÑO GRÁFICO: COBOLLO GRÁFICO, S.L.

SICAM. PORDENONE, ITALIA.
18-21 OCTOBER 2016
HALL 3 STAND C12

Nuevo catálogo Navarro Azorín

ARTE, DISEÑO Y MATERIA



www.na-spain.com · info@na-spain.com

El mercado de la **CONSTRUCCIÓN** se normaliza progresivamente

EL SECTOR DE LA CONSTRUCCIÓN EN ESPAÑA CRECE UN 3,7% EN 2016. SEGÚN EL INFORME EUROCONSTRUCT DE VERANO, PRESENTADO POR EL ITEC (INSTITUT DE TECNOLOGIA DE LA CONSTRUCCIÓ), LAS PREVISIONES PARA 2017 Y 2018 SERÍAN, RESPECTIVAMENTE, DE UN +4% Y UN +3,5%.

La presentación del informe Euroconstruct de verano de previsiones del sector de la construcción en España y Europa, que tuvo lugar el 15 de junio en el Ateneu Barcelonés, habló por primera vez en muchos años de un mercado de la construcción que se acerca paso a paso al estadio de *normalizado*.

Y es sobretodo el segmento de la edificación residencial el responsable de este repunte (ya que las perspectivas de recuperación de ingeniería civil se han degradado debido a la repetición de las elecciones), influido por la mejora del sector inmobiliario, en el cual el inicio de la recuperación de los precios y las mejores condiciones de las hipotecas abonan la idea de que es un momento oportuno para comprar, y promover vivienda nueva ya no se percibe como algo insensato.

MODELO MÁS COLABORATIVO

Sin embargo, aún es prematuro afirmar que el mercado residencial ha alcanzado unos niveles no preocupantes, aunque la mejora fue suficiente para propiciar los primeros incrementos de producción de 2015 (3,8%) y todo apunta a que 2016 finalizará con una actividad un 12% mejorada. Asimismo, la mejora en los flujos de nuevos proyectos y en el mercado del suelo permite albergar esperanzas de seguir creciendo en 2017 (6%) y en 2018 (4,5%).

Es significativo también el leve repunte de la rehabilitación, que se mantiene en la misma senda alcista que ya se apuntaba en diciembre pasado. Sin embargo, según Josep Ramon Fontana, jefe del Departamento de Mercados del ITEC, hay grandes obstáculos para que esta área alcance el crecimiento que debería, dada la ausencia de medidas de fomento a la rehabilitación por parte de la Administración española, y la escasa eficacia de las que ya existen.

El director general del ITEC, Francisco Diéguez, afirma, por su parte, que es necesario que el sector en España avance hacia un modelo más colaborativo, priorizando las inversiones con retorno social, ambiental y económico. *La construcción tiene que ser un medio para conseguir que la sociedad avance, mejorando la sostenibilidad y competitividad de los proyectos.*

EN EUROPA, EL MOMENTO ES AÚN MÁS DULCE

El año 2016 será el tercer ejercicio en positivo tanto para el PIB como para la construcción, lo cual evidencia la clara correlación entre la economía y el sector construcción en Europa.

La particularidad del 2016 es que inicia una fase en la que la construcción muestra mayor tracción que la economía: la previsión de crecimiento para el sector es del 2,6% mientras que sólo se espera un 1,8% en el PIB de la suma de países de la red Euroconstruct. Las razones que explican este plus de crecimiento son variadas (bajos tipos de interés, mejora de las rentas familiares, plan europeo de inversiones) si bien no están exentas de riesgo (presupuestos públicos restrictivos, altos niveles de deuda pública y privada).

Este repunte del sector no será un fenómeno pasajero y la previsión contempla que la construcción continúe avanzando a mayor ritmo que la economía durante los próximos años. Sin embargo, la brecha entre ambas no tiende a aumentar, sino a reducirse: mientras que el PIB se mantiene creciendo al 1,9% tanto en 2017 como en 2018, el sector construcción pasa del 2,7% en 2017 al 2,4% en 2018. La desaceleración de Alemania provoca que una quinta parte del sector europeo de la construcción apenas espere crecimiento en el horizonte 2018, lo cual es imposible de compensar con el buen comportamiento de

INHÓSPITO PARA
LAS BACTERIAS



Gusto Italiano

Lapitec® es la innovadora piedra sinterizada «a toda masa»: un material único, de unas excepcionales cualidades y con un gran atractivo estético. Diseño y prestaciones bajo la bandera del «Made in Italy», garantía de libertad y tranquilidad en cualquier gesto: para una cocina bonita de mirar y agradable de vivir.

RESISTENTE
A LOS ARAÑAZOS



LAPITEC ES:

- MUY RESISTENTE A LOS ARAÑAZOS
- BONITO POR FUERA Y POR DENTRO, SIN SUPERFICIE FOTOIMPRESA
- 100 % MINERALES NATURALES - NO LIBERA SUSTANCIAS QUÍMICAS
- FÁCIL DE LIMPIAR Y NO ABSORBE
- RESISTENTE A LAS ALTAS TEMPERATURAS
- ESTABLE, NO SE DECOLORA CON LA LUZ
- RESISTENTE A ÁCIDOS Y DETERGENTES
- INHÓSPITO PARA LAS BACTERIAS
- DISPONIBLE EN ESPESORES DE HASTA 3 CENTÍMETROS

EN ESTA PÁGINA: **NERO ANTRACITE - VESUVIO**

DESCUBRE MÁS EN: lapitec.com   

Lapitec®
Prestigious Italian Surface

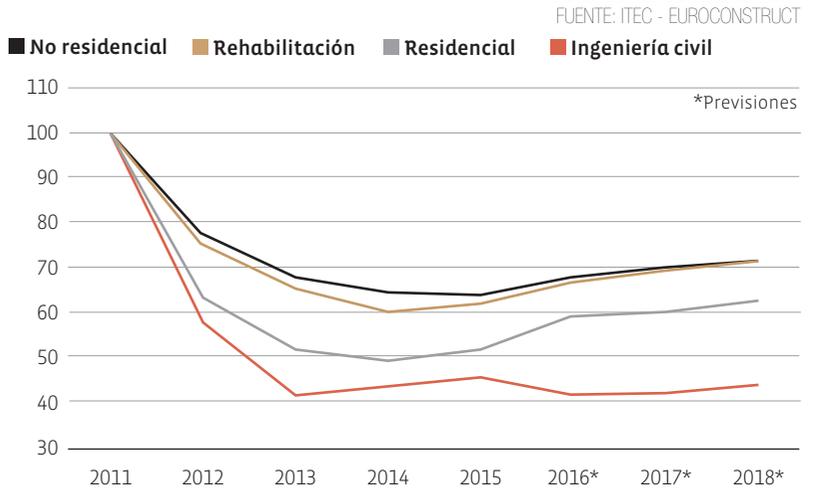
mercados más pequeños como los de Polonia o Irlanda. El resto de mercados grandes se mueven alrededor de la media: España y Francia algo por encima, Italia algo por debajo.

La edificación residencial ha reaccionado más pronto y con mayor intensidad que el resto de los segmentos, y disfruta de un momento de crecimiento sustancial: 5,7% previsto para 2016 y 4,2% para 2017. Los países de la zona Euroconstruct esperan producir más de 1,6 millones de viviendas en 2017, en contraste con los 1,4 millones al año que se registraron en 2013-2014. Junto con la recuperación económica, el abaratamiento del crédito ha contribuido decisivamente a volver a despertar interés por la compra y por la promoción de vivienda. El fenómeno de la acogida de refugiados está presionando a países como Alemania o Holanda a construir vivienda con urgencia. A Francia le ha costado bastante salir de la espiral recesiva, pero finalmente tiene por delante unos años de crecimiento intenso, arropado por políticas públicas de estímulo.

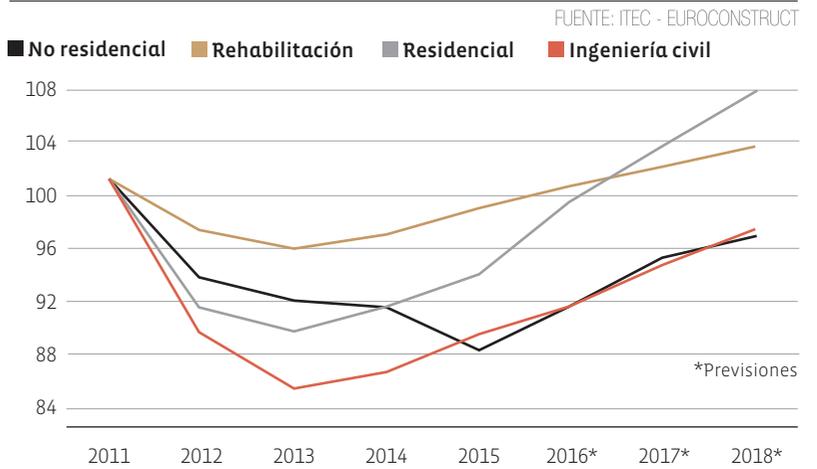
La conferencia origen de este informe se celebró en Dublín, organizada por DKM, el socio irlandés del grupo Euroconstruct. La siguiente reunión del fórum Euroconstruct se celebrará los próximos 24 y 25 de noviembre en Barcelona, organizada por el ITeC, socio español de Euroconstruct.

www.euroconstruct.org / www.itec.es

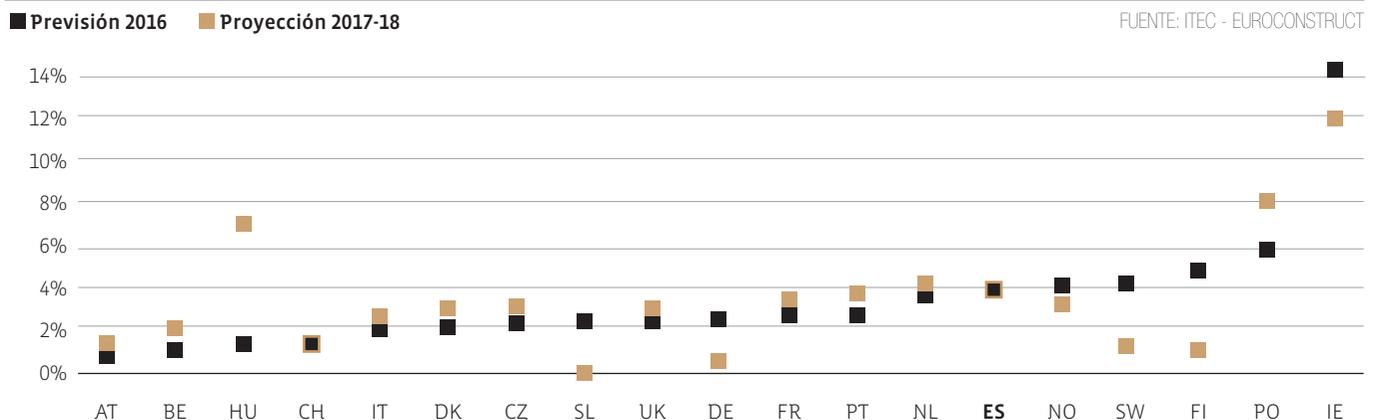
EVOLUCIÓN DE LOS DIFERENTES SUBSECTORES DEL SECTOR DE LA CONSTRUCCIÓN EN EL MERCADO ESPAÑOL



EVOLUCIÓN DE LOS DIFERENTES SUBSECTORES DEL SECTOR DE LA CONSTRUCCIÓN EN EL MERCADO EUROPEO



PRODUCCIÓN DEL SECTOR CONSTRUCCIÓN: PREVISIÓN DE CRECIMIENTO POR PAÍSES





LA COCINA, EL ESPACIO DE LA FAMILIA

Master Kitchen, la cadena de tiendas especializada en el mueble de cocina. Únete a nuestra familia.

 **Condiciones de compra**

 **Diseño personalizado**

 **Agilidad de respuesta**

 **Logística integral**

Master Kitchen es el referente en tiendas de muebles de cocina. Gracias a nuestro gran volúmen, podemos ofrecer a nuestros asociados las mejores condiciones de compra tanto en muebles de cocina como en electrodomésticos.

Nuestro equipo comercial y decoradores te darán todo el soporte que necesitas para tener una tienda atractiva, competitiva, y sobre todo, rentable.

Hepecasa 91 681 00 14 (Madrid) hepecasa@hepecasa.es
Mensa 98 646 88 00 (Pontevedra) comercial@mastergalicia.es
Mesur 95 493 12 34 (Sevilla) mtinoco@mastercadena.net
Hnos. Pérez 92 623 37 79 (Ciudad Real) pgarcia@hnosperez.com

MASTERkitchen
DISEÑO EN TU COCINA

Un otoño cargado de novedades para **CANCIO**

COMIENZA UNA NUEVA ETAPA EN CANCIO QUE VIENE LLENA DE CAMBIOS Y NOVEDADES. LA MÁS IMPORTANTE. ES EL LANZAMIENTO DEL NUEVO CATÁLOGO GENERAL, QUE AGRUPA LAS ACTUALES COLECCIONES DE SINGLE Y VETAS EN UN SOLO FORMATO, HABIENDO TAMBIÉN ACTUALIZADO LA IMAGEN CORPORATIVA DE LA EMPRESA, CON UN NUEVO LOGO.

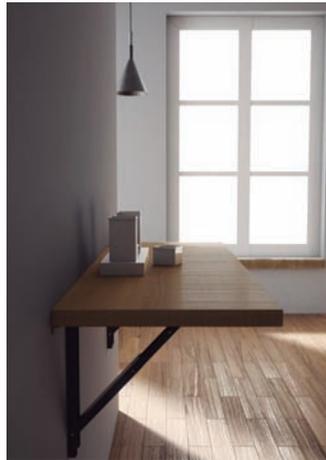
Por lo que respecta al nuevo catálogo de Cancio, incorpora numerosas novedades de producto de diseño, como las sillas Nuba o Atlas, con base de madera y asiento monocasco tapizado en vinílicos y textiles, teñido o lacado. También en mesas, destacan productos como Peliccan, de pie central y encimeras con base en tablero contrachapado, que representa la apuesta de la marca por una gama de productos de cuidada estética.

La nueva oferta de producto del fabricante de mesas y sillas destaca, además, por la ampliación de la gama de acabados, especialmente en lo referente a porcelánicos y tapizados, y también, por el lanzamiento de uno de los materiales de moda en el sector de la cocina, Fenix, aplicado en la encimera de varios modelos de mesa.

Por otro lado, Cancio sigue apostando también por las soluciones para espacios pequeños, incorporando a este catálogo parte de las soluciones de mayor éxito de la gama Single, con un diseño actualizado.

Todas estas novedades vienen acompañadas del lanzamiento de una nueva web, con nuevo dominio, www.cancio.es, un diseño muy actual, y nuevas funcionalidades como el giro de 360° del producto o el configurador de acabados.

www.cancio.es



Amica



#estilointeligente
#emociones
#tecnología
#eco
#amoralafamilia
#innovacion
#loselectrodomesticosdetualma
#pasiónporlosclientes
#amica



red dot award 2015
winner



www.amica-group.es

TENDENCIAS

SISTEMA DE GUÍAS L3, DE GRASS, EN LAS COCINAS LEICHT Leicht ha escogido para sus cocinas el sistema de guías de doble pared L3, de Grass, por sus interesantes funcionalidades. Este sistema combina las ventajas de un sistema de guías de doble pared metálica, es decir, un movimiento rectilíneo y una gran capacidad de carga de más de 90 kg por guía, con la apariencia invisible de las guías ocultas.

FORMENTI E GIOVENZANA ADQUIERE COMPAGNUCCI La adquisición de Compagnucci High Tech, empresa especializada en la producción de accesorios de muebles, con soluciones patentadas inéditas para la utilización y organización del espacio funcional en los armarios de la cocina, era un ambicioso objetivo de Formenti e Giovenzana, la empresa con sede en Brianza, y conducirá a importantes sinergias.

COCINA TUDELA CURVADA, DE DELTA La serie Tudela curvada es un modelo de cocina con terminales y esquineros curvados, lacada en blanco, combinado con decorativos en material porcelánico de 10 mm de espesor. Cuenta con un diseño innovador y busca convertir la cocina en el lugar estrella de la casa. Al estilizado diseño de esta nueva línea, sobria y elegante, se le suma el uso de materiales nobles, lo que da como resultado una cocina de unas altas características técnicas.

NUEVA WEB DE SILESTONE BY COSENTINO Silestone by Cosentino presenta su nueva página web www.silestone.com, que ofrece un diseño más moderno, más dinámico y mucho más visual para los consumidores finales, los profesionales del mundo de la arquitectura y el diseño, los clientes de la compañía y los medios de comunica-

ción. Al estar diseñada bajo una plataforma responsive personalizada, la web permite visualizarse desde cualquier ordenador de sobremesa o portátil, teléfono móvil o tableta. La plataforma invita a los usuarios a interactuar con el producto a través de herramientas como la aplicación Cosentino Kitchen 3D, que permite crear y personalizar el diseño de una encimera de cocina en un ambiente de realidad tridimensional.



GAMA VETRO PARA MUEBLES DE CRISTAL O ESPEJO, DE SALICE Vetro, de Salice, es la familia de bisagras, bases y accesorios desarrollados para resolver todas las aplicaciones de muebles con puertas y laterales de cristal o espejo, con un diseño limpio, innovador y de una estética cuidada y funcional. Se pegan en muebles con laterales de cristal o espejo, con un montaje caracterizado por una inserción rápida, para ser usados ya sea combinados con bisagras para vidrio, para muebles realizados en vidrio o espejo, o con bisagras para madera, cuando el mueble sea de dos materiales.

LAS ENCIMERAS DE MADERA LUISIWOOD, DE LUISINA CUCINE, CUMPLEN UN AÑO Luisina Cucine es especialista en encimeras de madera, en las que se combina el acabado de la propia naturaleza con los diferentes modelos de estilo Vintage. Se trata de maderas tratadas y fabricadas por maestros artesanos, que consiguen un aspecto único y diferenciado para cada proyecto, creando un ambiente cálido y natural en cualquier entorno.

TIRADOR FUJI, DE ESTAMP Estamp ha lanzado Fuji, un tirador versátil, estilizado y elegante en cada uno de sus ángulos y detalles, que aporta una gran distinción al mueble donde se instala. Este modelo está disponible en una medida de 320 mm, ideal para muebles de cocina, y en una inferior de 230 mm para todo tipo de mobiliario moderno. Se fabrica en níquel cepillado, cromo brillo y cromo mate, todos ellos con la calidad y garantía de los productos Estamp.



LAS EMPRESAS VASCAS DE MUEBLE Y MADERA CRECIERON EN 2015 Las empresas vascas asociadas al Clúster Habic crecieron un 3,0% en 2015 y esperan seguir en esa línea al cierre de 2016, con un incremento en sus ventas de un 4% y del 11% en las exportaciones. Las previsiones para este año son aún más optimistas por dos razones: desde mediados de 2015 el mercado estatal está remontando, y los mercados internacionales no tradicionales están teniendo un muy buen comportamiento, principalmente en el África subsahariana.

COCINA ALUMINA, DE COMPREX Diseñada por Marconato & Zapa, la cocina Alumina, de Complex, mezcla la tecnología de su estructura de aluminio con la preciosidad de la madera real. La vitrina con puertas de cristal se combina con la estructura de madera, produciendo un contraste espectacular. Madera, aluminio estructural, acero, Fenix (el material de nanotecnología de Complex), el brillo combinado con el mate, todos juntos, expresan una personalidad única.

MIELE LANZA DOS CAMPAÑAS TELEVISIVAS ESTE VERANO

Miele estrenó a finales de agosto su segunda campaña publicitaria en TV de este verano, protagonizada por sus nuevos lavavajillas G 6000 EcoFlex. En ella, mediante spots de 20 segundos y un plan en medios digitales y gráficos, destaca el eficiente programa de 58 minutos de duración, además de comunicar la promoción de un año de detergente gratis con la compra de un G 6000 EcoFlex. Con el lema *Miele. Para lo que realmente te importa*, la campaña se suma a la primera oleada, que tuvo lugar durante cinco semanas en los meses de junio y julio, en que se emitieron spots en una campaña de marca, genérica. Esta segunda campaña se extenderá otras cinco semanas hasta finales de septiembre.



NUEVAS PLACAS Y HORNOS DE LA GAMA INTELLECT, DE BRANDT

Brandt ha presentado las nuevas gamas de placas y hornos Intellect, una serie inteligente que aporta diseño, innovación, calidad y altas prestaciones. La compañía invita a sus distribuidores a conocer los nuevos hornos de 73 litros y las placas con nuevas electrónicas y Booster en todos los fuegos, pues vienen con importantes descuentos de lanzamiento. y tres elementos diferenciadores de promoción: expositor exclusivo, material PLV específico y una promoción especial de prueba gratuita durante un mes.

LAPITEC LANZA DOS PROYECTOS EN COLABORACIÓN CON UNIVERSIDADES

Bajo la dirección del profesor Francesco Benedetti, un experto en diseño industrial, los estudiantes de primer año de la Academia de Bellas Artes de Verona desarrollaron un proyecto utilizando Lapitec en dos áreas de aplicación diferentes: espacios de cocina y mobiliario urbano. También se solicitó un proceso diferente, en la Universidad de Ferrara, a los estudiantes de la Facultad de Arquitectura de segundo año, que fueron introducidos a los materiales más importantes y representativos del sector y a las técnicas y tecnologías de procesamiento más adecuadas. Una vez completada esta fase de investigación preparatoria, se les pidió a continuación idear usos creativos para uno o más materiales. El resultado fue tres proyectos que utilizaban Lapitec en tres contextos diferentes: espacios de cocina, mobiliario urbano y tabiques.

EXTRACTOR DE ENCIMERA SIEMENS IQ700

El extractor de encimera LD97AB570, que entra de lleno dentro de un nuevo diseño de la cocina tradicional, capta rápidamente todos los humos y olores que se generan durante el proceso de cocción, evitando que lleguen a dispersarse, al estar situado tan cerca de la placa. Con acabados en acero inoxidable y cristal negro, puede instalarse en un mueble de 75 cm de fondo, o de 65 cm, y también junto con una campana panorámica con salida de aire al exterior o en recirculación. Asimismo, incluye iluminación mediante LED.



LEVANTINA VISTE STARLITE DE PIEDRA NATURAL

Las colecciones de Levantina recubrieron la esencia del espacio Welcome Desk, diseñado por el arquitecto Héctor Ruiz-Velázquez para la zona VIP del evento estival Starlite Marbella, uno de los formatos de ocio más impactantes de los últimos años. Un anfiteatro de roca natural al aire libre, con una acústica sorprendente, cobijó los mejores conciertos musicales y los más esperados artistas de la temporada, desde el 14 de julio hasta el 20 de agosto. Todo el espacio parece extraído de la misma cantera para esculpir paredes y suelos, efecto potenciado por las colecciones de piedra natural de Levantina, ofreciendo una sensación única de autenticidad, exclusividad y lujo.



6.000.EUROS DE MEDIA PARA AMUEBLAR LA COCINA

La cocina es una de las mayores inversiones que las familias realizan a lo largo de su vida, después de la compra de la vivienda y el coche. Egg Kitchen House, firma belga especializada en la venta de muebles de cocina a medida, estima que la inversión que se destina a mobiliario cuando se renueva esta estancia del hogar es de 6.000 euros según la experiencia de la compañía en la tienda insignia del centro comercial La Gavia de Madrid. Esta cifra encaja con los 7.500 euros en los que el Informe anual sobre el sector de las reformas y servicios para el hogar del portal Habitissimo cifra el total de la reforma. El estudio sitúa a la cocina en la segunda posición, tras el baño, en cuanto a las principales actuaciones de reforma en las casas.

La maquinaria de **ESPACIO COCINA-SICI** se pone en marcha



Tras la formalización del acuerdo entre Feria Valencia y la Asociación de Mobiliario de Cocina (AMC) para la celebración del 20 al 24 de febrero del certamen Espacio Cocina-SICI, a mediados de julio se constituyó el Comité Técnico que está trabajando a pleno rendimiento en los preparativos de la próxima edición de la feria.

En este sentido, el primer Comité de Espacio Cocina-SICI está presidido por el también presidente de AMC y responsable de la firma Antalia, Juan Luis Salvador, mientras que la vicepresidencia la ostenta Miquel de Argila, de la firma DAKE y también vicepresidente de la asociación. En el Comité Organizador, además, participa de forma directa y activa Sebastián Acedo, Gerente de AMC.

Igualmente, como vocales han sido designados los representantes empresariales de las firmas Alno, Cosentino, Delta Cocinas, DISCALSA, Frecan, Frigicoll, Inoxpan-Pando, Logos, Mobarco, Veravent y Zampieri Cucine.



Reunión del Comité Técnico.

Como director del certamen, por parte de Feria Valencia, la persona encargada es Miguel Bixquert.

De esta manera, el principal órgano gestor de Espacio Cocina-SICI, el mencionado Comité Técnico, queda configurado con la máxima representatividad sectorial, tanto a nivel institucional como empresarial. El principal objetivo del Comité, tal y como explicó su presidente, Juan Luis Salvador, será “atender las necesidades comerciales del sector y consolidar un instrumento de promoción que sea el escaparate de nuestras empresas tanto a nivel nacional como internacional”.

CÓMO SERÁ ESPACIO COCINA-SICI

En este sentido, el certamen abrirá su oferta a todos los segmentos de productos y servicios relacionados con un concepto global e integral de la cocina. El sector de la cocina es la suma de varios subsectores que se unen para dar una respuesta conjunta al mercado. Se trata no sólo de muebles de cocina, sino de encimeras, electrodomésticos, encastre, sillas, mesas, software, menaje y el segmento del canal Ho-reca. “Todos ellos tienen cabida en el proyecto”, apunta Salvador.

El Comité, además, señaló que el perfil de visitante al que se dirige la feria va a ser el de la tienda-estudio de cocina aunque, de forma muy importante, se va a potenciar la visita de otros canales y colectivos como el de interioristas, decoradores, arquitectos, almacenistas, promotores o constructores. Una tipología de visitante que, como explicó Juan Luis Salvador, sin duda, acude a Feria Valencia por la oferta global en torno a este segmento de obra, reforma y rehabilitación que supone la celebración conjunta con otras manifestaciones feriales de Feria Valencia como Cevisama.



El certamen ha iniciado su campaña de comercialización con muy buena aceptación de las firmas más relevantes del sector, que han comenzado ya a reservar su espacio expositivo para la cita del 20 al 24 del próximo mes de febrero.

BUENAS EXPECTATIVAS

La primera edición de Espacio Cocina-SICI espera lograr buenos resultados, teniendo en cuenta la unión de sinergias entre AMC y Feria de Valencia y el histórico de la fuerza de ambos actores en el sector de la cocina y en la celebración de ferias profesionales.

En este sentido, además de numerosos miembros de la asociación, será considerable la presencia de empresas de equipamiento de cocinas. Así, según un informe de Feria Valencia, el 97% de las empresas que participaron en febrero de este año en el salón Espacio Cocina (recordemos que el certamen contó con la presencia como expositoras de un centenar de firmas) ha manifestado su intención de participar en Espacio Cocina-SICI 2017.

www.amcocina.com/espaciococina.feriavalencia.com



El empresario como **PRESCRIPTOR DE COMPORTAMIENTOS**

En un estudio realizado este año por GAD3 a 8.600 estudiantes universitarios españoles, por primera vez leíamos que el 26,8% (33,7%, en el caso de los madrileños) tiene pensado crear un negocio o lo ha hecho ya, mientras que un 25% se ve trabajando en cualquier administración en el plazo de cinco años. El estudio también revela que la mayor dificultad para emprender es la falta de financiación, según el 75,5% de los encuestados, seguida por las trabas administrativas (31%) y la fiscalidad (21,9%).

Empresario en sentido económico se define por el profesor Sánchez Calero como “la persona que organiza la empresa, la dirige ejerciendo su autoridad sobre los que trabajan en ella y asume los riesgos que esa actividad implica en el sentido de que sus bienes o servicios sean o no aceptados por el mercado, generándose beneficios o pérdidas. En ese sentido, en la práctica se identifica el concepto de empresarios con el personal directivo de la empresa”.

España ha cerrado el primer semestre de 2016 con una deuda pública de 1.107.287 millones de euros. Esta cifra supone que la deuda alcanzó el 100,90% del PIB en España, cantidad no fácil de abordar con un déficit público negativo en los últimos años. También añadir que las familias sumaban una deuda de 717.000 millones de euros en abril de 2016.

Las empresas y particulares que en su día adquirieron esas deudas deben afrontarlas, mientras que si las instituciones no son capaces de asumir las suyas por decisiones a veces no siempre tomadas viendo por el interés común, recurren también a las empresas y a los ciudadanos para sufragar dichas deudas.

En relación con esto hemos visto que el Estado tiene previsto subir las retenciones del Impuesto de Sociedades a las empresas para salvar el agujero del déficit de 6.000 millones, y así evitar el riesgo de la posible sanción a España desde Bruselas. A ello hay que sumar que, en estos

momentos, las Administraciones públicas adeudan millones de euros a los empresarios autónomos, lo que supone un testimonio claro de que hasta las pequeñas empresas están financiando al sector público.

Es cierta aquella doctrina keynesiana que dice que es casi imposible encontrar la eficiencia entre los gastos sociales e ingresos económicos, ya que el “Estado del Bienestar” así lo demanda, pero también creemos que una concatenación de decisiones políticas acertadas junto a la concienciación de que lo público no es gratuito, sino que lo paga quien trabaja, nos lleva a determinar que cuantas más empresas se creen y más personas trabajen menos nos tocará aportar a esa bien aceptada balanza desequilibrada.

Si observamos que en el Fondo de Reserva de la Seguridad Social (la hucha de las pensiones) quedan 24.207 millones de euros, una cantidad equivalente al 2,24% del Producto Interior Bruto, y a esto le añadimos los continuos estudios que alertan de la cantidad de puestos de trabajo que serán amortizados por la introducción de tecnología en los mismos, nos apoyamos más en la idea de fomentar e incentivar el emprendimiento.

Pero no por creer que la mejor política social es la creación de empleo defendemos todo tipo de empresario. Propugnamos aquel que debe ser el prescriptor de comportamientos ejemplares y honorables que hagan del término merecedor de respeto y admiración.

Comportamientos éticos en todas las áreas de la empresa, con los colaboradores, con los clientes, con los proveedores, con la sociedad, con las obligaciones para con las Administraciones públicas, con el medio ambiente, y con todo aquello que, como decía Nelson Mandela, nos haga dejar el mundo mejor que estaba...

En esta situación, se debería valorar más la iniciativa de quienes han superado situaciones adversas: personas capaces de arriesgar su pa-

rimonio y crear empleo a partir de negocios rentables, rentabilidad que se extiende hacia el bienestar ciudadano a través de los impuestos que pagan.

Es obvio que en estos momentos un entorno con empresas creadoras de empleo constituye el mejor escenario soñado, pero para que haya empresas debe haber personas que arriesguen su dinero y su tiempo, y es ese tipo de persona a la que hay que buscar, motivar y apoyar. El término empresario no puede ser considerado en ningún foro como peyorativo. Es necesario hacer pedagogía y promover y extender de una vez la cultura de la actividad empresarial, y conseguir transmitir a la sociedad que quienes han sabido gestionar recursos económicos y han superado crisis ha sido por una gran cantidad de esfuerzo y sacrificio.

Las empresas y empresarios que participan día a día en todos los aspectos de la sociedad y que definen la cultura empresarial aglutinan valores tales como: responsabilidad, empatía, saber captar y motivar el mejor capital humano, regenerar la visión del negocio, valorar la importancia del conocimiento, la disciplina y objetividad a la hora de

responder ante los compromisos adquiridos, saber tomar decisiones, saber que caerse está permitido pero que levantarse es obligatorio, entre otros muchos... En muchas ocasiones la empresa mantiene la sede social en el ámbito geográfico donde se originó; incluso hay casos en los que lo hacen en contra de los principios de gestión más elementales como costes de transporte, cualificación laboral, etc., por su compromiso y arraigo con la zona que les vio nacer y que quieren ver prosperar.

Quienes toman decisiones macroeconómicas deberían fomentar la figura del buen empresario y recordar aquel lema de las cajas de ahorro confederadas que decía que “en tiempos difíciles recuerden que el diluvio también fue universal”.



SEBASTIÁN ACEDO. GERENTE DE AMC
WWW.AMCCOCINA.COM

ALTAS DE ASOCIADOS Recientemente, se han incorporado como asociados a AMC las firmas 3H Cocinas, DB Group, Andemen Industrial y Mobilco.

La empresa **3H Cocinas** se dedica a la fabricación de muebles de cocina y tiene su sede en la localidad toledana de Ugena. Sus productos se distribuyen en Madrid, Castilla-La Mancha y alrededores. Con más de 30 años de experiencia en el sector del mueble, los últimos 20 se han dedicado exclusivamente al mobiliario de cocina. Sus productos se fabrican con materiales de primer nivel y la empresa ha sabido rodearse siempre de los proveedores más punteros del sector, para así garantizar un producto de calidad y competitividad en el mercado.

Con la misma filosofía que sus empresas de origen, Comercial Brea y Diherco, a base de trabajo diario, esfuerzo, dedicación, seriedad y constancia, **DB Group** se ha ido consolidando y creciendo con el apoyo de sus asociados, clientes y proveedores, dando pasos cortos pero firmes, hasta llegar a la estructura actual. En estos momentos, DB Group constituye una de las apuestas más serias y consolidadas en el mercado español de la distribución de herrajes a nivel nacional e internacional para muebles. Reforzado por la experiencia de los años, marcas en exclusiva y la tranquilidad de las cosas bien hechas desde el principio.

Por su parte, **Andemen Industrial** nació hace seis años con la misión de producir piezas de grifería y fregaderos, con un impecable diseño y excelente calidad. Cada producto es testado, examinado y supervisado bajo estrictos y rigurosos controles de vigilancia. Presentes en los cinco continentes y en un activo desarrollo de expansión, fue fundada en 2007 apostando firmemente en el diseño de vanguardia, la calidad y la excelencia en el servicio. Tras su aterrizaje en España en 2013 se posiciona como marca referente de grifería y fregaderos de cocina. Sus profesionales trabajan diariamente para perfeccionar desde la metodología industrial, pasando por el packaging, hasta el servicio post venta. Los profesionales de Andemen Industrial cuidan hasta el más mínimo detalle para que la experiencia de compra sea 100% satisfactoria.

Con más de 25 años de experiencia en el diseño, fabricación y venta de cocinas, sumada a su amplia experiencia y profesionalidad, **Mobilco** se ha convertido en todo un modelo de fabricante de cocinas, baños y accesorios a nivel nacional e internacional. Con el objetivo de hacer realidad proyectos inimaginables, su personal comercial y técnico está siempre disponible para asesorar y prestar sus conocimientos y saber hacer en todo lo que los clientes necesiten.

Continúa el optimismo en el sector de las SUPERFICIES DE COCINA

EL VALOR DEL MERCADO GLOBAL DE ENCIMERAS DE COCINA AUMENTÓ UN 5% EN 2015, DESPUÉS DE VARIOS AÑOS CON UN RELATIVO BUEN CRECIMIENTO (DEL 4-5% ANUAL, APROXIMADAMENTE), SEGÚN EL INFORME "THE DOMESTIC KITCHEN AND BATHROOM WORKTOPS MARKET REPORT – 2016-2020 ANALYSIS", DE AMA RESEARCH.

Las cuestiones clave que han influido en el mercado en los últimos años son una mayor importancia otorgada a la estética y al diseño por parte del usuario; la difuminación de la distinción entre la cocina y el comedor, que resta formalidad al hogar y propicia una mayor superficie de la encimera; un creciente interés en la cocina como afición, y la demanda de cocinas y electrodomésticos de estilo profesional.

BUENOS CONDICIONANTES

Otro factor clave que influye en el mercado es el alto nivel de competencia en el sector minorista, que se espera que continúe en el futuro. Se espera, asimismo, que los nuevos niveles de construcción de viviendas hagan aumentar aún más la demanda en el medio y largo plazo.

El crecimiento en el mercado de encimeras de cocina ha sido constante en los últimos años, mejorando al mismo ritmo que las condiciones

económicas y de mercado, y se estima que su crecimiento constante continuará al menos hasta 2020. Según AMA Research, tanto la piedra natural como los materiales compuestos ganarán cuota de mercado, y el granito y cuarzo, en particular, serán los más competitivos, como resultado de las importaciones procedentes de productores con costes más bajos. Asimismo, ha aumentado la popularidad de las superficies sólidas para encimeras (que pueden modelarse en cualquier forma e integrar el fregadero). Sin embargo, dada la asequibilidad y la versatilidad de los laminados, es probable que continúen dominando el mercado en el futuro.

En las próximas páginas ofrecemos ejemplos de encimeras fabricadas con todos estos materiales y muchos más, todas con un alto nivel estético, de higiene y de resistencia.

www.amaresearch.co.uk

Superficie Hi-Macs Midnight en la cocina Volare de Aran Cucine.



50 años Miele España

Anunciado en TV

Miele. Para lo que realmente te importa. Resultados perfectos en 58 minutos.

Tu compañero inseparable se merece el mejor de los cuidados. Confía en los lavavajillas G 6000 EcoFlex de Miele. Gracias al innovador programa QuickPowerWash y al detergente en pastillas UltraTabs Multi de Miele, resultados de lavado y secado perfectos en solo 58 minutos.



UN AÑO DE
DETERGENTE
GRATIS*



* Por la compra de un lavavajillas G 6000 EcoFlex de Miele entre el 01.05.2016 y el 31.10.2016, le regalamos detergente para un año (=300 pastillas Miele UltraTabs Multi).



1



DEKTON - WWW.DEKTON.COM

Grupo Cosentino presenta seis innovadoras propuestas de colores para Dekton, que nacen para ofrecer diferentes acabados que reproducen la inmortal belleza de la naturaleza, la embaucadora personalidad de la madera y el intenso carácter de los tonos industriales y óxidos. Combinando funcionalidad y estética, estas texturas y acabados se adaptan a las distintas preferencias del consumidor final y de cada mercado. A la belleza que ofrece esta nueva gama de colores se suma su gran versatilidad para ser utilizada en todo tipo de aplicaciones, tanto de uso interior como exterior. Dekton posee unas propiedades únicas, como resistencia a los rayos ultravioletas, al rayado, al manchado o al choque térmico, gracias a su propia naturaleza y la tecnología de sinterización de partículas (TSP) utilizada en su fabricación.

2



1-2. Inspirado en la piedra natural, **Gada (1)** se asemeja a la cuarcita. Su diseño homogéneo consta de regiones más oscuras o claras dependiendo de la densidad de la trama. El fondo y el tejido de Gada se funden a la perfección en una suave gama cromática de colores crema. Se trata de un color muy natural, elegante y delicado cuya textura mezcla el acabado satinado con la rugosidad de la cuarcita. También basado en la piedra natural, **Entzo (2)** ofrece una tonalidad que aporta gran luminosidad y amplitud al espacio: una elegante y aleatoria veta grisácea y dorada dibuja movimientos asimétricos sobre una radiante base de color blanco. Su textura mate lisa y su gráfica cuidada y refinada hacen de Entzo un color sencillo y sutil.

3



4



3-4. Con el aspecto estético del hormigón, **Blanc Concrete (3)** es una propuesta innovadora y de carácter industrial cuya tonalidad transgresora no se deteriora con el paso del tiempo. Su acabado texturizado y tono luminoso cautivan desde el principio y ofrecen la posibilidad de crear combinaciones decorativas incomparables. El otro acabado industrial de Dekton, **Trilium (4)**, se convierte en el primer color ecológico de Dekton al reutilizar en su composición materias y elementos procedentes de la propia producción del material. Inspirado en el paso del tiempo del acero, Trilium ofrece una mezcla de colores volcánicos, grises y negros profundos que origina un efecto óxido de un realismo extremo, con atractivos contrastes de tonos claros y oscuros. Su acabado metálico regala además una textura sutil, delicada y agradable al tacto gracias a una suavidad extraordinaria.

5



6



5-6. Inspirado en la apariencia de la madera, **Aldem (5)** otorga grandes toques de sinceridad y sobriedad. Su distinguido diseño se presenta en diversos tonos grisáceos y en un acabado que realza el aspecto y la belleza de este material. Por su parte, **Valterra (6)**, basado en la madera noble, ofrece un color cálido mezclado con tonos rojizos, cremas y marrones. Gracias a un diseño lineal, su aspecto personaliza perfectamente la estructura propia de la madera. Con un acabado rugoso y suave, Valterra transmite sensaciones de naturaleza, confort y calidez.

ENCIMERAS BELLAS Y NATURALES PARA LA COCINA

Naturamia® Collection selecciona las piedras naturales más diferentes y exclusivas para crear encimeras de granito, acordes con las últimas tendencias en decoración e interiorismo. Se trata de piedras formadas en un proceso lento y constante, que han adquirido su dureza y resistencia en los colores de granito más sorprendentes. Las encimeras de granito de **Naturamia® Collection** son únicas y originales.

1. Lungomare es el nombre de este impresionante granito brasileño: toda una avalancha de formas, exceso y sensualidad para un material pleno de estilo contemporáneo.



2. Sutil y etéreo como su nombre, el granito **Aquabella** irrumpe en las tendencias decorativas para llevar un aire renovador a interiores y exteriores.

3. Uniformidad y color neutro son los dos factores que convierten al granito **Bianco Trevi** en un material perfecto para interiorismo.

4. Con su refinada belleza, **Olimpo** pone un toque de excelencia en los ambientes. Es muy adecuado para espacios selectos.

5. En el modelo **Staccato**, suaves tonalidades terrestres se funden con armonía. Se trata de un hermoso crisol pétreo cuyas vetas y dibujos ofrecen una destacada presencia.

6. White Macaubas agranda las estancias, las ilumina, las llena de buenas vibraciones. Su diseño denota elegancia y sofisticación.



BLANCO - WWW.DAKE-SA.ES

Blanco Steelart ofrece un sinfín de posibilidades para la encimera o superficie de trabajo: diseños únicos, personalizados y fabricados a mano con acero de máxima calidad para obtener piezas maestras. Además, Steelart dispone de algunos modelos prediseñados que adapta a las medidas y necesidades de cada uno de sus clientes, otorgando libertad en la planificación de cada uno de los proyectos: **Blanco Levaño (1)**, encimera con diferentes zonas de trabajo, zona de aguas con perfil alrededor de la cubeta y zona para depositar las tablas de corte; y **Blanco Flow (2)**, con diseño simétrico, zonas fluidas, y escurridor plano y ligeramente inclinado que desemboca en la cubeta central.



3-5. Acabado Durinox: acero inoxidable más duro, noble y exclusivo. Gracias a una técnica de endurecimiento especial, las encimeras Steelart con acabado Blanco Durinox, en comparación con otras encimeras convencionales, son más duras y al mismo tiempo más resistentes, a prueba de arañazos y marcas de uso diario. La nueva superficie con su estructura homogénea y óptica sedosa-mate irradia armonía y tranquilidad y le da un toque muy especial a la cocina. Steelart es sinónimo de libertad a la hora de diseñar encimeras para cocinas y, siguiendo la misma línea, la nueva superficie Durinox está disponible en diferentes grosores y acabados de canto. Además Blanco Steelart ofrece las cubetas para soldar en la encimera con el mismo acabado Blanco Durinox.



LAPITEC - WWW.LAPITEC.COM

La piedra sinterizada **Lapitec** es un producto innovador con características técnicas y estéticas muy especiales, versátil y duradero. Representa la solución ideal para multitud de aplicaciones, entre ellas como superficie de cocina, y se caracteriza por sus grandes losas de tamaño 1.500x3.365 mm con espesores de 12,20 y 30 mm y por sus extremadamente altas propiedades físico-mecánicas que, junto con su elegancia y colores naturales, dan un resultado excelente para todos estilos.

Tecnología de última generación

Esta piedra sinterizada es perfecta para superficies de cocina: no porosa, resistente a las manchas y al calor y muy fácil de limpiar. Todas las colecciones han sido sometidas a la tecnología Bio-Care, que hace de Lapitec una superficie autolimpiante y antibacteriana, gracias a las propiedades del dióxido de titanio (un catalizador capaz de degradar numerosos compuestos orgánicos a través de la oxidación).

Amplia gama de colores y acabados

Siete acabados, 13 colores monocromáticos y 6 opciones veteadas conforman una amplia gama de soluciones que pueden ser totalmente personalizadas y permitirán la libre expresión de la creatividad. Los colores están inspirados en la naturaleza, y van desde los tonos más claros, como Bianco Polare, Bianco Crema, Avorio y Grigio Cemento, pasando por los cálidos como Sahara, Tabaco, Porfido Rosso y Ebano, hasta los sobrios y oscuros como Grigio Piombo, Nero Antracite y los nuevos matices Moca y Artico. Las tres opciones veteadas, Michelangelo, Perla y Corallo, conceden a las superficies un efecto refinado.

Acabados

Fossil presenta un efecto de piedra *fossilizada*, con tonos más suaves en comparación con las otras colecciones, debido a su apariencia arenosa.

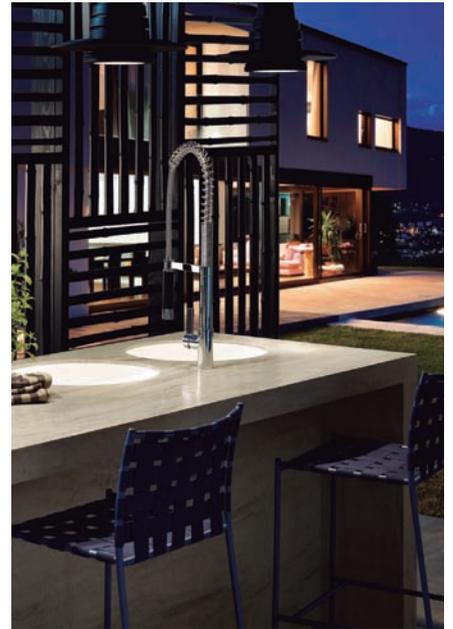
Vesuvio sobresale por su superficie suave que recuerda el poder y la vitalidad de magma volcánico en su descenso por el cráter. **Satin** es una colección elegante y suave al tacto como la seda, de acabado liso. **Lux** tiene la propiedad única de reflejar y mejorar la luminosidad, y ofrece un aspecto de gran elegancia. **Arena** cuenta con un acabado arenado y un grano regular que le confiere un dinamismo natural. Destacan sus colores ligeros y vivos. **Lithos** es una superficie finamente arrugada con depresiones sutiles, que ofrece nuevas percepciones al tacto. **Lithos** es versátil, aterciopelado y elegante. Finalmente, **Dune** recuerda la arena del desierto, suave al tacto y con nuevas vibraciones de color con cada rayo de luz. El efecto óptico es el de una piedra rota, muy similar a la pizarra.



PRODUCTO

DUPONT CORIAN - WWW.ENDLESSEVOLUTION.CORIAN.COM

Dentro de su programa de crecimiento Endless Evolution, DuPont Corian ha renovado y ampliado su gama de fregaderos de cocina listos para instalar. Los fregaderos y lavabos listos para instalar son desde hace tiempo un elemento fundamental de la gama DuPont Corian: durante décadas, la integración sin juntas visibles de formas y planchas de Corian ha proporcionado una solución atractiva, de alta calidad, inherentemente higiénica y fiable para espacios residenciales y públicos de todo el mundo. Esta renovada colección se caracteriza por su diseño versátil y contemporáneo e incorpora características técnicas innovadoras. Son 25 fregaderos agrupados en 7 familias, cuyos nombres reflejan su estética distintiva: **Smooth** (dos modelos), **Salty** (un modelo), **Tasty** (un modelo), **Rounded** (un modelo), **Sweet** (ocho modelos), **Spicy** (siete modelos), y **Sparkling** (cinco modelos). Para lanzar la nueva colección de fregaderos de cocina, DuPont Corian ha creado un formato largo de publicación titulado *Portraits of Life*, junto con un nuevo catálogo de producto.



KERROCK - WWW.LERMONTPLASTICS.ES

Kerrock Solid Surface. Avanzarse a las necesidades del sector es uno de los principales objetivos de Lermont Plastics (Vink Group), empresa líder en la distribución y comercialización de materiales plásticos, que destaca por su extenso portfolio y sus soluciones óptimas para cualquier tipo de aplicación dentro de los mercados de arquitectura e interiorismo, comunicación visual e industria. De esta forma, se incorpora la placa Solid Surface Kerrock a la gama de productos de la firma.

Con denominación de origen europea, Kerrock es un material suave, resistente y termoconformable, compuesto a partir de polvo de aluminio y resina acrílica, lo que lo hace muy resistente a la intemperie. Ofrece un amplio surtido de paneles, senos y accesorios, disponibles en 92 colores estándar con posibilidad de contratipar y suministrarse en cualquier tono (bajo demanda). En cuanto a los espesores disponibles, éstos van de 3 a 18 mm, aunque también pueden fabricarse bajo pedido en cualquier otro entre 3 y 25 mm.

La principal característica que distingue a Kerrock de la mayoría de productos similares es su gran relación calidad-precio, sobre todo por el hecho de que todos los formatos, ya sean placas, senos, lavabos o incluso colas, se producen en una única fábrica sin ningún tipo de externalización. Así se garantiza un alto nivel de uniformidad en todos los productos a precios muy competitivos.

Por otro lado, Kerrock destaca por ser higiénico e ideal para usarlo en cocinas, espacios públicos, hospitales, cadenas de producción o envasados de alimentos, entre otros, gracias a los aditivos que se le incorporan en la masa y le aportan propiedades antibacterianas. También es un material excelente para exteriores, puesto que es altamente resistente a los rayos UV. Además, existe la posibilidad de añadirle filtros UV suplementarios, gracias a los que Kerrock puede usarse ilimitadamente en aplicaciones exteriores y fachadas ventiladas.

En definitiva, se trata de un producto versátil y resolutivo con unos precios competitivos en cualquier tipo de proyecto interior o exterior, orientado a quien desee un material altamente estético y fácil de usar e instalar. El catálogo completo de Kerrock se puede consultar en la web de Lermont Plastics (Vink Group).





Diseño de Darren James, Queensland (Australia).



Mobiliario modular para Heidi.com, diseño de Zaha Hadid Architects.



Sushi La Grill Restaurant, Nicosia (Grecia).

Renaissance Hotel Barcelona Fira, diseño de Ateliers Jean Nouvel, Ribas&Ribas.



Sillas Hexagon & S-chair, diseño de Massive Design (Polonia).

STARON - WWW.MONDRAGONLINE.COM

Las superficies sólidas **Staron** llevan utilizándose en la construcción de interiores y la confección de muebles desde hace más de 20 años y, gracias a la cooperación entre arquitectos, interioristas, diseñadores e instaladores, se descubren continuamente nuevos campos de aplicación, experiencias y conocimientos a nivel internacional que convencen al cliente de sus extraordinarias propiedades.

Staron fabrica placas en más de 140 colores individuales para satisfacer las más diversas exigencias en cuanto al diseño, la estética y las exigencias de instalación. Las diversas e innovadoras aplicaciones del material mineral Staron son el resultado de una producción industrial de primer nivel, de la creatividad aplicada a la construcción y de un trabajo artesanal de gran calidad. Es por ello que Staron se utiliza en todo el mundo en la construcción de espacios en los más diversos sectores y aplicaciones:

- Cocinas y baños privados.
- Revestimiento de paredes y fachadas.
- Hoteles y restaurantes.
- Equipamientos de locales comerciales
- Museos y edificios administrativos.
- Aeropuertos.
- Hospitales y laboratorios.
- Acondicionamiento de barcos y autocaravanas.

Pero es en el aspecto práctico, en el trato diario con Staron en la cocina y el baño, donde realmente más usuarios se convencen y donde se pone a prueba su larga lista de propiedades:

- Muy duradero y de larga vida.
- Resistente a impactos, manchas y decoloración.
- No inflamable.
- Fácil de limpiar, mantener y reparar.
- Impermeable y extremadamente higiénico, resiste a los fluidos, suciedad, bacterias, moho, y gérmenes.
- Con juntas adhesivas homogéneas virtualmente invisibles.

La capacidad de formación termoplástica es una característica adicional y diferenciadora de este material, que puede fabricarse y moldearse en diseños de prácticamente cualquier forma o tamaño, incluso con bordes poco habituales o estructuras inusuales. Por todo ello, las superficies sólidas Staron son una elección que ofrece posibilidades y prestaciones muy destacables.

Todos los productos Staron se pueden encontrar en Mondragón, especialista en la distribución de herrajes de cocina y mueble, y distribuidor de Staron en España.



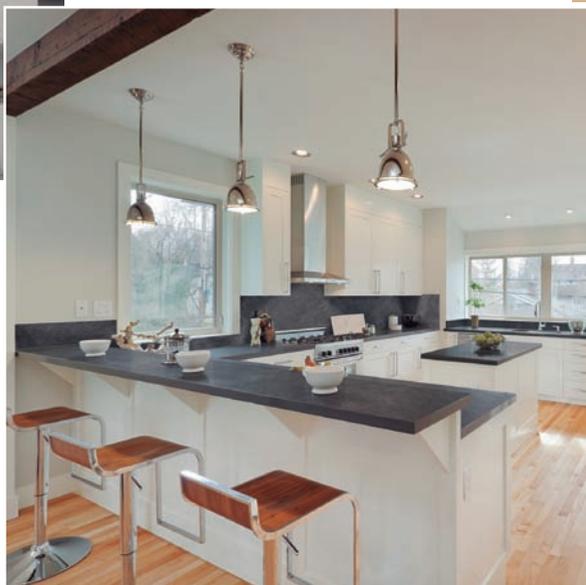
1



2



3



4



5

1. BAIDO / www.daqua.es Baido, líder europeo de fabricación de HPL (laminado de alta presión) a medida en 68 colores Unicolor y ocho colores Fénix (con resinas de última generación), presenta la novedad de integrar cubetas en el mismo material que la encimera. Baido es distribuido en España por D'Aqua.

2. BAUTEK / www.bautek.es Superficies de acero en cocinas a medida fabricadas completamente en acero: ésta es la apuesta de Bautek, marca del Grup Frecan.

3. COMPAC / www.compac.es De todas las variedades de mármol, el Calacatta es una de las más buscadas por su belleza y singularidad. Compac ha logrado diseñar una superficie de cuarzo inspirada en la belleza y elegancia de esta piedra natural, que ofrece a su vez mejores prestaciones mecánicas y químicas.

4. FORMICA / www.fomica.com Las encimeras fabricadas en Axiom destacan por su resistencia. Este material incluye entre sus ocho acabados el Brillo AR Plus, con su especial tecnología desarrollada por Formica Group, que garantiza una resistencia al uso, rayado y abrasión dos veces mayor que un laminado brillo tradicional. Las encimeras y mostradores Axiom tienen un espesor de 40 mm y están disponibles en 24 diseños.

5. FRANKE / www.franke.com/es Franke Solid Surface es un material para crear superficies de nueva generación, compuesto por minerales y acrílicos, que ofrece infinitas posibilidades.

PRODUCTO



6. KRION / www.krion.com La nueva serie Asteroid, de Krion Porcelanosa Solid Surfaces, destaca por la insólita aparición de partículas sobre la superficie, que emanan como cúmulos con un aparente desorden, integrándose armoniosamente con ella.

7. HI-MACS / www.himacs.eu Esta cocina blanca y minimalista, con diseño de Simone Piva, está realizada íntegramente en Hi-Macs, el material de piedra acrílica que puede ser moldeado en cualquier forma.

8. LUSINA / cucineoggi.com Las encimeras de madera Luisiwood, de Luisina Cucine, cumplen un año. Se trata de maderas tratadas y fabricadas por maestros artesanos, que consiguen un aspecto único y diferenciador para cada proyecto, creando un ambiente mucho más cálido y natural en cualquier entorno.

9. NEOLITH / www.thesize.es/neolith La línea Neolith Kitchen Lounge engloba superficies con una resistencia extrema a los arañazos, a las altas temperaturas, a los químicos y a los rayos UV, además de ser resistente a las manchas y tener una absorción prácticamente nula, gracias a su porosidad casi del 0%. Cuenta con más de 50 modelos en distintos acabados.

10. TPB TECH / www.tpbarcelona.com TPB Tech es una encimera porcelánica con inducción integrada en la que se puede cocinar directamente. La firma ha dotado al porcelánico (uno de los materiales con mayor dureza y resistencia, limpio e higiénico que existen) de propiedades de las que no disponía: ligereza, flexibilidad y resistencia a impactos.



BC3

COCINAS



www.bc3.es

Los electrodomésticos lideran la innovación en la **IFA 2016**

LA PRINCIPAL FERIA EUROPEA DE ELECTRÓNICA DE CONSUMO Y ELECTRODOMÉSTICOS, LA IFA DE BERLÍN, HA BRILLADO MÁS ESTE AÑO POR LAS INTERESANTES NOVEDADES PRESENTADAS POR LOS FABRICANTES DE ELECTRODOMÉSTICOS, QUE POR LAS DE LAS MARCAS DE ELECTRÓNICA DE CONSUMO.

La IFA sigue reafirmando también como la principal feria del Viejo Continente dedicada al electrodoméstico. Tanto es así, que muchos de los titulares generados por la muestra, que cerró sus puertas el pasado 7 de septiembre, han venido precisamente de las marcas de gama blanca. Los electrodomésticos conectados parecen ir camino de convertirse en estándar en el sector, a juzgar por lo visto este año en la feria. En paralelo, aparecen innovaciones, relacionadas con el ahorro de energía, la comodidad, la personalización y la adaptación a los estilos de vida actuales, que buscan su sitio en el mercado. Es el caso, por ejemplo, de los frigoríficos que dejan ver su interior sin necesidad de abrir la puerta, simplemente tocando un cristal opaco que se vuelve transparente; de las lavadoras con doble tambor, que permiten hacer dos coladas diferentes a la vez; de las placas de cocción integradas en encimeras, cuyo diseño no se distingue, o de electrodomésticos disponibles en cualquier color de la paleta RAL.

UNA FERIA CADA VEZ MÁS EXITOSA

La IFA 2016, celebrada en la capital alemana entre el 2 y el 7 de septiembre, reunió a 1.823 expositores (el 13% más que en 2015) en una superficie de 158.000 metros cuadrados, el 5% más que hace un año, gracias a la incorporación de un nuevo espacio separado físicamente de la feria, pero bien conectado mediante transporte gratuito.

La Messe Berlin, organizadora del certamen calcula que la feria ha generado un volumen de pedidos por valor de 4.500 millones de euros. En cuanto al número de visitantes que pasaron por la IFA de este año, las mismas fuentes hablan de 240.000, de los cuales, 64.000 han sido profesionales de fuera de Alemania (muchos, distribuidores), una cifra que supone incrementar los números de 2015.

Como ha declarado Dr. Reinhard Zinkann, presidente de la división de Electrodomésticos de la asociación industrial alemana ZVEI, y presidente del Comité Europeo de Fabricantes de Electrodomésticos (CECED), “la IFA ha vuelto a subrayar su papel como el encuentro mundial más importante para la industria de los electrodomésticos de línea blanca, para entablar contacto con distribuidores y público general. Estamos satisfechos con los resultados y esperamos un impulso importante para los negocios de cara a final de año”.

Las conferencias impartidas durante la feria han estado marcadas por el adjetivo smart. Así, por ejemplo, el CEO del Grupo BSH, Dr. Karsten Ottenberg presentó a Mykie, su particular “elfo de la cocina”, un robot conectado a todos los equipos del hogar, que podría estar presente en las encimeras asistiendo a los usuarios y compartiendo consejos con ellos.

Precisamente, este año, la IFA ha contado con un nuevo espacio dedicado al Hogar Inteligente. Cerca de 3.000 metros cuadrados en el pabellón 6.2, en el que más de 40 expositores de 15 países han mostrado sus últimos productos y servicios relacionados con la automatización inteligente de los hogares, incluyendo iluminación, climatización, gestión de la energía, seguridad, etc. En toda la feria han sido 150 las firmas que han presentado novedades de smarthome en sus stands.

La próxima IFA tendrá lugar en Berlín del 1 al 6 de septiembre de 2017. En la página siguiente ofrecemos una muestra de novedades presentadas por empresas del sector.

staron®

Solid Surfaces

cualquier forma,
cualquier lugar...



diseño de Lämmli Arquitectos, Aarau, Suiza

Las Superficies Sólidas STARON® fabricadas con minerales naturales se pueden moldear en casi cualquier forma o tamaño y se fabrican en más de 140 colores. Son tan decorativas como la piedra natural, muy duraderas y además ofrecen posibilidades infinitas para el diseño.

Distribuye en España:



mondragon

902 88 60 60
info@mondragonline.com
www.mondragonline.com



3



1



4



5



2



1. SIEMENS / www.siemens-home.es En la IFA2016, Siemens presentó una cocina completa conectada. La combinación de electrodomésticos conectables a Wi-Fi, software inteligente y la intuitiva aplicación Home Connect, ofrecen múltiples posibilidades de uso de los electrodomésticos para facilitar las tareas diarias. Revisar lo que hay en el frigorífico mientras se está haciendo la compra, precalentar el horno, activar el modo vacaciones o seleccionar el programa de lavado más eficiente, ahora es posible desde cualquier dispositivo móvil, sin necesidad de estar en casa.

2. CANDY / www.candy.es El horno WTC (Watching, Touching, Cooking) fue el producto estrella de Candy en IFA. Controlable totalmente a través de una pantalla táctil en su puerta, su uso resulta muy fácil e intuitivo. Con un simple gesto es posible activar, controlar y visualizar todas las funciones del horno. La memoria del horno contiene algunas vídeo-recetas instaladas y es posible verlas directamente en la puerta gracias a la pantalla de gran tamaño. Además, una cámara de vídeo integrada muestra imágenes en directo del proceso de cocción de las recetas de forma remota a través de smartphone o tableta. El producto llegará al mercado a primeros de 2017.

3. BOSCH / www.bosch-home.es Además de sus electrodomésticos conectados, en la IFA, Bosch presentó su último lanzamiento en lavado: lavadoras con dosificación automática i-DOS de la Serie 6. Las lavadoras i-DOS detectan el tipo de tejido y el nivel de carga, miden el grado de suciedad y toman sólo el detergente que necesitan, lavado tras lavado, para garantizar siempre los mejores resultados.

4. AEG / www.aeg.com.es A la nueva gama Mastery Range pertenece el horno SenseCook, que cuenta con un sensor inteligente de gran precisión conectado con la rueda de control del electrodoméstico, que permite pedir al horno los alimentos en el punto deseado, como se pedirían al camarero de un restaurante.

5. MIELE / www.miele.es TwolnOne combina una encimera de inducción con un extractor de aire integrado. La placa, de 80 cm de ancho, incluye en el centro el extractor, que queda enmarcado por dos zonas PowerFlex variables y sólo resulta reconocible por la rejilla de aspiración. Los componentes técnicos que permiten la recirculación, ventilación o extracción de aires y humos se ocultan discretamente bajo la placa.



ESPACIO COCINA SICI

TRENDS AND TECHNOLOGY - 20 - 24 FEBRERO - FERIA VALENCIA

2017

www.espaciococina.feriavalencia.com

Organizan  FERIA VALENCIA y 

Coincidiendo con Cevisama

SICAM sigue creciendo con las últimas tendencias del sector

LA OCTAVA EDICIÓN DE SICAM, LA EXPOSICIÓN INTERNACIONAL DE COMPONENTES, ACCESORIOS Y PRODUCTOS SEMIACABADOS PARA LA INDUSTRIA DEL MUEBLE, SE LLEVARÁ A CABO EN PORDENONE DEL 18 AL 21 DE OCTUBRE, CON MÁS DE 500 EXPOSITORES DE MÁS DE 30 PAÍSES.

SICAM 2015.



Las numerosas innovaciones de alta calidad en los componentes y accesorios que se presentarán a las industrias de muebles de todo el mundo en SICAM, y la alta tasa de ocupación del espacio expositivo, mayor a la de otros años, muestran el estado saludable del sector que, a nivel global, parece haber superado los momentos más críticos de los últimos años y ahora está en constante búsqueda de nuevos mercados. También influye el hecho de que la industria del mueble ve a SICAM como un evento donde encontrar respuestas a sus necesidades. En este sentido, es particularmente significativo que uno de los principales segmentos a los que se dirige la feria, arquitectos y diseñadores de interiores, que determinan las nuevas tendencias en muebles; constituyen una parte cada vez más importante de los operadores presentes. SICAM es también una feria muy útil para apoyar

el proceso de internacionalización de las pequeñas empresas, pues ofrece relaciones comerciales de calidad, a través de su cuidadosa selección de los operadores y el alto nivel de sus servicios.

MARCO ECONÓMICO FAVORABLE

El año 2015 cerró con unos ingresos de producción de 40.700 millones de euros para el sector global madera-mueble (+2,7% en comparación con 2014) y 24.500 millones de euros para el sector del mueble sólo (con un incremento del 3,4%), mientras que 2016 está presenciando un crecimiento decisivo en las exportaciones de muebles italianos (+4,5% en el primer período de dos meses en comparación con el mismo periodo de 2015) y también el mercado interno parece continuar la recuperación iniciada el año pasado.

Pero el crecimiento de SICAM también se apoya en la eficacia de su formato, siempre inspirado por la alta calidad de los servicios, con espacios que ofrecen las condiciones idóneas para trabajar y crear relaciones profesionales, y servicios logísticos organizados con gran atención a las necesidades y expectativas de los operadores presentes. Es también por esas razones por las que, tanto a las empresas expositoras como los operadores que visitan la feria, tienen un grado de lealtad muy alto hacia SICAM y vuelven todos los años.

Al igual que en el año anterior, SICAM 2016 proporcionará tres entradas (en el pabellón 1, junto a la nueva zona de aparcamiento; en el pabellón 9, para los visitantes que llegan de la ciudad, y la entrada habitual central, con la zona principal de recepción, en el hall 5), para facilitar el acceso rápido a la feria y ayudar así a evitar las aglomeraciones.

MADERA SUECA EN LA FERIA CHINA

IFFC La 17ª International Furniture Manufacturing & Supply Fair (IFFC) se llevó a cabo en Chengdu en julio. La feria se dividió en dos eventos: los días 3-6 de julio involucró a los fabricantes de muebles y a un público objetivo de minoristas, mientras que los días 12-15 de julio se enfocó hacia materiales, componentes y maquinaria para la fabricación. Swedish Wood exhibió en los dos, con un stand donde pudieron verse muebles de madera sueca creados por diseñadores chinos, junto con muestras de diferentes acabados de pino y abeto sueco cepillados, pintados, barnizados o tintados.

WOODTECH FORUM, PRIMER EVENTO EN EGIPTO PARA EL SECTOR MADERA-MUEBLE

Woodtech Forum (Damietta, 26-27 de noviembre) es una nueva conferencia y exposición para los profesionales de la madera y los muebles que se llevará a cabo en el centro de la zona de fabricación de muebles en Egipto, que produce un 72% de la cuota del país. El evento será escenario de ponencias, presentaciones y estudios de casos por parte de destacados profesionales procedentes de institutos y organizaciones internacionales, con temas como: la innovación en el sector de transformación de la madera y los nuevos materiales, los procesos de producción de los muebles modernos, las nuevas técnicas de venta y de marketing para acceder a nuevos mercados, los estudios de mercado sobre las tendencias globales, el diseño actual...

INDAUX, VERANO DE FERIAS Indaux estuvo presente, de la mano de su distribuidor Nove, en Awisa, la bienal de la industria auxiliar del mueble de Australia (Melbourne, 6-9 de julio). Se trata de la principal cita del sector en Australia y Nueva Zelanda, y

en ella se exponen tanto herrajes, como maquinaria, paneles y recubrimientos. Además, entre el 26 y el 29 de julio, la empresa acudió en Sao Paulo a Formobile, de la mano de Ezdoor, distribuidor para Brasil, y, del 24 al 27 de agosto, Indaux USA tomó parte en IWF (The International Woodworking Fair), en Atlanta.



SATISFACCIÓN DE BIESE EN AWISA

En AWISA 2016, la feria australiana para las industrias de la madera, el mueble y relacionadas, que tuvo lugar del 6 al 9 de julio en Melbourne, Biese consiguió pedidos por valor de 9,5 millones de dólares australianos. El grupo tomó ventaja de los 1.200 m² de exposición en el evento, mostrando más de 20 máquinas innovadoras para la transformación de la madera, materiales compuestos y piedra, con un aumento de las visitas de alrededor del 49% en comparación con la edición anterior de la feria.

NUEVAS COLECCIONES PROFESIONALES DE SMEG, EN HOSTELCO

Smeg Foodservice lanza en España nuevas colecciones de cocción y lavavajillas, que se presentarán el próximo octubre en la feria Hostelco en Barcelona. Las nuevas colecciones de la división profesional de Smeg ofrecen una gran competencia tecnológica en el diseño y en la fabricación de los productos. La colección dispone de lavavajillas, hornos, fermentadoras, expositores, fabricantes de hielo, minibares, vinotecas y congeladores. Estos aparatos permiten crear soluciones innovadoras

con el objetivo de ofrecer las mejores prestaciones para la restauración moderna.

SE PRESENTA BUILDING BARCELONA CONSTRUMAT 2017

La vigésima edición de Building Barcelona Construmat, el renovado Salón Internacional de la Construcción de Fira de Barcelona, ya ha sido presentada al sector. Más de cien empresas líderes de la industria de la construcción de Fira de Barcelona, ya ha sido presentada al sector. Más de cien empresas líderes de la industria de la construcción como BASF, DuPont, Escofet, Enconfrados Alsina, Grohe, Mapei, Sorigué, Sika, Ulma, Technal y Texsa, entre otros, asistieron a sendos almuerzos de presentación que tuvieron lugar los pasados días 28 y 30 de junio en el Espacio Mas Marroch del Celler de Can Roca, donde los hermanos Roca, verdaderos estrellas de la gastronomía mundial, explicaron los principios que hay detrás de su éxito como ejemplo a seguir por el sector de la construcción.



LA BIENAL DE VENECIA, CON LEVANTINA

De la mano de Nicanor García-uno de los mejores fotógrafos especializados en arquitectura de España-, Levantina presenta la obra Dynamic Cities del arquitecto Joaquín Alvaro, que estará expuesta en el Palazzo Mora de Venecia hasta el 27 de noviembre, en el marco de la 15ª edición de la Bienal Internacional de Arquitectura de Venecia.



SEPTIEMBRE

L	M	X	J	V	S	D
			1	2	3	4
5	6	7	8	9	10	11
12	13	14	15	16	17	18
19	20	21	22	23	24	25
26	27	28	29	30		

02 / 06 París (Francia)

MAISON&OBJET PARIS

Feria internacional de la decoración, el diseño de interiores y las soluciones para el hogar.

www.maison-objet.com/es

02 / 06 Miami (Florida, EE.UU.)

HOMESHOW

Feria del diseño y la remodelación de Florida (edición Miami).

www.homeshows.net

02 / 07 Berlín (Alemania)

IFA

Feria internacional de la electrónica de consumo y los electrodomésticos.

www.ifa-berlin.de

07 / 09 Singapur

BUILD ECO XPO (BEX) ASIA

Feria asiática de ecoconstrucción.

www.bex-asia.com

08 / 11 Shanghai (China)

FURNITURE CHINA

Feria del mueble residencial, de oficina y de accesorios para el mobiliario y el hogar. Con Kitchen & Cabinet China.

www.furniture-china.cn/en-us

11 / 23 Westfalia (Alemania)

KÜCHENMEILE A30

Feria del mueble que contempla un itinerario por la A30 en el que se pueden visitar las instalaciones de los principales fabricantes alemanes de cocinas.

www.kuechenmeile.de

13 / 16 Poznan (Polonia)

DREMA

Feria Internacional de la maquinaria y herramientas para la industria de madera y mueble.

www.drema.pl/en

13 / 17 Recife (Brasil)

FICONS-SUSTENSCOMS

Feria de acabados y revestimientos / Feria de la sostenibilidad en la construcción.

www.ficons.com.br

14 / 16 Pordenone (Italia)

HAPPY BUSINESS TO YOU FROM

Feria italiana del contract y relacionados.

www.happybusinesstoyou.it

18 / 21 Londres (Reino Unido)

DECOREX INTERNATIONAL

Feria de decoración.

www.decorex.com

18 / 22 Bad Salzflun (Alemania)

MOW

Feria del mueble de Alemania.

www.mow.de

23 / 26 Londres (Reino Unido)

100% DESIGN LONDON

Feria de diseño contemporáneo de interiores.

www.100percentdesign.co.uk

25 / 27 Kuwait

THE BIG 5 KUWAIT

Feria internacional de la construcción.

www.thebig5kuwait.com

26 / 29 Yecla (España)

FERIA DEL MUEBLE DE YECLA

Feria del mueble.

www.feriayecla.com

26 / 30 Bolonia (Italia)

CERSAIE

Salón internacional de la cerámica para la arquitectura.

www.cersaie.it

28 / 30 Bombay (India)

THE BIG 5 CONSTRUCT INDIA

Feria internacional de la construcción.

www.thebig5constructindia.com

28-09 / 01-10 Verona (Italia)

MARMOMACC

Feria internacional del mármol, piedra, diseño y tecnología.

www.marmomacc.it

OCTUBRE

L	M	X	J	V	S	D
					1	2
3	4	5	6	7	8	9
10	11	12	13	14	15	16
17	18	19	20	21	22	23
24	25	26	27	28	29	30
31						

02 / 05 Birmingham (Reino Unido)

W14

Maquinaria, componentes y materiales para el mueble.

www.w14exhibition.com

04 / 06 Sosnowiec (Polonia)

TOOLEX

Feria internacional de máquinas, herramientas y procesos

www.exposilesia.pl/toolex/uk

05 / 07 Hamburgo (Alemania)

WOOD / BASED PANEL SYMPOSIUM

Foro para la industria de la madera y la industria auxiliar de la madera.

www.wki.fraunhofer.de/en/events/10ewbps.html

12 / 15 Moscú (Rusia)

I SALONI WORLDWIDE MOSCOW

Salón de muebles italianos en Moscú.

www.salonemilano.it

13 / 16 Mumbai (India)
INDEX MUMBAI
Exposición india de diseño de interiores.
ubm.indexfairs.com

18 / 21 Pordenone (Italia)
EXPO SICAM
Salón Internacional de componentes, semielaborados y accesorios para el mueble.
www.exposicam.it

20 / 21 Bilbao (España)
EGURTEK
Simposium de arquitectura y construcción en madera.
www.egurtek.com

21 / 23 Shanghai (China)
CHINA INT. KITCHEN & BATHROOM EXPO
Edición china de LivingKitchen.
en.cikb.com.cn

22 / 26 Estambul (Turquía)
INTERMOB-WOOD PROCESSING MACHINERY
Feria del mueble y la madera - Feria de maquinaria y herramientas de procesamiento de madera de Turquía.
10times.com/intermob-furniture-fair
www.woodmachineryistanbul.com

23 / 26 Barcelona (España)
HOSTELCO
Feria internacional del equipamiento para restauración, hostelería y colectividades.
www.hostelco.com

25 / 28 Madrid (España)
CONSTRUTEK
Salón internacional de materiales, técnicas y soluciones constructivas. Incluye los salones Veteco (con Veteco Solar), Piedra y Matelec (con Matelec Industry, Urbótica y Lightec).
www.ifema.es/construtec_01

28-10/ 01-11 Verona (Italia)
MARMOMACC
Feria internacional del mármol, piedra, diseño y tecnología.
www.marmomacc.it

NOVIEMBRE

L	M	X	J	V	S	D
	1	2	3	4	5	6
7	8	9	10	11	12	13
14	15	16	17	18	19	20
21	22	23	24	25	26	27
28	29	30				

02 / 05 Miami (Florida, EE.UU.)
THE INTERNATIONAL SURFACE EVENT EAST
Edición Miami de las ferias Surfaces, StoneExpo, Marmomacc Americas y TileExpo.
tiseeast.com

04 / 06 Santa Cruz (Bolivia)
EXPO FERRETERA
Feria ferretera, de la construcción y eléctrica.
www.tecnoeventos.org

06 / 09 Bruselas (Bélgica)
BRUSSELS FURNITURE FAIR
Feria del sector del mueble de Benelux.
www.furniturefairbrussels.be

07 / 09 Tokio (Japón)
INTERIOR LIFESTYLE LIVING
Feria japonesa del diseño de interiores.
www.iffit-interiorlifestyleliving.com

09 / 11 Jakarta (Indonesia)
THE BIG 5 CONSTRUCT INDONESIA
Feria internacional de la construcción.
www.thebig5constructindonesia.com

15 / 18 París (Francia)
EQUIPBAIE
Feria internacional de materiales de construcción.
www.equipbaie.com

18 / 20 Fort Lauderdale (Florida, EE.UU.)
HOMESHOW
Feria del diseño y la remodelación de Florida (edición de otoño).
www.homeshows.net

20 / 22 Madrid (España)
DIY SHOW
Feria española dedicada al estilo de vida Do It Yourself.
www.diyshow.es

21 / 24 Dubái (Emiratos Árabes Unidos)
THE BIG 5 SAUDI
Feria internacional de la construcción.
Thebig5.ae

21 / 25 Moscú (Rusia)
MEBEL MOSCÚ
Feria internacional del mueble-Salón de componentes, semielaborados y accesorios para la industria del mueble.
www.meb-expo.ru

22 / 25 Shanghai (China)
BAUMA
Feria internacional de la construcción.
www.bauma-china.com

23 / 25 Barcelona (España)
INTERIHOTEL
Evento español de interiorismo de hoteles.
www.interihotel.com

23 / 27 Casablanca (Marruecos)
SALON INTERNATIONA DU BÂTIMENT (SIB)
Salón internacional de la construcción y los trabajos públicos.
www.sib.ma

26 / 27 Damietta (Egipto)
WOODTECH FORUM
Punto de encuentro egipcio para los profesionales de la madera y el mueble.
www.woodtech-forum.com

29-11 / 01-12 Düsseldorf (Alemania)
VALVE WORLD EXPO
Feria de válvulas industriales para el control de fluidos.
www.valveworldexpo.com

FABRICANTES DE MUEBLES DE COCINA

ZAKUCHEN, BY COSAPA GROUP

Ctra. Marbella A-355 Km. 19
29100 COÍN (MÁLAGA)
Tel. 952.112.539
MARCA: Zaküchen
www.zakuchen.com

ANTALIA

Ctra. de Yuncos a Cedillo del Condado
Km. 2,8 - 45210 YUNCOS (TOLEDO)
Tel. 925.021.200
MARCA: Antalia
www.antaliacocinas.com

COCINAS 3H, S.L.

C/ nº 4 - Nave 25126 Pol. Ind. La Frontera
45217 Ugena (TOLEDO)
Tel. 925.533.409
MARCA: Cocinas 3H
www.cocinas3h.com

DELTA COCINAS, S.L.

Pol. Martín Grande, nº 5
26550 Rincón de Soto (LA RIOJA)
Tel. 941.160.669
MARCA: Delta Cocinas
www.deltacocinas.com

GARCÍA DE LA MORA, S.L.

C/ Montecarlo, 8
28942 FUENLABRADA (MADRID)
Tel. 916.085.363
MARCA: GM Cocinas
www.gmcocinas.es

GRUPO DIEZ, S.A.

Pol. Martín Grande s/n
26550 RINCÓN DE SOTO (LA RIOJA)
Tel. 941.141.897
MARCA: Grupo 10
www.grupodiezrincon.es

GRUPO MOBILIARIO DE MADRID, S.L.

Ctra. Serranillos a Cuesta la Reina, Km. 24
45217 - UGENA (TOLEDO)
Tel. 925.544.448 / 49
MARCA: FERGOM
www.grupomobiliariodemadrid.es

INFER COCINAS, S.L.

Pol. Ind. Los Salmueros, s/n
28978 CUBAS DE SAGRA (MADRID)
Tel. 918.142.120
MARCA: Infer
www.infercocinas.es

LINO ALONSO, S.A.

Ctra. de Matapozuelos, 21
47239 SERRADA (VALLADOLID)
Tel. 983.559.124
MARCA: Lino Alonso
www.linoalonso.com

MOBILCO, S.L.

Ctra. Albufera, s/n.
46820-Anna (VALENCIA)
Tel. 902.210.551
MARCA: Mobilco
www.mobilco.es

MODUL CUIN, S.A.

Ctra. Córdoba-Almería, Km. 158,8
23560 HUELMA (JAÉN)
Tel. 953.391.025
MARCA: Modul Cuin
www.modulcuin.com

MUEBLES INCOSUR, S.L.L.

Pol. Industrial La Trocha, s/n
29100 COÍN (MÁLAGA)
Tel. 952.453.354
MARCA: Inko
www.inkococinas.com

MUEBLES OB, S.A.

Camino de Córdoba, Km. 2
14420 VILAFRANCA DE CÓRDOBA
(CÓRDOBA)
Tel. 957.191.200
MARCA: Muebles OB
www.mueblesob.es

PEDRO PINO MARTÍNEZ, S.L.

Camino Viejo de Córdoba, s/n
14420 VILAFRANCA (CÓRDOBA)
Tel. 957.190.011
MARCA: Pino
www.laspino.com

RAFER COCINAS, S.L.

C/ De rocinante, 11
28970 Humanes de Madrid (MADRID)
Tel. 916.041.133
MARCA: Rafer
www.rafercocinas.es

FABRICANTES E IMPORTADORES DE FREGADEROS Y ENCIMERAS

ANDEMEN INDUSTRIAL S.L.

Av Cortes Valencianas 26,
B5 E2 P55
46.015-VALENCIA
Tel. 685.320.298
MARCA: Andemen
www.andemengroup.com

COSENTINO, S.A.

(SILESTONE/DEKTON)
Ctra. Francisco Martínez, 2
04867 MACAEL (ALMERÍA)
Tel. 950.444.175
MARCA: Silestone, Dekton
www.cosentino.com

FORMICA, S.A.

Ctra. Valencia-Alicante Km. 252
46470 ALBAL (VALENCIA)
Tel. 961.262.800
MARCA: Formica
www.formica.com

FUNDERMAX GMBH

Avenida Can Salvatella, 85
8210 Barberà del Vallés
(BARCELONA)
Tel. 937.296.345
MARCA: FunderMax
www.fundermax.es

POALGI, S.L.

C/ Xaloc, 11 Parque Industrial
Ciutat de Carlet
46230 CARLET (VALENCIA)
Tel. 962.558.256
MARCA: Poalgi
www.poalgi.es

FABRICANTES E IMPORTADORES DE ELECTRODOMÉSTICOS

AMICA ELECTRODOMÉSTICOS, S.L.

Avda. Sur del Aeropuerto de Barajas, 38
2ª planta. L-5 - 28042 MADRID
Tel. 810.510.010
MARCA: Amica
www.amica-group.es

COBAIN VIGO, S.L.

Ricardo Mella, 143 Nave 2
36330 VIGO (PONTEVEDRA)
Tel. 902.999.681
MARCA: Ellici, Faber, Fulgor Milano
www.cobainvigo.es

DAKE, S.L.U.

Avda. Mogent, 40-42 - Nave 1
08170 MONTORNÈS DEL VALLÈS -
(BARCELONA)
Tel. 902.260.006
MARCA: Blanco, Gutmann, Viking, ISE,
Steel, Atag, InSinkErator
www.dake.es

ELECTROLUX HOME PRODUCTS ESPAÑA, S.A.

C/ Albacete, 3 C
28027 MADRID
Tel. 915.865.500
MARCAS: AEG, Electrolux, Zanussi
www.electrolux.es

FRANKE ESPAÑA, S. A. U.

Avda. Via Augusta, 85-87
08174 SANT CUGAT DEL VALLÈS
(BARCELONA)
Tel. 935.653.535
MARCAS: Franke, Mepamsa, KWC, Roblin
www.franke.es

FRECAN, S.L.U.

Ctra. B-142 Polinyà a Sentmenat, Km. 8,4
08181 SENTMENAT (BARCELONA)
Tel. 902.270.170
MARCAS: Foster, Urban,
Bautek, Frecan
www.frecan.es

FRIGICOLL, S.A.

C/ Blasco de Garay, 4-6
08960 Sant Just Desvern (BARCELONA)
Tel. 934.803.322
MARCAS: Liebherr, De Dietrich, Falmec
www.frigicoll.com

INOXPAN, S.L. (PANDO)

Pol. Ind. El Cros
Av. El Molí de les Mateves, 11
08310 ARGENTONA (BARCELONA)
Tel. 937.579.411
MARCAS: Pando, Orpan
www.pando.es

MIELE, S.A.

Avda. Bruselas, 31
28100 ALCOBENDAS (MADRID)
Tel. 916.232.029
MARCA: Miele
www.miele.es

SMEG ESPAÑA, S.A.

C/ Central, 28 Pol. Ind. La Ferrería
08110 MONTCADA I REIXACH
(BARCELONA)
Tel. 935.650.250
MARCA: Smeg
www.smeg.es

TEKA INDUSTRIAL, S.A.

C/ Cajo, 17
39011 SANTANDER
Tel. 942.355.050
MARCA: Teka
www.teka.es

MOBILIARIO AUXILIAR DE COCINA

CANCIO FÁBRICA DE MUEBLES, S.A.

Ctra. del Esquileo, s/n
47369 VILLALBA DE LOS ALCORES
(VALLADOLID)
Tel. 983.721.596
MARCA: Cancio
www.canciomuebles.com

DISCALSA, S.L.

Pol. Ind. San Lázaro, s/n
26250 STO. DOMINGO DE LA CALZADA
(LA RIOJA)
Tel. 941.342.037
MARCA: Discalsa
www.discalsa.com

HERRAJES Y TIRADORES

DB GROUP, S.L.

C/ Torrejón, 25
28850 TORREJÓN DE ARDOZ
(MADRID)
Tel. 916.555.385
MARCA: DB
www.dbgroupherrajes.com

INDAUX, S.A.

C/ San Prudencio, s/n
20808 GETARIA (GUIPUZKOA)
Tel. 943.899.100
MARCA: Indaux
www.indaux.com

OTROS COMPONENTES DE MUEBLES DE COCINA

ACB LACADOS, S.L.

Crta. N-341, km. 79 - 14900 LUCENA
(CÓRDOBA)
Tel. 957.511.667
MARCA: ACB
www.grupoacb.com

DOSSIA, S.A.

Crta. de Cabra s/n 14900 LUCENA
(CÓRDOBA)
Tel. 957.509.308
MARCA: Dossia
www.dossia.es

ANUNCIANTES

PORTADA



TECNOMAK

CONTRAPORTADA



HETTICH

INTERIOR PORTADA



ALVIC

INTERIOR CONTRAPORTADA



TITUS PLUS

ANUNCIANTES 108

EN ORDEN ALFABÉTICO

AMICA 45

BC3 63

DEKTON 37

CANCIO 9

CUCINE OGGI 35

DECORACTIVA 21

DOMUS LINE 23

DUPONT 19

ELECCO 15

FABER (COBAIN VIGO) 33

F. ESPACIO COCINA-SICI 67

FERIA SICAM 13

HGM 43

KESSEBÖHMER 25

L&S 17

LAPITEC 41

LERMONT PLASTICS 31

LEVANTINA 55 PUBLIRREPORTAJE

MIELE 53

NAVARRO AZORÍN 39

SALICE 29

SC 11

STARON 65

TEKA 7



COCINA INTEGRAL

Conéctate

'Ciérrame suave' Con Glissando!



Cierre de confianza con 2a Generación Glissando TL, amortiguador add-on para bisagra.

- **Cierre de confianza 'ConfidentClose'**
Cierre suave, silencioso, rápido y seguro
- **'One for All' cierre suave para bisagras**
Solo un Glissando cada dos o tres bisagras garantizan una máxima eficiencia
- **Amortiguación ajustable**
Garantiza un funcionamiento perfecto en cada tipo de puerta

TitusPlus Iberia SLU - Titus Group, C/ Gran Bretanya 34,
08520 Les Franqueses del Valles (Barcelona), España
+34 938 715 404, +34 938 605 498 Fax
titusplusiberia@titusplus.com, www.titusplus.com

Titus

Titus



Sorprendente apertura y cierre: Push to open Silent para ArciTech

Cajones sin tiradores que se abren prácticamente solos y que se vuelven a cerrar con suavidad. Nunca antes se había conseguido este grado de confort, sin conexión eléctrica, y con un funcionamiento puramente mecánico. La revolución silenciosa para muebles de diseño moderno.

www.hettich.com



German
Design Award
NOMINEE



product
design award
2014

Technik für Möbel


Hettich