

# COCINA INTEGRAL

TERCER TRIMESTRE 2020 - Nº. 124 / WWW.COCINAIntegral.NET

ÓRGANO DE DIFUSIÓN DE AMC

## MOBALCO.



### Feed your Soul

**TENDENCIAS**  
LA SOSTENIBILIDAD SE INSTALA  
EN LA COCINA

**TENDENCIAS**  
LA OMNICANALIDAD LLEGA A LAS TIENDAS  
A GOLPE DE PANDEMIA

**PRODUCTO**  
LAS SUPERFICIES DE COCINA SERÁN  
SOSTENIBLES O NO SERÁN

# TOPS ON TOP

Cindy Crawford on Silestone Eternal Noir



On Top

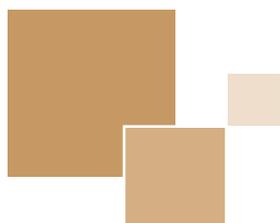
A product designed by Cosentino®

Encuentra inspiración en [cosentino.com](https://www.cosentino.com) | Síguenos   



ESPAÑA  
Expo Dubái 2020

# La perfección del **CÍRCULO**



Con frecuencia, de algo muy bueno decimos que es redondo y es que tenemos tan buenos ejemplos de objetos redondos y esféricos que funcionan tan bien... que si la rueda, que si los planetas, los ojos de la persona amada... Sin embargo, algo redondo suele ser algo que termina bien, tan bien, que incluso no termina, porque vuelve a comenzar girando y girando de forma infinita...

Aquí viene a colación uno de los axiomas clásicos de la física. Ese que dice que la energía ni se crea ni se destruye, sino que se transforma. Si observamos la línea de un círculo, a diferencia de la de una recta, no encontramos ni principio ni fin. Quizás por eso, son muchas las culturas que hayan considerado al círculo como el símbolo de la perfección. Por seguir con los ejemplos, la mesas redondas son las más justas y las mejores para negociar, aquellas en las que todos los invitados se sientan a la misma distancia del centro y se ven todos las caras por igual.

Nos hallamos inmersos en un proceso de transformación del modelo económico hacia un sistema circular. Por eso se habla tanto de economía circular como nuevo paradigma a seguir. Sin embargo, la economía circular no es nada nuevo. Es lo que venían haciendo desde hace siglos nuestros antepasados y es el sino de la naturaleza, de las plantas y de los animales. Todo se aprovecha y se recupera: las hojas muertas que caen en otoño al pie del árbol se descomponen en materia orgánica que las propias raíces aprovechan para nutrirse. Se trata de recuperar todo lo que producimos, para no tener que esquilmar los recursos, porque al ritmo que vamos es muy posible que no haya con lo que producir en unos cuantos años.

Por eso, en este número, hemos querido acercarnos al tema con algunos contenidos, porque en la medida de lo circulares que seamos, aseguraremos nuestra pervivencia futura. Esperamos que les parezca una revista *redonda*.





SUMARIO



124



EDITORIAL

La perfección del círculo ..... 3

SUMARIO ..... 4-5

TENDENCIAS

Arklam: "Hemos apostado muy fuerte por la cocina este año" ..... 10

Transformad: "Aportar valor a los clientes es fundamental" ..... 14

Benidorm Software: "El feedback con el cliente es clave para perfeccionar nuestro producto" ..... 18

Servicanto: soluciones en tiempos del coronavirus ..... 22

Cosentino lanza Silestone Loft, una novedad mundial con tecnología pionera ..... 24

La sostenibilidad se instala en la cocina ..... 26



¡SIGUENOS!



**DIRECCIÓN EDITORIAL / FINANCIERA**  
DIRECCION@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**

DORIA GLOBAL MEDIA, S.L. SICILIA, 93, ÁTICO - 08013 - BARCELONA (ESPAÑA)  
TEL. 902 887 011 - TEL. (INT.) +34 935 569 500  
WWW.COCINAINTEGRAL.NET / COCINAINTEGRAL@COCINAINTEGRAL.NET



Asociación de Mobiliario de Cocina

ÓRGANO DE DIFUSIÓN  
DE LA ASOCIACIÓN  
DE MOBILIARIO DE COCINA



C/ GENERAL RAMÍREZ DE MADRID, Nº8, PLANTA 7, ÁTICO 4  
28020 - MADRID (ESPAÑA) - TEL. 618 999 747  
WWW.AMCOCINA.COM / AMC@AMCOCINA.COM

**GERENTE SEBASTIÁN ACEDO - AMC**

**PRESIDENTE JUAN LUIS SALVADOR - ANTALIA**

**VICEPRESIDENTE SANTIAGO ALFONSO - COSENTINO**

**CONSEJO ASESOR JOSÉ MANUEL PABÓN - INKO COCINAS**

MOISÉS CASTILLO - PANDO

ANTONIO MORILLA - ZAKÜCHEN

JESÚS CATENA - ACB

FERNANDO CANCIO - CANCIO

FRANCISCO DÁVILA - MOBALCO

JUANA PINO - PINO COCINAS & BAÑOS

GIANDOMENICO GALEANDRO - WHIRLPOOL

**AMC**

Breves \_\_\_\_\_ 38  
Opinión \_\_\_\_\_ 42

**TENDENCIAS**

La omnicanalidad llega a las tiendas a golpe de pandemia \_\_\_\_\_ 44

**PRODUCTO**

Las superficies de cocina serán sostenibles o no serán \_\_\_\_\_ 50

**FERIAS**

FIMMA-Maderalia se traslada a 2021 \_\_\_\_\_ 62  
Cerca de 500 expositores confirmados para SICAM 2021 \_\_\_\_\_ 64  
Modelo híbrido para la feria berlinesa de electrodomésticos, IFA 2020 \_\_\_\_\_ 65  
Calendario ferial \_\_\_\_\_ 66  
Breves \_\_\_\_\_ 68

**ASOCIADOS \_\_\_\_\_ 69**

**ANUNCIANTES \_\_\_\_\_ 74**



*Pensamos en tu hogar.  
Cuidamos el de todos.*







# Máximas prestaciones para



PREMIUM GLOSS FINISH by FORMICA GROUP

FORMICA® TopLine

ColorCore® Comp

by FORMICA

Formica, the Formica Anvil Device, AR Plus, ColoCore and DecoMetal are registered trademarks of Formica Corporation.



la cocina

[formica.com](https://formica.com)

act  
A GROUP

FORMICA® Cabinet DoorLine

DecoMetal®

METAL LAMINATES by FORMICA GROUP

# ARKLAM: “Hemos apostado muy fuerte por la cocina este año”

EN EL PUNTO DE MIRA DE ARKLAM HAY DOS DIANAS, ESPAÑA Y EL SECTOR DE LA COCINA. SEGURAMENTE POR ELLO, Y ASÍ NOS LO CUENTAN EN ESTA ENTREVISTA, LA MARCA HA DECIDIDO UNIRSE A LA ASOCIACIÓN DE MOBILIARIO DE COCINA, AMC.



Saniceramic, a la que pertenece Arklam, inició su actividad en 1975. Su reciente unión con Colorker Group ha dado lugar a una multinacional del sector cerámico que da trabajo a 350 personas, vende sus productos en más de 120 países y cuenta con instalaciones en España e Italia. En 2019, el grupo facturó 85 millones de euros (30 con las marcas ITT y Arklam, y 55 con Colorker). Actualmente, Colorker Group cuenta con cinco marcas: Colorker, Zyx, ITT Ceramic, Arklam y Creative. Conocemos más detalles sobre la compañía de la mano de Rami Hamze, CEO de Arklam.

■ **Describa su principal producto para el sector cocina. Indique las ventajas que aporta y explique sus principales diferencias con respecto a los productos similares de la competencia.**

Arklam marca la diferencia en varios aspectos en el sector al que se dirige: variedad de diseños muy diferenciados y estudiados, superioridad en la calidad de nuestras materias primas, y el punto principal, respeto al mercado, a nuestros distribuidores y a nuestros clientes que son en definitiva el motor de nuestra empresa.

Arklam invierte mucho en diseño y lo aplica con la mejor tecnología existente hoy en día en el mercado a nivel mundial.

Contamos con más de 120 referencias en nuestro catálogo que se dividen en varios formatos, espesores y acabados, principalmente, 3 mm, 6 mm, 12 mm y 20 mm. Si bien, hoy por hoy, la gran apuesta está siendo la cocina y el baño, tanto los modelos de 12 mm como los de 20 mm. De hecho, este año, aunque no acudamos a Cersaie, una feria importante para nosotros, se ha mantenido y ampliado el plan de producto. En este sentido, crecemos en número de referencias y acabados en 12 y 20 mm para dar una mejor respuesta a los diferentes mercados y tipología de clientes. Toda la información, junto con los manuales técnicos, se puede encontrar fácilmente en nuestra web, que actualizamos constantemente, o en nuestras redes sociales.

■ **¿Cuál/es ha/n sido sus últimos lanzamientos de producto al mercado?**

Lo hicimos en febrero de 2020, coincidiendo con Cevissama, y la verdad es que no podemos estar más contentos. Creo que el cliente que se acerca a Arklam encuentra realmente productos diferenciados, arriesgados y también los más conservadores. Pero en la mayoría de los casos se trata de diseños totalmente innovadores y alineados con las últimas tendencias en materia de decoración y combinaciones. Presentamos una batería de mármoles que van desde un Calacatta Pao-nazzo, cuyas vetas y blancura no dejan de sorprender, o los Estatuarios, mármoles de la toscana como la serie Londra. También un mármol en tonos grises, el Brazil Super White, que tiene su origen en el mármol dolomite. Por último, la colección Invisible Grey, arte hecho mármol, original de Brasil, llama la atención por sus sorprendentes y cargadas vetas, que le otorgan un aspecto desgarrador e imponente. También en materia de piedras, destacan el Pierre Blue, original de Bélgica, o la Piedra Coral, una caliza imponente y que se caracteriza por su estudiado relieve y tacto sedoso, un aspecto característico que procede de los fósiles de las conchas. En 20 mm, también se presentó la serie Alma que nace con la vocación de recibir con más personalidad las encimeras de cocina y mobiliario en los proyectos más exclusivos.

# Un nuevo diseño para un nuevo futuro.

Decoractiva se renueva para ofrecerte mucho más.



- ▶ Ampliando el portfolio de marcas colaboradoras, para mejorar las condiciones de compra actuales y ofrecer más posibilidades de negocio.
- ▶ Renovando nuestro logotipo e imagen de marca, según las nuevas tendencias en diseño y comunicación, incorporando nuevos elementos de publicidad y más promociones para las tiendas asociadas.
- ▶ Incorporando nuevas herramientas de venta para los asociados, como un nuevo programa de diseño 3D con realidad virtual y nuevos servicios para el cliente final.
- ▶ Mejorando nuestra capacidad logística, con nueva intranet para las tiendas asociadas que facilita la comunicación 24 h con el almacén.
- ▶ Introduciendo la digitalización de los puntos de venta a través de los sistemas de cartelería digital y nuevos elementos de información.
- ▶ Y una marca propia de muebles de cocina: KEUKEN.

**¿Quieres formar parte del cambio?**

[www.decoractiva.es](http://www.decoractiva.es)

C/ Arte 21 5º A. 28033 Madrid · 91 559 16 12 · [decoractiva@decoractiva.com](mailto:decoractiva@decoractiva.com)

Síguenos en  TIENDASDECORactiva  Decoractiva

 decoractivatiendas  decoractiva

 **decoractiva**

## TENDENCIAS

Me gustaría destacar que en septiembre aterrizamos con nuevas series en 20 mm que, o bien ya proceden del catálogo como la serie Vulcano, o se incorporan. Este esfuerzo que ha supuesto una importante inversión nos permite competir en igualdad de condiciones con otras marcas del sector. Hemos apostado muy fuerte en el mundo de la cocina este año y vamos a introducir en septiembre nuevas series en los espesores de 12 y 20 milímetros en formato de 1.600 x 3.200 mm, para cubrir todas las tipologías de materiales y acabados ligados a las últimas tendencias vistas en decoración.

### ■ Hablemos de servicio. Enumere los servicios añadidos o relacionados con sus productos. Indique plazos de entrega y garantía.

Este es un punto crítico sobre el que trabajamos de forma muy rigurosa. Tenemos una política muy clara y aunque en ocasiones tengamos algo de sobre-stock, esto nos permite reaccionar rápido y dar un servicio casi al 99%. A nivel de garantías, Arklam trabaja con estrictos controles de calidad. Puedo afirmar, porque así me lo dicen los clientes que trabajan con otras marcas, que muchas veces se decantan por nuestro material por su calidad. Luego entran otras variables, pero prefieren empezar la presentación de esta tipología de productos con Arklam, porque el resultado y la calidad percibida es muy alta.

### ■ ¿Cómo es la distribución de sus productos? ¿En qué canales tienen más presencia?

Actualmente, nuestro foco está en el retail. Nuestro plan de expansión tiene como objetivo cubrir una serie de mercados estratégicos en la primera fase y cerrar acuerdos de distribución que garanticen un buen suministro local. De momento, no tenemos showrooms Arklam, pero sí almacenes propios en puntos clave de la península.

### ■ ¿Cuál es la política de expansión de la marca?

Europa es, sin duda, uno de los principales ejes estratégicos de expansión y España, uno de los grandes objetivos. A nivel internacional, acabamos de cerrar un acuerdo para Rusia y, en breve, arranca nuestro distribuidor en China. En Estados Unidos, Canadá y varios países de Latinoamérica ya estamos trabajando de forma regular y dominamos muy bien toda la zona de Extremo Oriente y Oceanía.

### ■ ¿Cómo siguen (o crean) sus productos las tendencias en el diseño de mueble de cocina?

Hacemos mucho "research" desde varios puntos de vista. Miramos y observamos otros sectores que nos influyen, como es la moda o la decoración. Estamos al día a través de las redes sociales o incluso



adquirimos cuadernos de tendencias que nos permiten ver a dos años vista que será lo más "trendy". Acudimos también a las ferias más importantes de los sectores que más nos pueden aportar. Asimismo escuchamos mucho a los clientes y les preguntamos. Todo este trabajo se realiza en conjunto con el departamento de marketing y diseño. Nos gusta tener información de todos que luego utilizamos para definir e innovar en los nuevos productos.

### ■ ¿Cómo cerraron el año 2019 y qué previsiones tienen para 2020?

El año pasado subimos un 23% la facturación y la previsión para este ejercicio es subir un 35% respecto a 2019.

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

AMC es clave si quieres estar en el mundo de la cocina. Esta asociación nos permite conocer de primera mano las últimas tendencias, nos permite relacionarnos y conocer nuevos clientes, y nos da mucha visibilidad como marca.

### ■ ¿Cómo valoran la pasada edición de Espacio Cocina-SICI y qué esperan de la próxima con Hábitat?

Para nosotros fue la primera vez y aprendimos mucho. Arklam es una marca joven, pero con mucha proyección y sabíamos que era fundamental estar en SICI. Ahora que ya tenemos más rodaje queremos volver con una puesta en escena espectacular en la que los clientes realmente aprecien por qué merece la pena tener Arklam en su tienda. Nos gusta que entiendan que Arklam va un poco más allá de una encimera. Arklam quiere ser siempre esa marca de diseño puntera que no deje a nadie indiferente, y así poder lucirse en los proyectos.

El cambio con Hábitat nos parece bien, el público de cada certamen es muy diferente y SICI posiciona muy bien. Si pretendes comunicar que tu marca pueda darte algo único para tu cocina, es el sitio ideal.

25  
ANIVERSARIO



sc herrajes®



# SMART LED LIGHTING



sc herrajes®

Avd. de las Naciones, 31  
45200, Illescas  
925 51 24 24  
info@sc-herrajes.com  
sc-herrajes.com



# TRANSFORMAD: “Aportar valor a los clientes es fundamental”

ESTE FABRICANTE DE SUPERFICIES AVANZADAS PARA MUEBLES TIENE MUY CLARO QUE, PARA ESTAR SIEMPRE A LA VANGUARDIA, ES NECESARIO APOSTAR POR LA TECNOLOGÍA DE ÚLTIMA GENERACIÓN EN TODOS SUS PROCESOS.

La firma Transformad fue fundada el año 1975 en la localidad barcelonesa de Canovelles. Actualmente, la empresa cuenta con dos plantas de producción de última generación totalmente automatizadas, con más de 50.000 m<sup>2</sup>. Con una facturación anual aproximada de 11 millones de euros, Transformad emplea a 40 trabajadores. Sus marcas Tmatt, Crystal, Strati, Matt, Legno, Natura, Básicos, Quercia, Tranché y Vecchio se venden además de en España, en toda Europa, Estados Unidos, Centroamérica, Sudamérica, África y Asia. Nos cuentan más detalles sus responsables.

■ **Describe su principal producto para el sector cocina. Indique las ventajas que aporta y explique sus principales diferencias con respecto a los productos similares de la competencia.**

En Transformad, como líderes en la fabricación de superficies Hi-Tech para muebles de cocina, ponemos todo el esfuerzo en crear materiales con la última tecnología y que, a la vez, estén al día en tendencias.

Es el caso de nuestra colección Tmatt, la superficie supermate, anti-huella y autoregenerativa, disponible en una amplia gama de colores recientemente ampliada y con propiedades de resistencia y calidad excepcionales. Es resistente al rayado, alcanzado un resultado de grado 5 en la prueba EN 438-2. Es resistente a la abrasión y a los impactos, y su durabilidad la convierte en un material ideal para ambientes exigentes. La tecnología háptica de su superficie logra activar el sentido del tacto y le confiere mayor calidez y un acabado sedoso y confortable. Además, al ser un material extremadamente mate, consigue una reflectancia mínima de la luz. La calidad de los materiales y el cuidado del medioambiente son aspectos primordiales para Transformad, por lo que Tmatt también cumple con la normativa CARB 2.

■ **¿Cuál/es ha/n sido sus últimos lanzamientos de producto?**

Entre nuestros últimos lanzamientos están la nueva gama de colores de la colección Tmatt, con el verde Smeraldo, el rojo Terracotta y el azul marino Blu como colores tendencia de este año.





[www.inalco.es](http://www.inalco.es)  
[www.inalcotrends.com](http://www.inalcotrends.com)





La colección Tmatt, que hasta el momento contaba con 6 colores básicos, se ha ampliado a 12 colores que combinan perfectamente entre ellos y han sido cuidadosamente elegidos para aportar una nueva fuerza a toda la colección. También estamos a punto de incorporar varios diseños más a la colección Tmatt, como los colores Elba y Toscano. Se trata de acabados mate en tendencia que no pasarán desapercibidos y que acercan la naturaleza a las cocinas, por su aspecto de madera natural y sedoso.

■ **Hablemos de servicio. Enumere los servicios añadidos o relacionados con sus productos. Indique plazos de entrega y garantía.**

La aplicación de tecnología de última generación nos mantiene siempre en vanguardia. Equipos de alto nivel, un proceso de fabricación automatizado y una organización logística modélica consiguen una óptima flexibilidad de producción. La Calidad Transformad se cumple gracias a una sólida organización, formada por los mejores profesionales del sector, y a una excepcional vocación de servicio, que nos permite cubrir todo el territorio nacional e internacional. El permanente stock de dos de sus gamas más demandadas, Tmatt y Crystal, y la red logística, hacen posible ofrecer plazos de entrega óptimos tanto a sus clientes nacionales como internacionales.

■ **¿Cómo es la distribución de sus productos? ¿En qué canales tienen más presencia?**

Nuestro principal canal son directamente los fabricantes de cocinas, los fabricantes de puertas, así como los almacenes especialistas.

■ **¿Cuál es la política de expansión de la marca?**

Para Transformad es fundamental aportar valor a nuestros clientes

a través de los materiales que producimos. Es por ello por lo que estamos trabajando intensamente en desarrollos futuros. Pese a la situación de incertidumbre en la que vivimos, Transformad ha seguido trabajando intensamente en desarrollo, consciente de que esta es y será la clave de su éxito. Estamos muy convencidos del trabajo que se está realizando en esta área, y gracias a él esperamos continuar expandiendo nuestro negocio.

Nos encontramos en un momento de gran expansión internacional. Hasta el inicio de la pandemia, Transformad había tenido una fuerte presencia en ferias internacionales para consolidar esta expansión en los diferentes mercados, reforzar las relaciones comerciales a nivel internacional y lanzar sus productos a nivel mundial. A pesar de la crisis generada por el COVID, Transformad espera crecer más de un 35% en exportación este año 2020, consolidando su presencia en los 5 continentes.

■ **¿Cómo siguen (o crean) sus productos las tendencias en el diseño de mueble de cocina?**

Desde Transformad, gracias a nuestras relaciones con clientes, proveedores de materiales y proveedores tecnológicos y consultores, permanecemos atentos y abiertos a incorporar nuevos productos y/o tecnologías que consideramos que pueden ayudar a aportar valor a los productos de nuestros clientes.

■ **¿Cómo esperan cerrar este 2020 y qué previsiones tienen para 2021?**

El ejercicio 2020 empezó de forma muy positiva, pero, por causas evidentes, sufrimos un frenazo brusco en el segundo trimestre. Pese a todo lo acontecido, esperamos cerrar el ejercicio 2020 con un crecimiento del entorno del 5%. Somos moderadamente optimistas de cara a 2021, pese a las incertidumbres que rodean la complicada situación sanitaria y económica.

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

Nos alegra formar parte de una asociación con el prestigio de la AMC, ya que favorece el debate en el sector del mueble de cocina y permite entablar relaciones con contactos profesionales muy interesantes. Vemos en la AMC un foro donde poder compartir innovaciones y preocupaciones que nos afectan a todas las empresas que formamos parte, en beneficio de todos.

**gorenje**  
*Life Simplified*



**ELECTRODOMÉSTICOS  
SIN DRAMAS**

SIMPLIFICA LA VIDA,  
SIN DRAMAS  
NI COMPLICACIONES

[gorenje.com](http://gorenje.com)

**Simplicity**

COLLECTION

# BENIDORM SOFTWARE: “El feedback con el cliente es clave para perfeccionar nuestro producto”



Los orígenes de la empresa Benidorm Software se remontan al año 1996 en la localidad alicantina de Benidorm. Con la entonces firma Calinser, S.L. se inició la distribución del programa de diseño Cocinas2 de DigicAD, realizado en la localidad murciana de Jumilla. Hoy, la empresa Benidorm Software, S.L. desarrolla y comercializa a nivel nacional los productos y marcas Virtual Kitchen, Virtual GES y Wurth Design. Nos cuentan más detalles los responsables de la compañía.

■ **Describa su principal producto para el sector cocina. Indique las ventajas que aporta y explique sus principales diferencias con respecto a los productos similares de la competencia.**

Nuestro principal producto es el programa de diseño de muebles de cocina Virtual Kitchen. Las ventajas que aporta este producto es utilizar tecnología actual para trabajar en 3D y poder plasmar, tras escuchar directamente a los clientes, sus ideas y mejoras sobre el producto, sin intermediarios. Somos los desarrolladores del software y esto nos permite ser ágiles en las correcciones.

Además, mensualmente añadimos materiales, texturas, diseños de puertas y tiradores para que nuestros usuarios tengan un producto actualizado y competitivo.

EL PROGRAMA VIRTUAL KITCHEN DE LA FIRMA ESPAÑOLA BENIDORM SOFTWARE SIGUE DE CERCA LA REALIDAD FABRIL DEL MERCADO ESPAÑOL DE MUEBLES DE COCINA.

Por otro lado, el programa es muy fácil de utilizar y nuestra asistencia técnica inicial es muy completa. Así conseguimos que tras el primer mes de uso recibamos muy pocas llamadas técnicas.

■ **¿Cuál/es ha/n sido sus últimos lanzamientos de producto al mercado?**

Virtual Kitchen genera presupuestos valorados de los muebles situados en el diseño, pero además, saca listados de hoja de corte para la fabricación, indicando los costados, traseras, tapas y bases. Además puede valorar los muebles por el despiece de cascos, puertas y herrajes.

Asimismo, próximamente cambiaremos el programa de gestión a Virtual GES4 para que sea online y ofrezca compras, almacén, ventas y contabilidad.



# LLEGA LA INDUCCIÓN INTELIGENTE

Nueva placa **DirectSense**



Donde se cocina la vida

## TENDENCIAS

### ■ Hablemos de servicio. Enumere los servicios añadidos o relacionados con sus productos. Indique plazos de entrega y garantía.

Creamos librerías de fabricantes de muebles de cocina en las que se incluyen los códigos, descripciones, medidas, los modelos con sus colores y materiales... y, por último, los precios de todos los módulos según sus tarifas económicas. Igualmente, diseñamos objetos 3D como campanas, placas, sanitarios, y decoración solicitada por los usuarios en pocos días.

### ■ ¿Cómo es la distribución de sus productos? ¿En qué canales tienen más presencia?

Estamos enfocados a ofrecer el programa de diseño a tiendas de muebles de cocina y carpinterías de madera. También ofrecemos el programa de presupuestos Virtual GES a fábricas de muebles de cocinas para que sus tiendas asociadas puedan realizar presupuestos y pedidos.

### ■ ¿Cuál es la política de expansión de la marca?

Actualmente, vendemos solo en España ya que no necesitamos crecer, sino mejorar y consolidar el programa de diseño.

### ■ ¿Cómo siguen (o crean) sus productos las tendencias en el diseño de mueble de cocina?

El contacto constante con nuestros clientes genera la información correcta para mejorar el programa de dibujo. En este sentido, escuchamos sus peticiones e intentamos responderles en el menor tiempo posible.

### ■ ¿Cómo cerraron el año 2019 y qué previsiones tienen para 2020?

El año 2019 fue positivo. Pero sobre todo, creemos que este 2020 será mejor para nosotros, porque hemos atendido a todos los clientes muy bien, y ello se ha traducido en un crecimiento de la facturación.

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

Somos asociados de la AMC porque estamos enfocados al sector del mobiliario de cocina en España y en la asociación están las fábricas con las que contactamos. Pero nos gustaría que la AMC fuera admitiendo tiendas de muebles de cocinas para darles la misma información que ahora da a fábricas de muebles y a fábricas auxiliares.

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

La AMC siempre puede contar con nosotros para recopilar información del sector y tiene nuestra ayuda para la transformación digital de las empresas.



### ■ ¿Cómo valoran la pasada edición de Espacio Cocina-SICI y qué esperan de la próxima?

Estuvimos en febrero de 2019 en la edición conjunta con Cevisama y nos fue bastante bien. Por motivos de la pandemia no se pudo celebrar la siguiente edición, pero ya lo teníamos todo preparado para ir.

Cuando se den las condiciones normales, volveremos a estar en Valencia exponiendo nuestro programa de diseño Virtual Kitchen y el programa de gestión Virtual GES.



**Forma tu estilo**  
Nunca habrá sido tan simple



# SERVICANTO: soluciones en tiempos del coronavirus

EN LAS ACTUALES CIRCUNSTANCIAS, SERVICANTO SIGUE PLENAMENTE OPERATIVO (PEDIDOS ENTREGA 24/48H) CON MÁS ILUSIÓN Y FUERZA QUE NUNCA. POR ESO, LA FIRMA RECUERDA QUE DISPONE DE TODAS LAS HOMOLOGACIONES/EQUIVALENCIAS DE LOS PRINCIPALES FABRICANTES DE SUPERFICIES.

En este sentido, Servicanto dispone de todas las homologaciones/equivalencias que los clientes puedan necesitar de los principales fabricantes de superficies. Es el caso, por ejemplo, de la nueva Gama Duo de Finsa; de Ideal Gloss y Matt, también de Finsa; de la nueva colección de Egger; de Luxe Plus de Alvic; de Losan, de Sonae Arauco y muchos más.



## TERRAZAS Y JARDINES CON FLEX&LUX

En tiempos de coronavirus tener un jardín o una terraza, por pequeños que sean, es un privilegio y poderlos decorar al gusto de cada uno puede convertirse en una actividad apasionante.

Para ello, Servicanto ofrece opciones espectaculares con sus difusores Flex&Lux para exterior. Además de iluminar, Flex&Lux decora pérgolas, toldos, zócalos, piscinas, zonas chill-out... como un gran aliado de nuestra imaginación. El nuevo catálogo de Flex&lux está disponible para su descarga gratuita desde la web de Servicanto.



## KITS PERSIANAS 19 MM

Pensando en las necesidades de los usuarios, Servicanto ha desarrollado varios modelos de persiana para tablero de 19mm, una opción práctica y cada vez más solicitada. Los nuevos kits persiana se adaptan a las medidas de un módulo construido con tablero de 19mm de grosor sin necesidad de manipular la persiana. De hecho, los perfiles son nuevos y han sido modificados para que se ajusten perfectamente.

Entre los modelos disponibles figuran el Kit Pizarra (de 1,50 x 60 y 1,50 x 90); el Kit Inox (1,50 x 60 y 1,50 x 90); el Kit Blanco básico (1,50 x 60 y 1,50 x 90); el kit Titanio (1,50 x 60 y 1,50 x 90) y el Kit Blanco brillo (1,50 x 60 y 1,50 x 90).



### KIT LUZ PARA ILUMINACIÓN INTERIOR

El Kit&lux consiste en un perfil de silicona opalina extrusionado en frío, con tira LED a 220-230V en su interior para conectar directamente a la red eléctrica. No necesita perfil de aluminio para disipación. Ofrece protección IP65.

Con el nuevo Kit Luz es posible iluminar el interior de la persiana de manera práctica, innovadora y con una instalación fácil. Puede adaptarse a todos los modelos y medidas de kits persiana de Servicanto.

### CANTO LÁSER HOT AIR

Por otra parte, el nuevo canto Hot Air (aire caliente/láser) permite conseguir la máxima perfección en el sellado, ofreciendo un acabado espectacular. Este canto tiene unas claras ventajas en términos estéticos y técnicos, como una unión invisible: sin juntas perceptibles que se traducen en un acabado perfecto sin la posibilidad de que se vaya acumulando suciedad en la unión, lo que facilita su mantenimiento y durabilidad. Servicanto cuenta con stock inmediato de los diseños de la colección Fenix de Arpa, Tmatt de Transformad y la tonalidad Hot Air Blanco de los principales fabricantes.

### NUEVA COLECCIÓN CANTO VIDRIO

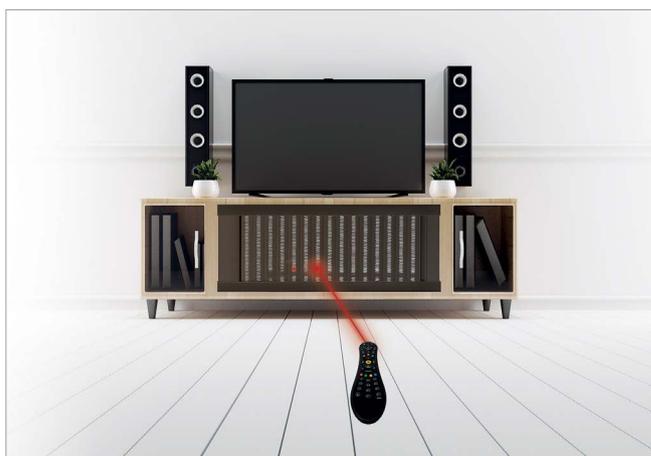
Para cantos con un brillo intenso, Servicanto ofrece la nueva colección Vidrio, en 23 x 1mm en PMMA acrílico. Destaca por sus colores potentes con un brillo increíble para vestir las superficies High Gloss. El canto se adapta dando un efecto de continuidad y reflejo e interacción de la luz sublime en las superficies. Servicanto dispone en stock de las colecciones más punteras en brillo del mercado.

### PERSIANA MICROPERFORADA

Otro de los productos destacados que ofrece Servicanto es su persiana microperforada, "la persiana que respira". Este modelo muestra un acabado de efecto titanio para tablero de 16 y 19mm y está disponible en medidas de 1,50 x 60 y 1,50 x 90.

Esta persiana supone una propuesta de frescura en el hogar, al ayudar a esconder los aparatos eléctricos y los cables, al tiempo que permite la transmisión de ondas y con una funcionalidad polivalente.

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



# COSENTINO lanza Silestone Loft, una novedad mundial con tecnología pionera

COSENTINO LANZA AL MERCADO MUNDIAL SILESTONE LOFT, UNA NUEVA SERIE DE CINCO COLORES DE ESTÉTICA INDUSTRIAL QUE VIENE CON LA INCORPORACIÓN DE UNA NUEVA TECNOLOGÍA DE FABRICACIÓN, HYBRIQ+, CON EL OBJETIVO DE CAMBIAR EL PARADIGMA DE LAS SUPERFICIES DE CUARZO Y CONSEGUIR UNA PRODUCCIÓN MÁS SOSTENIBLE Y SEGURA PARA LOS TRABAJADORES.



*Silestone Seaport.*

Con el espíritu industrial de los loft, o antiguas fábricas y almacenes, de la Nueva York de mediados del siglo pasado, según las últimas tendencias del mercado en superficies, surgen Camden, Poblenu, Seaport, Nolita y Corktown. Estos nuevos colores de la serie Silestone Loft toman su nombre de cinco icónicos barrios del mundo.

## SILESTONE LOFT

Camden, de grano poco grueso y de aspecto homogéneo, muestra sutiles toques blancos en forma de veta muy pequeña. Esta tonalidad cemento estándar es un color versátil y adaptable. Se inspira en el barrio más alternativo de Londres, ecléctico, artístico y con sabor al punk de los ochenta.

Asimismo, Poblenu se ha creado con la mirada puesta en el barrio considerado como el centro de la revolución industrial en Barcelona, un lugar moderno y creativo en la actualidad, con esencia mediterránea. Está compuesto por tonos grises de matices cálidos, y cuenta

con degradados sutiles y un fondo arenoso que aporta textura y un aspecto cotidiano, lleno de vida y luminosidad.

El tercer color, Seaport, rememora este pequeño barrio marítimo del sureste de Manhattan, en Nueva York, lleno de antiguos muelles, restaurantes y tiendas. Su apariencia es la de un verdadero cemento oscuro y desgastado, donde llamativos matices en color blanco se integran perfectamente en el fondo.

Nolita también continúa con la inspiración neoyorquina, en este caso de North Little Italy, un barrio auténtico, rebelde y con gran bagaje histórico. Aristocrático, sofisticado y sutil, la estructura fría e industrial de este tono se viste de blancos y grises claros degradados, en una tonalidad elegante, fina y sin demasiados contrastes.

Y para finalizar, Corktown, basado en el barrio industrial e intelectual de Detroit, es el tono más negro, sobrio, elegante y profundo de Silestone Loft. Su fondo oscuro se entremezcla con una estructura compuesta por diferentes marrones intensos y un acabado extra mate. También ofrece efectos de eflorescencias y superficies que se definen por un desgaste estético.

## HYBRIQ+

La patentada tecnología HybriQ+ reduce en gran medida la presencia de sílice cristalina (cuarzo). En su lugar, se emplea una formulación híbrida de materias primas minerales y reutilizadas, como el vidrio reciclado. Se trata de un cambio de paradigma en las superficies de cuarzo que apuesta por la sostenibilidad y la salud laboral.

# MUEBLES ÉBANO, con 50 años de experiencia, sigue innovando, avanzando y creciendo

LA EXPERIENCIA ES UNO DE LOS VALORES MÁS IMPORTANTES A TENER EN CUENTA A LA HORA DE ELEGIR AL FABRICANTE DE NUESTRA NUEVA COCINA, BAÑO O VESTIDOR, YA QUE LA EXPERIENCIA ES FRUTO DE INFINIDAD DE SITUACIONES RESUELTAS CON LA PLENA SATISFACCIÓN DEL CLIENTE.

Muebles Ébano emplea un sistema de fabricación sostenible que le permite adaptarse rápidamente al diseño más exigente. Así, por ejemplo, en el desarrollo de las últimas incorporaciones de acabados de producto se aplica la nanotecnología en los procesos de fabricación.

En Ébano se personalizan las soluciones de uso y espacio para conjugar con éxito la utilidad con la belleza.

La calidad es durabilidad, es belleza, es usabilidad, es ergonomía, es atención personalizada y asesoramiento experto. Para ello, la marca granadina trata de elegir los mejores proveedores en cada materia. Por eso, en el caso del herraje, apuesta por la marca Grass.

## LA COLABORACIÓN CON GRASS

Como ejemplo de la colaboración exitosa entre el fabricante de muebles de cocina y Grass destacan el cajón **Vionaro** y la guía **Dynapro**. Se trata de soluciones que cubren las necesidades de diseño y fun-

cionalidad de las cocinas modernas. Ya que la versatilidad de la guía ofrece la posibilidad de elaborar un cajón de madera ad-hoc. Vionaro, por su parte, aporta elegancia, a la par que permite la optimización del espacio. Todo ello, con esfuerzos mínimos en la apertura y en el cierre.

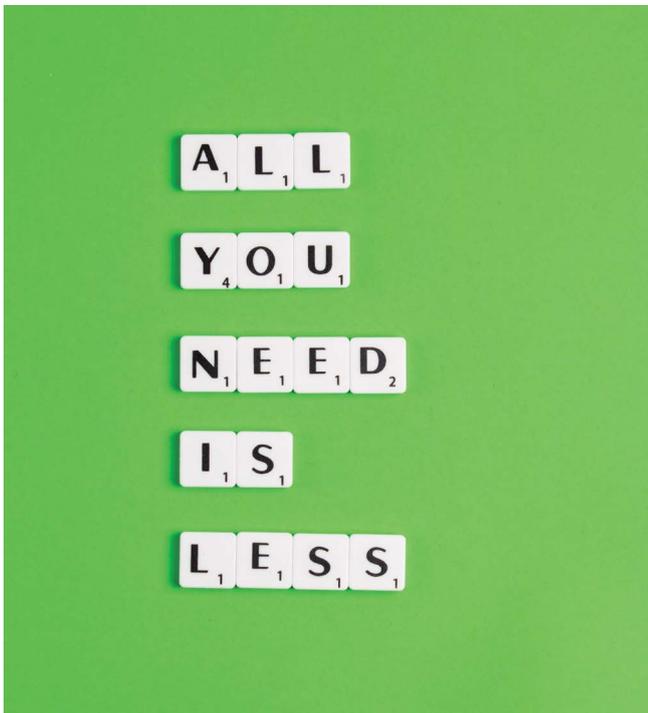
Para Ébano el avance tecnológico es sinónimo de impulsar los límites, de modo que la incorporación del elevable **Kinvaro T-Slim** de Grass ha supuesto un nuevo paso hacia la innovación. Se trata de un sistema de movimiento funcional y totalmente invisible ya que se inserta en el módulo. Un sistema que ha revolucionado los espacios de almacenamiento horizontales.

[www.grass.eu](http://www.grass.eu)



# La **SOSTENIBILIDAD** se instala en la cocina

A LAS ALTURAS DE LA HISTORIA EN QUE NOS ENCONTRAMOS, NO SE CONCIBEN YA PRODUCTOS Y PROCESOS PRODUCTIVOS QUE NO SEAN REPETUOSOS CON EL MEDIO AMBIENTE. EL SECTOR DE LA COCINA NO ES AJENO A ELLO. POR ESO, MÁS QUE MIRAR ATRÁS, CON MIEDO A LAS SANCIONES, HAY QUE AVANZAR ABRIENDO CAMINO.



Si nos metemos en la piel del consumidor, lo que todo el mundo busca a la hora de adquirir algo es que sea bueno, bonito y barato. Pues bien, a esas tres “B”, hay que añadir un cuarto concepto y es el de la sostenibilidad: que no dañe al medio ambiente. Se trata de un camino de no retorno, porque, como muchas de las empresas con las que hemos contactado para elaborar este reportaje apuntan, sin sostenibilidad no hay futuro. Con unas legislaciones y normativas cada vez más estrictas en términos medioambientales no se trata ya de una cuestión de “pasar por el aro” para esquivar las sanciones. No, estamos ante un tema mucho más serio, casi capital, diríamos. Un asunto capaz de conformar nuestro modo de vida y que representa también una oportunidad para innovar, para acercarnos a la gente y para asegurar las bases futuras de nuestras empresas.

## UN CAMBIO DE MODELO

Aunque aún estamos en los inicios, la sociedad y los gobiernos demandan un cambio de modelo productivo que transforme la vieja fórmula de producir, consumir y tirar por el nuevo paradigma de la economía circular. El agotamiento de los recursos y el impacto que el acceso a los mismos y su transformación en productos representa dañan al planeta, lo que es lo mismo que decir que nos hacen daño a nosotros mismos. Por eso, la economía circular se centra en la recuperación y el reciclado, y en el uso de los residuos como una nueva materia prima valiosa mucho más respetuosa con nuestro entorno.

Tomarse en serio la sostenibilidad desde el punto de vista de la industria pasa por múltiples factores que van desde el empleo de energía de fuentes renovables en las propias instalaciones, al uso de materias primas cuya trazabilidad demuestre su origen sostenible, (incluyendo su uso eficiente, con los menores desperdicios), hasta el diseño de productos duraderos que no se conviertan en residuo en poco tiempo. Y que, cuando lo hagan, puedan recuperarse en su totalidad para transformarse en otros productos, similares o no.

En las páginas siguientes ofrecemos un botón de muestra de lo que están haciendo en este terreno algunas empresas del sector. Unas transitan este sendero más avanzadas que otras. Cada una lleva su ritmo. Otras aún no han comenzado a caminar, pero habrán de hacerlo, sí o sí, porque no hay otra alternativa para llegar al mañana. Y como todo en esta vida, de nosotros depende ir en el grupo de cabeza, en los que llegan primero, o a la cola, a remolque de éstos.

## CERTIFICADO DE SOSTENIBILIDAD PARA MUEBLE DE COCINA

AMC y Tecnia han estado trabajando conjuntamente para la creación de un Certificado de Sostenibilidad para mobiliario de cocina de cuya evaluación y control se encargará en exclusiva la segunda.

La certificación sigue un esquema basado en las guías existentes a nivel internacional que definen los criterios de sostenibilidad aplicables en la fabricación de mobiliario, pero se ha adaptado al sector y al tamaño de las empresas en España. En este sentido, presenta dos niveles, lo que ayudará a las empresas a obtener la certificación con un esfuerzo razonable y progresivo. Igualmente, afecta a casi todos los subsectores del equipamiento de cocinas.

El reglamento técnico de la certificación tiene en cuenta fundamentalmente los siguientes aspectos:

- Materiales utilizados en la fabricación del mobiliario, desde las maderas, pasando por los componentes, hasta el embalaje.
- Requisitos del producto acabado, desde el diseño, pasando por la seguridad, hasta su vida útil.
- Procesos de fabricación, desde la legislación ambiental hasta la gestión de los residuos.
- Organización: cómo afecta la Responsabilidad Social Corporativa a la gestión interna y su impacto en la sociedad.

Con esta nueva certificación se quiere ayudar a las empresas a avanzar en temas de sostenibilidad y responsabilidad social medioambiental. Igualmente, constituye un importante argumento comercial. Asimismo, con esta iniciativa se persigue promover la economía circular del sector, especialmente, el ecodiseño. No hay que olvidar que, cada vez más, los consumidores (sobre todo los jóvenes) valoran una responsable trazabilidad del producto. Igualmente, esta certificación servirá de ventaja competitiva diferenciadora frente a la competencia. Por último, está en línea con las políticas y normas que están potenciando las diferentes Administraciones.

El certificado sólo está disponible para las empresas miembros de AMC.

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

## ENCIMERAS DE COCINA CON ESTILO

**ARK  
LAM**  
QUALITY DOESN'T FEAR TIME

## MOBALCO

### ¿De dónde proceden las principales materias primas que utilizan en la fabricación de sus productos?

En maderas, el 90%, de la UE, y el otro 10%, de Ghana. De tableros, el 85% procede de España y el resto, de

Alemania. En cuanto a los laminados, vienen todos de Italia. Por lo que respecta a los herrajes, proceden en un 80% de Alemania y en un 20% de Italia. La totalidad del acero que empleamos como materia prima, es de Algeciras, y el vidrio, de Alicante. Por último, los recubrimientos de superficies vienen mayoritariamente de Italia (85%).

En este sentido, estamos desarrollando una nueva herramienta para ajustar el cálculo de nuestro impacto ambiental y reducir la huella de carbono de cada componente. Esto implica la reducción y la sustitución de algunos componentes que actualmente tienen un protagonismo importante en los escandallos de producción.

Después de 18 meses trabajando en este proyecto, nuestra intención es presentar las nuevas colecciones antes de finales de 2020 junto con un nuevo Manual Técnico que contemple todos los cambios necesarios para cada colección.

### ¿De qué manera tiene en cuenta su empresa la nueva tendencia de sostenibilidad que demanda la sociedad y el mercado?

Para nosotros, esto no es nada nuevo, ya que está en el ADN de Mobalco desde que se fundó en 1980. En este sentido, nada ha cambiado para nosotros. Lo que sí que parece que por fin está cambiando es la sociedad y la conciencia medioambiental. Esperamos que no sea demasiado tarde.

### ¿Cuentan con algún tipo de certificación que demuestre el compromiso de la marca con este tema?

Sí, contamos con la certificación de Huella de Carbono, la de Huella Ambiental Calculada y la certificación de Declaración Ambiental de Producto. También disponemos de la Certificación responsable FSC, extensiva a todo tipo de tableros que intervienen en el proceso de fabricación. Por último, tenemos la certificación EPA-CARB 2 en todos nuestros tableros.

### ¿Cuál es la vida media de sus productos?

No disponemos de datos precisos, pero estimamos que es superior a los 30 años.

### ¿Cómo el ecodiseño de sus cocinas tiene en cuenta el final de la vida útil de las mismas atendiendo a su reciclabilidad y a criterios de economía circular?

Es un proceso que debe estar presente en toda la cadena de suministro. Ello incluye el diseño de cada colección, la selección de los proveedores, el consumo de energía y de componentes que intervienen en todo el proceso, el impacto medioambiental en el proceso de fabricación, la emisión de COV'S y de sustancias tóxicas,...



También contempla la selección del embalaje, el tipo de transporte, la elección de los distribuidores y la necesidad de transporte multimodal como acceso a ciertos mercados. Por supuesto, el suministro de componentes y piezas de recambio para prolongar la vida útil, (nosotros estamos suministrando recambios de piezas y componentes a clientes de más de 30 años de antigüedad). Y, ya al final, el desmontaje del producto, el posible reciclaje o reutilización de componentes, el impacto ambiental de cada componente una vez llegado al final del ciclo de vida y la posible reintroducción de cada componente en un nuevo ciclo.

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

En estas imágenes, *Metrica Acero* by Mobalco.

## INKO

### ¿De dónde proceden las principales materias primas que utilizan en la fabricación de sus productos?

Hace tiempo que decidimos que una de nuestras principales premisas en la fabricación tenía que ser el respeto a los recursos naturales. Primero, con un uso responsable de las materias primas. Nosotros seleccionamos muy concienzudamente a nuestros proveedores, aquellos que nos garantizan que sus maderas provienen de bosques de gestión sostenible, con talas controladas, y que respetan la época de corte. Así, toda nuestra madera cumple la normativa internacional que regula la gestión forestal responsable, procediendo de fuentes sostenibles, certificadas y controladas. Por otro lado, en el caso de los tableros de aglomerado y fibra, nos decantamos por aquellos que se fabrican con los niveles más bajos de emisiones de Formaldehidos, cumpliendo las diferentes normativas E1, E [D2020], CARB2 y EPA. Entendemos que el desarrollo industrial no tiene cabida si no es respetando el entorno y limitando el impacto ambiental.

### ¿De qué manera tiene en cuenta su empresa la nueva tendencia de sostenibilidad que demanda la sociedad y el mercado?

Como filosofía de empresa, Inko realiza una gestión medioambiental en todos sus procesos productivos, no sólo en el uso de las materias primas. Así, desde hace tiempo contamos con un protocolo de gestión de residuos, a través de un Gestor de Residuos autorizado. Disponemos de ubicaciones especiales con contenedores adecuados para la recogida selectiva de cartón, plástico, madera y sus derivados, disolventes y barnices. También controlamos las emisiones de polvo y partículas nocivas, con sistemas de aspiración en toda la fábrica, velando en primer lugar por la salud y seguridad de nuestros trabajadores. Asimismo, hemos cambiado el plástico por el cartón reciclado para el embalaje de nuestros productos.

En cuanto al consumo eléctrico, hemos instalado lámparas LED y, próximamente, colocaremos paneles fotovoltaicos.

### ¿Cuentan con algún tipo de certificación que demuestre el compromiso de la marca con este tema?

Desde hace unos meses estamos trabajando para conseguir la certificación ISO 14001 de Sistemas de Gestión Ambiental. Muchos de los requisitos de esta normativa los venimos cumpliendo desde hace tiempo, por lo que, realmente, en lo que nos hemos centrado ha sido en las tareas necesarias para adquirir la certificación. A principios de septiembre se llevó a cabo la auditoría para la obtención del certificado de sostenibilidad, por lo que estamos a la espera de su emisión.

### ¿Cuál es la vida media de sus productos?

Los productos Inko estimamos que tienen una media de 15-20 años de vida útil, aunque lógicamente depende también del uso y mantenimiento que se le den en cada caso. Se seleccionan rigurosamente con este criterio componentes certificados con la mayor durabilidad del mercado.



### ¿Cómo el ecodiseño de sus cocinas tiene en cuenta el final de la vida útil de las mismas atendiendo a su reciclabilidad y a criterios de economía circular?

Gracias a la selección de nuestras materias primas, cuando se produce el final de la vida de nuestros muebles, es posible reciclar entre el 70% - 90% de éstas. Muchos de los reciclados vuelven a emplearse en la fabricación de nuevas materias primas para nuestro producto. Además equipamos nuestras cocinas con elementos que ayudan a la sostenibilidad, como iluminación led y sistemas de gestión de residuos.

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

## GENEBRE

Genebre ofrece una amplia una gama de soluciones para grifería de cocina que permiten una mayor eficiencia en el consumo de agua y energía, consiguiendo un ahorro de agua de hasta 20 litros por minuto. Así, por ejemplo, su sistema economizador de agua GE-ECO se basa en la limitación de caudal del grifo y en el ahorro de energía. Por su parte, el sistema GE-2P funciona según la posición de la maneta del grifo. En una primera posición consigue un ahorro del 50% de agua, mientras que en una segunda posición funciona a pleno caudal.

Otra de las soluciones de la firma es el sistema de apertura en frío GE-COLD START. Cuando está activado siempre sale agua fría. Esto permite un gran ahorro energético al evitar que las calderas, calentadores o termos eléctricos entren en funcionamiento de forma innecesaria.

Pensando en el modo de vida sana de los usuarios, el Sistema de Declaración y Filtraje de Agua de Genebre consiste en un kit de ultrafiltración bacteriológico. Gracias a su acción, purifica el agua, conservando todos los minerales y propiedades beneficiosas para la salud.

En el proceso de ultrafiltración participan: un cartucho azul con carbón activo de cloro, para el filtrado y retención de olores y sabores, cloro libre, compuestos orgánicos, trihalometanos y DQO. También, un cartucho verde que realiza una ultrafiltración antibacteriológica con una efectividad superior al 99%.

La firma barcelonesa dispone también de aireadores antical, como sus modelos H22x1 y M24x1, economizadores para grifería. Gracias a ellos, las instalaciones ganan mayor eficiencia en el consumo de agua y energía.

En la misma línea, su Serie Tau Cocina es una de las más novedosas y sostenibles de la compañía. Se trata de grifos funcionales, higiénicos, cómodos, móviles, plegables y osmóticos. Están disponibles en los acabados blanco, negro, inox o cromado.

Por su parte, el diseño Monomando de fregadera cartucho de 25 cromado de alta calidad (Referencia 65219 18 45 66) está dotado del sistema GE COLD-START de ahorro de agua y energía. Suministrado con latiguillos de conexión de fácil instalación, este grifo con cartucho cerámico silencioso D25 está provisto de un aireador plástico antical con casquillo de latón cromado. El artículo incluye todos los elementos de fijación. Asimismo, el diseño estilizado de este modelo de grifo sostenible logra transformar cualquier cocina en un espacio con personalidad propia.



Sistema GE-ECO.



Sistema GE-COLD START.

[www.genebre.es](http://www.genebre.es)



Sistema de declaración y filtrado de agua.



Serie Tau Cocina.

## ICA

Actualmente, la decoración se guía por los conceptos fundamentales del diseño, el rendimiento y la sostenibilidad. De esta manera, y siguiendo los requisitos de funcionalidad y practicidad, los materiales se vuelven súper resistentes, de gran impacto estético y altamente sostenibles.

En esta línea, el equipo de I+D de ICA Group ha conseguido alcanzar una importante reto al desarrollar una línea de productos extraordinarios que responde exactamente a las mencionadas características: se trata de sus barnices ultra mates y sostenibles, S-Matt para interiores.

Para responder a las necesidades de acabados de altas prestaciones que requieren las piezas de madera en la cocina, a menudo súper naturales y extra mates, ICA ha desarrollado la línea S-Matt en base agua. Esta gama de barnices responde a la tendencia dominante en el diseño de muebles de superficies “súper mates”, con un “tacto suave” y sobre todo, que presenten capacidad de autoreparación.



Desde la empresa aseguran que los resultados logrados con el desarrollo de esta línea de productos en base agua eran completamente inimaginables, una verdadera utopía hasta hace tan solo un par de años. Con esta nueva gama de producto, ICA Group pone de manifiesto, además, su compromiso con la sostenibilidad. Un tema que constituye un imperativo absoluto para la compañía.

Así, gracias a los nuevos barnices al agua S-Matt las cocinas se vuelven matéricas, sedosas y sensuales para crear ambientes sin reflejos y altamente sostenibles.

El Grupo ICA está presente de forma directa en España a través de la empresa ICA Iberia, que tiene su sede en la localidad castellonense de Benicarló.

[www.icaiberia.es](http://www.icaiberia.es)



## TENDENCIAS

## GAMADecor

La madera de sus cocinas está etiquetada FSC. Sus tableros están compuestos en un 72% por material reciclado. El serrín producido (unos 86.000 kg anuales) se usa para generar energía renovable Biomasa, mientras que las 1.400 tn de residuo de aglomerado se reutiliza para la fabricación de tablero. Otras medidas de Gamadecor en este sentido son la compra de energía de fuentes renovables, o la reducción del uso de plásticos en el embalaje. La firma cuenta con la ISO 14.001 de gestión medioambiental.

[www.gama-decor.com](http://www.gama-decor.com)



## REKKER

Rekker trabaja con proveedores que garanticen una cadena de suministro corta, sin intermediarios innecesarios, que tengan en cuenta la protección de los derechos humanos y del medio ambiente. Proveedores cercanos, con una menor huella de carbono, con certificaciones de empresa demostrables y cuyos productos cuenten con certificados ecológicos y de comercio justo. Rekker ha iniciado los trámites para conseguir el certificado de sostenibilidad de TecNALIA y se plantea como siguiente paso, conseguir la ISO 14.001 para implantar un sistema de gestión ambiental en la empresa, y el PEFC, que asegura que la madera procede de bosques gestionados de manera sostenible. Como ejemplo de cocina duradera y completamente reciclable destaca su modelo Roka (en la imagen). Está realizado en porcelánico con estructuras de aluminio, materiales ambos totalmente recuperables.

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



## ANTALIA

Con el objetivo de lograr reducir cada vez más su impacto sobre el medio ambiente, la marca garantiza que las materias primas con las que trabaja proceden de bosques gestionados de manera sostenible. Asimismo, ha invertido en maquinaria para mejorar la calidad medioambiental de sus procesos productivos, apuestan por el uso de materiales reciclables y sostenibles, y reducen al máximo los residuos generados. En este sentido, aprovechan todos los sobrantes para reintroducirlos nuevamente al proceso de producción. Y aquello que no pueden volver a usar o reciclar, se reaprovecha para generar energía mediante combustión, especialmente en el caso de los residuos de madera. En este sentido, aseguran que la quema de madera tiene un efecto de carbono neutral. Y la industria maderera lo sabe, porque el 75% de la energía que usa para procesar madera de productos secundarios procede de la combustión de sus residuos. Antalia es, además, miembro del consejo PEFC de gestión forestal sostenible.

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





## DELTA COCINAS

Delta tiene proveedores que cumplen sus protocolos de gestión medioambiental, ya sean tableros o derivados de la madera procedentes de bosques con tala controlada; o barnices y lacas libres de tóxicos. Se trata de proveedores que cuentan

con sellos de protección ambiental como PEFC o FSC, de gestión forestal, o de reducción de emisiones de CO<sub>2</sub> como Carbon Trust. Además, dada la cada vez mayor demanda de este tipo de productos, Delta ha lanzado este año la primera colección de mobiliario ecológico que cuenta con materiales no tóxicos, gracias a sus barnices al agua libres de formaldehído.

Delta dispone de la ISO 14001 de gestión medioambiental, así como un protocolo interno de selección de proveedores. A corto-medio plazo, su objetivo es obtener el sello de empresa sostenible.

Además, el fabricante riojano controla las emisiones de gases de efecto invernadero, el consumo de energía y agua, y los residuos generados, con el objetivo de reducir al mínimo su impacto medioambiental. En 5 años, el objetivo de Delta es lograr que el residuo sea 0, reaprovechando los que genere para diversas finalidades, en línea con la economía circular.

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

## SOLA COCINAS

En Sola Cocinas consideran que la cada vez mayor conciencia medioambiental contribuirá a redefinir la manera de considerar y medir el valor de los productos, un proceso que en sí mismo cambiará la naturaleza de los negocios. Aunque la firma no cuenta con ninguna certificación en este sentido, sí procuran que sus productos sean lo más ecológicos en la medida de lo posible.

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



## SAITRA

En Saitra tienen muy claro que contribuir a un modo de vida sostenible y responsable con el medio ambiente es asegurar nuestro futuro. Por eso, hace años que el fabricante aragonés analiza sus procesos y productos para lograr una producción cada vez más limpia, un mayor control de los residuos y el diseño de cocinas que repercutan en el estilo de vida de los consumidores (inclusión de sistemas de reciclaje, reducción del ruido, mejora de la iluminación,...). Además, la firma busca proveedores de maderas de talas controladas, productos de origen natural y bajo impacto ambiental. En definitiva, que dispongan de las máximas certificaciones medioambientales. En la misma línea, en Saitra reaprovechan los residuos para el sistema de calefacción y optimizan los tableros para generar el mínimo desperdicio de material. También disponen de maquinaria para reutilizar sobrantes de plástico y cartón.

A pesar de no contar con ninguna certificación medioambiental, este tema está muy presente en su estrategia empresarial. Así, por ejemplo los materiales de sus cocinas (PET, Fénix, etc) ofrecen cada vez un mayor grado de reciclabilidad.

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

## TENDENCIAS

### FRECAN LANZA UN CATÁLOGO INTERACTIVO DE CAMPANAS

Freca ha lanzado su nuevo catálogo interactivo de campanas extractoras. En este muestrario, visual, atractivo y fácil de consultar, se incluyen todas las últimas novedades de todas las gamas de la marca, con imágenes, informaciones técnicas, y más contenidos de interés para todas las personas interesadas: la gama Silencio y su sistema Fonotechnology; sus campanas de superficie Flow, integradas en la placa de cocina; y las campanas de techo y pared. El catálogo también reseña las campanas de integración de Freca, así como las de isla. Por último, también se muestran los productos de la gama Urban.



### ALVIC, PREMIO ANDALUCÍA MANAGEMENT 2020

Los Premios Andalucía Management han premiado en su décima edición la labor desarrollada por las empresas Grupo Iturri, Silbon y Grupo Alvic. Ha sido en las modalidades Empresa Familiar, Responsabilidad Social Empresarial y Desarrollo Empresarial, respectivamente. El jurado ha concedido el Premio al Desarrollo Empresarial al Grupo Alvic como reconocimiento a su crecimiento de volumen de negocio, rentabilidad sostenida durante los últimos años. Además de su afán permanente de mejora de los productos, de los procesos y de una política de reinversión de los beneficios para dotar a la empresa de la tecnología

más avanzada. Esto ha contribuido a mejorar la calidad, la competitividad y la versatilidad del grupo. Y ello, tanto en el sector del mueble como en proyectos de decoración de interiores.

### KVIK APUESTA POR ESPAÑA

Kvik, multinacional danesa que diseña y fabrica cocinas, baños y armarios, está en pleno proceso de expansión internacional y mantiene firme su apuesta por España como mercado estratégico en el sur de Europa. Como parte de este plan de expansión Kvik está entrando con fuerza en el mercado español siguiendo un modelo de tiendas franquiciadas. Las ciudades de Madrid, Barcelona, Valencia, Málaga, Sevilla y Bilbao están entre sus objetivos. Actualmente, Kvik cuenta en España con flagships stores en Madrid y Barcelona.



### ECOBOARD DE SONAE ARAUCO, SIN FORMALDEHÍDO

La marca Ecoboard, de Sonae Arauco, nace en el marco de la estrategia de negocio de la compañía asociada al respeto por el medio ambiente y al desarrollo de soluciones derivadas de la madera que ayuden a mejorar la vida de las personas. Así, se trata de una gama completa de productos de aglomerado de partículas (PB), MDF y OSB que llevan resinas sin formaldehído añadido en el proceso de fabricación. La importante empresa en la producción de paneles

derivados de la madera ha sido la primera del mercado, según afirman, que ha puesto a disposición de los consumidores, de manera transversal, productos sin formaldehídos añadidos en toda la gama de construcción y mobiliario.

### CONTROL DE CALIDAD EN MENAGE CONFORT

Menage Confort se enorgullece de la calidad que ofrece en sus productos, cumpliendo con todos los estándares. Esta calidad, tal como afirman desde la compañía, es fruto del esfuerzo de muchos trabajadores y de un exhaustivo proceso de análisis y control. El departamento de Calidad asegura que se cumplen todos los requisitos necesarios para realizar un artículo que cumpla con las expectativas y exigencias del cliente, en montaje, aspecto y funcionalidad. Así explica en una entrevista en la web de la empresa, Pedro Tejedor Vela, responsable de Calidad y Medioambiente de Menage Confort desde el año 2000.

### III CONCURSO ANTALIA DECORA

Comprometidos con el talento joven, Antalia Cocinas lanza, una vez más, el concurso Antalia Decora con el objetivo de impulsar la creatividad de los estudiantes. Hay mucho que ganar en este reto. En juego está ganar seis meses de prácticas en Antalia Cocinas y hasta 3.000 euros de premio.

La tercera edición del concurso Antalia Decora propone un planteamiento teórico-práctico sobre cómo serán las cocinas del futuro más inmediato tras la llegada a nuestras vidas del Covid-19. El confinamiento y la nueva normalidad ha cambiado a los usuarios, los hábitos se han transformado y se han detectado nuevas necesidades. El desafío consiste en reflejar todo esto en la concepción de una cocina.

# blink



Mira el video  
[youtube.com/scilmscilm](https://www.youtube.com/scilmscilm)



Con el **nuevo gancho magnético blink** ahora soltar y colocar el zocalo de la cocina es un juego de niños.



## **blink. Para soltar el zócolo en un momento.**

¿Siempre has pensado que limpiar debajo de la cocina es complicado? Desde hoy, es un juego de niños: **blink** es el exclusivo gancho magnético Scilm que te permite realizar esta operación de manera autónoma y llegar a los puntos más difíciles para una limpieza más frecuente, pero también más eficaz.

| **PRÁCTICO MONTAJE Y DESMONTAJE** | **HACE MÁS RÁPIDA LA LIMPIEZA** |  
| **MEJORA LA HIGIENE** | **ADECUADO PARA CUALQUIER TIPO DE PATA Y ZÓCALO** |

Tomás Eceiza Castillo - D,tec - Agente para España y Portugal  
T. +34 943.30.83.25 - F. +34 943.30.81.62 - E. [tomas@dtecsl.com](mailto:tomas@dtecsl.com)

**scilm**<sup>®</sup>  
[ FURNITURE TECHNOLOGY ]

### SISTEMA DE SECADO NATURDRY DE WHIRLPOOL

Whirlpool incorpora el nuevo sistema de secado NaturalDry al acreditado rendimiento de limpieza de sus lavavajillas. Este nuevo método de secado, disponible en el modelo WFC 3C26 P X, asegura la máxima eficiencia. Una vez finalizado el ciclo de lavado, NaturalDry abre la puerta del lavavajillas automáticamente unos 10 cm para permitir la entrada de aire natural. Así, mejora y acelera el proceso de secado. Este sistema aumenta la eficiencia de secado del lavavajillas hasta un 45% y ofrece una mejor eficiencia energética del electrodoméstico, ya que puede reducir el consumo de energía hasta un 15%. Así, gracias al nuevo sistema NaturalDry, lavar los platos es incluso más fácil que antes.



### BAJADA DE LAS EXPORTACIONES ESPAÑOLAS DE MUEBLES EN LA PRIMERA MITAD DE 2020

La Asociación Nacional de Industriales y Exportadores de Muebles de España (ANIE-ME) constata que durante los seis primeros meses de este año, se observa un fuerte retroceso tanto de las exportaciones como de las importaciones de mobiliario en España a consecuencia de la crisis del Covid-19. Así, las exportaciones españolas de mobiliario bajaron un 21,5% con respecto al mismo periodo del año anterior, con una cifra de 888,4 millones de euros. Por su parte, las

importaciones disminuyeron un 26%. La práctica totalidad de las comunidades autónomas mostraron drásticos descensos en sus ventas al exterior en este cuatrimestre. Las comunidades autónomas más exportadoras, como la Comunidad Valenciana, Cataluña o Andalucía, son las que sufrieron una mayor caída

### NUEVOS HORNOS DE PANDO

Pando lanza una nueva colección de hornos que destacan por su cuidado diseño, elegante y versátil, y por sus prestaciones. Esta nueva colección está compuesta de tres hornos de 60 con capacidad 70 l, otros tres hornos de 45 con capacidad 44 l, un microondas de 22 l y un calentaplatos. Entre ellos destaca el modelo PHTV 942, un horno multifunción de última generación que además es un horno de vapor. Esta nueva gama de hornos ofrece alrededor de un 20% más de calor que los modelos anteriores gracias a su función de calor envolvente. Ésta garantiza una distribución uniforme del calor y un efecto homogéneo en todos los platos. Además, sobresale también su mayor capacidad de cocinado debido a las mejoras de la amplitud del interior.



### RESULTADOS BLUM 2019-2020

El Grupo Blum logró cerrar el año fiscal 2019-2020 con un volumen total de ventas de 1.906,92 millones de euros, lo que representa un aumento de 14,90 millones de

euros (+0,8%) en comparación con el año anterior. Y todo ello en un momento complicado en el ámbito internacional, lleno de incertidumbres debido a la actual crisis sanitaria provocada por la pandemia del Covid-19. Asimismo, Blum acabó el año fiscal con una plantilla de 8.349 personas.

### FABER ESTRENA CATÁLOGO

Faber-Cobain ha publicado su nuevo catálogo 2020/21. En este nuevo documento se presentan muchas novedades de producto y una tecnología renovada. En él se puede destacar las nuevas campanas que analizan la calidad del aire de manera automática, así como las que eliminan el problema de la condensación. El nuevo catálogo de Faber incluye también muchas novedades en campanas de integración. Las campanas de techo también están dentro del muestrario de novedades de Faber.



### VENTAS DE MADERA Y DERIVADOS

Según AEIM, Asociación Española del Comercio e Industria de la Madera, las cifras de venta de maderas y derivados durante los meses de verano (desde junio hasta septiembre) han sido similares a las del año pasado. La evolución positiva en estos meses se ha establecido descontando clientes parados. Especialmente los que trabajan para ferias y eventos, así como el sector de la decoración de interiores, y el contract, que también está sufriendo una mala situación.



La Marca líder en cocinas alemanas al mejor precio.



Busca tu tienda èggo más cercana, juntos daremos forma a la cocina de tu vida:

- Madrid C.C La Gavia
- Madrid C.C La Dehesa
- Madrid C.C Parque Oeste
- Madrid C.C Las Mercedes (apertura nov. 2020)
- Zaragoza C.C Puerto Venecia
- Bilbao - Barakaldo C.C Megapark
- Logroño C.C Parque Rioja
- Valencia - Sagunto C.C Vidanova
- Almería C.C Torrecárdenas (apertura nov. 2020)

Encuentra más inspiración en [eggo.es](https://www.eggo.es)



## ERRORES A EVITAR EN LA REFORMA DE LA COCINA

AMC ha identificado los seis errores más frecuentes que se cometen al realizar la reforma de una cocina, de manera que los usuarios eviten cometerlos. Son estos:

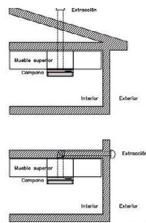


### 1- No poner la reforma de la cocina en manos de un profesional.

Para realizar una reforma es imprescindible contactar con un profesional que pueda realizar un proyecto personalizado y adaptado a las necesidades individuales. El profesional asesorará en base al presupuesto y logrará que se optimice tiempo y costes, ya que se minimizan los errores. Es fundamental confiar en él y asegurarse de que entiende a la perfección qué es lo que se desea. Será posible comunicarle las necesidades, y él hará preguntas para conseguir la cocina más práctica y funcional, a la par que estética, posible.

Esas preguntas estarán relacionadas con los hábitos de vida y consumo, como los movimientos que el usuario realiza en las tareas en la cocina, para alcanzar la distribución y el espacio de almacenaje que se necesita y conseguir una cocina cómoda y adaptada a sus propietarios. También se incluyen temas como el tipo de residuos que se generan en el hogar y cómo se quieren gestionar. O el tipo de cocinero que se es. Es decir, si se cocina lo justo en casa o se necesitan las máximas prestaciones de electrodomésticos -casi profesionales- adaptados al ámbito doméstico. O si hay que poner muebles a diferentes alturas para mantener una buena ergonomía y así evitar dolores de espalda o musculares, por ejemplo.

### 2- Olvidarse de los conductos a la hora de la reforma.



Uno de los errores más comunes es no tener en cuenta los conductos a la hora de configurar la cocina. La eficacia de la aspiración y reducción del ruido del aparato extractor depende principalmente del trayecto y longitud de salida al exterior. Para una extracción eficiente, el sistema de conductos

debe ser lo más corto y recto posible, a través de paredes lisas y con la menor cantidad de curvas posible. Expertos de AMC aseguran que lo ideal es que el conducto sea lo más ancho que permita la ley, siempre teniendo en cuenta las recomendaciones del fabricante de la campana.

### 3- No tener en cuenta las necesidades técnicas de los electrodomésticos.

A la hora de diseñar el proyecto de reforma, normalmente se tiene en cuenta la comodidad y la estética, sin contar con las necesidades técnicas de cada electrodoméstico. Se tiende a configurar la cocina basándose en las medidas del mobiliario y electrodomésti-

cos, pero la gente no suele percatarse de la importancia de las fichas técnicas. No conocer las características de los nuevos electrodomésticos que se



van a instalar es un gravísimo problema, ya que muchos de ellos necesitan rejillas de ventilación, huecos de encastre, alturas mínimas de zócalos, ancho de muebles mínimos, instalaciones de agua o eléctricas y diámetros de salidas de humos. Además, hoy en día, los electrodomésticos presentan sistemas innovadores que pueden conducir a error. Por ejemplo, muchos no añaden tomas de agua para hornos y frigoríficos, tomas de agua caliente también para lavavajillas, tomas eléctricas para trituradores, calentaplatos, envasador al vacío... Se trata de detalles esenciales que hay que definir antes de comenzar la obra.

**4- Barreras arquitectónicas: qué se debe tener en cuenta.** Es frecuente que, si la persona que lleva a cabo la reforma no es profesional, olvide tomar ciertas medidas y se le escapen ciertos detalles relacionados con la estructura arquitectónica de la habitación. Lo más habitual es no tener en cuenta ciertos elementos, como alturas de ventanas, falsos techos, rodapiés, profundidades de tabique... Y son fundamentales para después hacer un buen diseño de la cocina.

### 5- No tener en cuenta todos los detalles al abrir la cocina al salón.

Derribar los tabiques que separan la cocina de otras estancias de la casa es una de las reformas más recurrentes para ampliar cocinas pequeñas, dar sensación de amplitud y ganar espacio. Sin embargo, se trata de una de las remodelaciones que más complicaciones conlleva. Esto se debe a que muchos no planean una zona de aguas en otra estancia de la casa y esto es necesario para esta obra, sobre todo si se pretende mover los electrodomésticos.

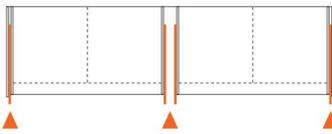
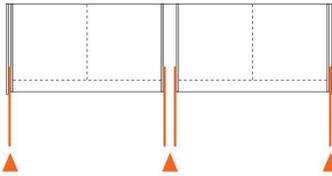
Otro error relacionado con las cocinas abiertas es no prevenir espacios por si se quieren poner puertas escamoteables, de cara a que en algún momento se quiera aislar la cocina del salón, por temas de independencia, ruidos, trabajo...

**6- Dejar el diseño para el final.** A la hora de realizar una reforma hay dos perfiles imprescindibles: el profesional de cocinas y el reformista. Pueden ser una misma persona, pero en caso de no ser así y contar con dos profesionales diferentes, ambos deben estar en contacto continuamente. Sin embargo, lo más habitual es que primero se haga la reforma y luego el diseño de la cocina. Esto conlleva muchos problemas para realizar el diseño más apropiado. Porque, o no se pueden realizar cambios a posteriori o, si se puede, son muy costosos en tiempo y forma. Es imprescindible que estén bien engranados los elementos estructurales de la reforma con el diseño final.

# Exedra

## SISTEMA PARA PUERTAS ESCAMOTEABLES

Elegancia y practicidad, optimizando los espacios.



Exedra es un sistema para puertas escamoteables que, siendo dotado de un amortiguador magnético, permite obtener un movimiento amortiguado óptimo, fluido, perfectamente equilibrado y sin ningún ruido, independientemente de la fuerza aportada a la puerta en fase de retorno.

Exedra permite una perfecta optimización del espacio y puede ser utilizado en innumerables aplicaciones.



salice.com

# SALICE

## AMC SE ADHIERE AL PLAN DE RECUPERACIÓN DE LA CONSTRUCCIÓN

Diversas empresas y entidades relacionadas con la construcción en España, entre ellas AMC, reclaman un Plan de Recuperación para el sector. El objetivo es subrayar el papel de las mismas en la reactivación económica posCovid-19, y solicitar actuaciones que les permitan acelerar su actividad.

Así, en el comunicado conjunto titulado *El sector de la construcción y la edificación como motor económico y de modernización del país*, se señala la necesidad, para superar la crisis económica derivada del coronavirus, y tal como lo aconseja la Unión Europea, de poner en marcha una ola de renovación inmobiliaria que, además, vaya destinada a cumplir los Objetivos de Desarrollo Sostenible de la Agenda 2030. Todo ello, teniendo en cuenta que los edificios son los mayores consumidores de energía de la UE y responsables del 36% de las emisiones de gases de efecto invernadero. Este comunicado, además de por AMC, ha sido suscrito por la Confederación Nacional de la Construcción (CNC), el Consejo Superior de los Colegios de Arquitectos de España (CSCAE), la Asociación de Promotores Constructores de España (APCEspaña), CCOO y UGT, y el Consejo General de la Arquitectura Técnica (CGATE)

Los firmantes del documento reclaman el apoyo inicial y urgente de las administraciones, con actuaciones que impulsen y multipliquen la inversión privada con fondos públicos, hasta que puedan ser sustituidos o complementados por los programas de la Unión Europea. Acompañados por medidas fiscales, teniendo en cuenta que el retorno fiscal y el ahorro en prestaciones de desempleo por la actividad generada garantizan su recuperación sin incrementar la deuda pública final. Y fomentando la colaboración público-privada, complementadas con medidas normativas.

En consecuencia, las entidades que suscriben este documento reclaman que el Plan de Recuperación contemple las medidas y recursos necesarios para que el sector de la construcción y la edificación no se ralentice. Más bien, que acelere su actividad y pueda desarrollar todo su potencial respondiendo a las necesidades de rehabilitación y renovación urbana, acceso a la vivienda, de acuerdo con las directrices de la Agenda Urbana Española. Creando empleo de calidad y contribuyendo de forma decisiva a una rápida recuperación económica de nuestro país.

## ALTAS DE ASOCIADOS EN AMC

Desde la publicación del último número de COCINA INTEGRAL se han producido cuatro nuevas incorporaciones, por lo que el total de miembros asociados a AMC asciende a 96 (se puede ver el listado completo al final de esta revista).

Las nuevas firmas asociadas son:

- **NASA KITCHEN.** Nasa, empresa situada en la localidad cordobesa de Lucena, estudia en cada proyecto cómo crear un espacio funcional y ergonómico, que aporte además una óptima visibilidad, accesibilidad e iluminación. Este 2020, estrena cambio de imagen, renovación de exposición, nueva web y nuevas instalaciones para mejorar la forma de suministrar cocinas y gestionar procesos.
- **COCINAS CIMCO – COCINET.** Tipo A.3. Esta empresa familiar sevillana, conducida por Fernando David Rodríguez Sánchez, fabrica muebles de cocina desde hace más de 35 años, conscientes en toda su andadura de la importancia que tienen los estándares de calidad y profesionalidad en todo su proceso productivo.
- **ESSENZA COCINAS.** Tipo A.3 Ubicada en Valencia, es la evolución de una tradición familiar cuyo origen en el sector de la carpintería, y especializados en el mueble de cocina, viene desde hace más de 70 años. La marca “Essenza” une el saber hacer de grandes fabricantes con la cercanía y experiencia de tratar con los clientes en el día a día. Conociendo sus necesidades y estilos, ofreciendo proyectos personalizados y a medida y cuidando los pequeños detalles.
- **MÁRMOLES SOL.** Tipo D. Empresa familiar creada en 1985 por Ignacio García Cruz y en la que hoy en día cuenta con el apoyo de sus dos hijas, Carmen María y Mariola. Día tras día, la compañía se ha mantenido fiel a sus principios, conservando la calidad de sus productos, centrando sus esfuerzos en seleccionar los mejores bloques, asegurando así una mayor durabilidad y siendo un referente nacional en el sector del mármol para la fabricación de encimeras de cocina.

# ILUMINACIÓN CONTRA BACTERIAS Y VIRUS



## UV-A 405 nm

Fuente de luz con emisión fija UV-A 405 nm.



## Dual UV-A

Fuente de luz con emisión conmutable de UV-A 405 nm y Natural White 4000K.



## Dual Blue

Fuente de luz con emisión conmutable Blue Light 465 nm y Natural White 4000K.



Simulación de Bali en estante con Dual UV-A.



Simulación de Kiton en cajón con Dual Blue.

## UV LIGHTING

La atención constante de L&S hacia nuevas soluciones de iluminación integradas tiene como objetivo hacer que los lugares donde pasamos la mayor parte de nuestro tiempo sean cómodos y seguros.

Hoy, atendiendo al creciente interés por la higienización de ambientes, L&S amplía su programa "Lighting Intelligence" ofreciendo una selección de lámparas lineales equipadas con módulos LED específicos que, en una única solución, permiten alternar luz blanca y función bactericida, sin la necesidad de añadir dispositivos externos.

**L&S**

L&S ITALIA SpA Via L. Zanussi, 8 33070 Maron di Brugnera (PN) - Italy  
Ph: (+39) 0434.616611 info@ls-light.com www.ls-light.com

**d\_tec**

Agente Tomás Eceiza Castillo Plaza Iribar nº2 - 2º Oficina 9 20.018  
San Sebastián Ph: (+34) 943.308325 tomas@dtecs.com

# BALANCE 2015-2020

**A**MC ha alcanzado este septiembre la cifra de 96 asociados, superando el número máximo de 94 miembros de su historia, logrado en 2007, y después de la fuerte caída de 2015, que dejó a AMC con 26 empresas. Desde entonces hasta ahora han pasado cinco años en los que hemos conseguido crecer hasta situarnos muy cerca de los 100 socios. Estos datos no dejan de ser números, pero también son esfuerzo, logros y metas. Para seguir luchando y creciendo, para construir y unir, para servir como punto de encuentro del sector y elemento de cohesión para las empresas que lo forman. Solo de esta manera AMC estará en mejor posición para promover y defender los intereses del sector de equipamiento de cocinas.

En todo este tiempo, la asociación se ha financiado principalmente con las cuotas de los asociados, unas cuotas que se modificaron para que cada uno aportara en función de su facturación. También se modificaron los estatutos para abrir AMC a más subsectores y que todos pudieran tener cabida, para ganar en representatividad.

Asimismo, en la nueva etapa iniciada hace cinco años, se apostó por la transparencia y por la cercanía entre sus miembros. Por eso comenzaron a celebrarse reuniones y jornadas en las sedes de los asociados, para que todos pudieran conocer los proyectos en marcha, incentivando encuentros en los que los profesionales del sector pudieran conocerse e intercambiar impresiones sobre las cuestiones importantes. Vital en todo este proceso ha sido el papel protagonista de la gestión y dedicación de la Junta Directiva, al servicio del interés común.

Hemos tratado de ser una organización dinámica y proactiva, con propuestas para los problemas reales de las empresas. Se ha querido llegar al consumidor final y al prescriptor para que interiorice que comprar cocinas fabricadas en España, fomentar **la buena cocina hecha en casa**, no solo le proporciona una cocina de calidad con muy buen diseño a un precio razonablemente bueno, sino que ayuda a que haya sector y con ello contribuir en un 0,09% al PIB de este país.

Las empresas han hecho grandes esfuerzos por mejorar todas las variables que actualmente hay que tener en cuenta para sobrevivir y tener éxito en un mercado tan exigente. Ya no se trata solo de

mejorar la capacidad productiva e instalada, que también, sino de tener en cuenta todos los escenarios en los que estar activamente presentes. Y las estadísticas nos dan la razón. Del 0,43% del PIB que supone la totalidad del sector del mueble, el de cocina ocupa dentro de este un 22,5%, cuando hace 5 años era un 17%.

Al plan de comunicación antes mencionado, ha ayudado mucho el buen posicionamiento de la revista Cocina Integral que ha potenciado estratégicamente su parte digital, y constituye el medio de información más representativo del sector.

Desde hace años, una herramienta clave de AMC para dar notoriedad al sector es la feria SICI. Gracias a la apuesta de Feria Valencia y su buena labor, se ha relanzado este evento como punto de encuentro y escaparate del sector de equipamiento de cocina en España. Siendo una feria local, los objetivos para con ella se han cumplido. No todas las ferias pueden ser Eurocucina, sobre todo si tenemos en cuenta que el peso de la industria del mueble italiana sobre el PIB es de casi el 5%, frente al 0,43% de nuestro país. Si de ese 0,43%, el 22,5% es del subsector de mobiliario de cocina, teniendo en cuenta estos datos, cada uno puede sacar conclusiones de si la feria es representativa o no.

Han pasado más de 42 años de la fundación de AMC en Madrid, con unos principios muy nobles recogidos en el Acta de Constitución el 21 de abril de 1978. Entonces, las firmas constituyentes acordaron “agruparse constituyendo una Asociación de Fabricantes de Muebles de Cocina que, sin ánimo lucrativo”, viniese a “coordinar iniciativas, sugerencias e ideas que, llevadas a efecto, redunden en beneficio del sector.”

Esos principios continúan hoy muy vigentes, por ello, desde AMC trabajamos todo lo posible y en lo que podemos acometer, con multitud de proyectos en marcha y a futuro, para ayudar a que las empresas de equipamiento de cocina estén unidas para decidir hacia dónde llevar a este sector. Porque, como decimos siempre: “ninguno de nosotros es tan bueno como todos nosotros juntos”.



# **FREEspace** maravillosamente pequeño – sencillamente potente. Fuerza milagrosa para puertas elevables.

**Más pequeño puede ser más fuerte, más fuerte puede ser más fácil - más fácil puede ser mejor, y mejor puede ser más rentable.**

FREEspace – el pequeño y compacto milagro de fuerza, que se diferencia significativamente en tamaño, diseño y tecnología de las soluciones habitualmente disponibles en el mercado hasta ahora, y que todavía ofrece un extra en función práctica.

¡FREEspace simplifica el montaje! ¡FREEspace optimiza y acelera el ajuste!

¡FREEspace puede hacer por sí solo todo para lo que hasta ahora se necesitaban dos gamas de producto!



# La **OMNISCANALIDAD** llega a las tiendas a golpe de pandemia

DURANTE LA FASE DE CONFINAMIENTO DE LA PASADA PRIMAVERA, CON LAS TIENDAS CERRADAS, MUCHOS ESTUDIOS DE COCINA PUDIERON SEGUIR ATENDIENDO A SUS CLIENTES A TRAVÉS DEL TELÉFONO Y DE INTERNET.

A los que cuenten con algunos años a cuestas, les sonará el dicho de “la letra con sangre entra”...aplicado a unas prácticas educativas ligeramente distintas a las del actual modelo pedagógico. El caso es que hace referencia al aprendizaje por razones de fuerza mayor o cuando no queda más remedio. En este contexto es en el que los orientales se refieren al término crisis, en la acepción de oportunidad. Y es que cuando no nos queda otra es cuando buscamos todo tipo de soluciones para resolver la situación crítica.

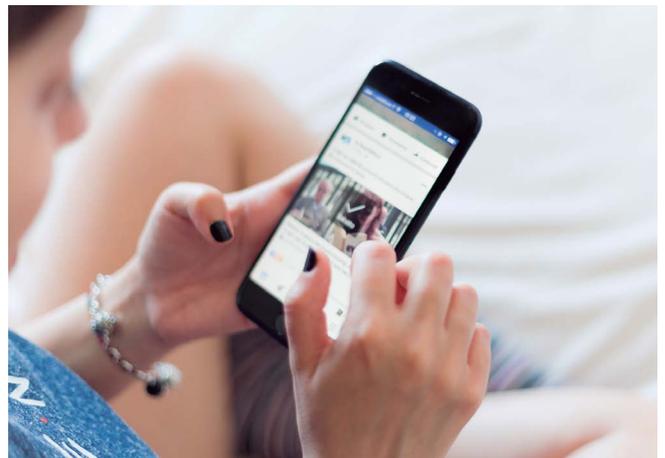
Hace mucho tiempo que Internet se instaló en nuestras vidas y en nuestro día a día, y hace también tiempo que en el comercio se habla de omniscanalidad, sobre todo, desde que la venta online llegó para quedarse. Pues bien, podemos decir que la pandemia ha traído bajo el brazo un máster sobre omniscanalidad para el comercio.

## EL CONCEPTO DE OMNISCANALIDAD

Pero ¿qué se entiende por omniscanalidad? El concepto es bien sencillo y los que estudiaron latín en el bachillerato, (sí, esa asignatura que decían que no servía para nada) juegan con ventaja: porque la palabra omniscanalidad deriva de dicha lengua clásica y quiere decir que hay que estar presente en todos los canales. El concepto podríamos pensar que está vinculado a Internet, incluso algunos podrían creer que de lo que se trata es de que hay que vender en la red. Pero no, se trata de un concepto holístico y que recuerda a los vendedores la conveniencia de estar presentes en todos los canales y eso quiere decir también en los que aún no conocemos, en los que vendrán en el futuro. Por tanto, ya implica una mentalidad espabilada, abierta, proactiva, de pensar más allá, de ver cómo se puede mejorar y llegar a más clientes.

El concepto de omniscanalidad posee como un halo celestial, porque estar en todas partes, tener ese don de la ubicuidad (en este caso referido a los cauces comerciales), es más propio de la divinidad

Sin embargo, es verdad que lo que toca ahora es trabajar para potenciar nuestra imagen y nuestros productos en los canales mayoritarios y más conocidos. En este sentido nos encontramos con la tienda física, como es lógico. La tradicional viga maestra del negocio de distribución minorista. Por eso, hay que examinar cómo son nuestras tiendas y si están lo suficientemente preparadas para que el cliente se encuentre a gusto y seguro, especialmente ahora con el Covid.



De las consultas a Internet, el móvil es el dispositivo que se lleva la palma.

**GENEBRE**

*Feel the Water*





*Independientemente del canal, el espíritu de servicio del comercio ha de seguir estando presente para asegurar el éxito.*

Al principio de este texto hemos mencionado lo intrínsecamente unida que se halla nuestra sociedad al fenómeno de internet. También los que no forman parte de las generaciones de nativos digitales. Y esta omnipresencia digital irá a más. Especialmente ahora, cuando el 5G comience a ser una realidad mucho más amplia, con nuevas y beneficiosas aplicaciones prácticas para nuestros quehaceres cotidianos.

En este panorama la venta online se ha visto claramente reforzada. Durante la cuarentena, las ventas por Internet salvaron la papeleta a muchos comerciantes, además de a numerosos usuarios que no tenían otro medio para comprar los productos que necesitaban o se les antojaban. Llegados a este punto habrá quien diga que no se venden cocinas por Internet...¿Seguro? Como todo en la vida, hay una enorme paleta de grises entre el blanco y el negro, además de infinitud de colores.

Con ello queremos decir que esa postura que tan clara estaba hace unos años, comienza a desdibujarse...Primero, porque la gente busca cocinas por Internet, consulta las webs de los distribuidores y diseña-

dores para tomar nota de sus proyectos, se conecta a las webs de los fabricantes para conocer sus colecciones, y mira las redes sociales para ir conformando su gusto y crear en su mente el modelo de cocina ideal que quiere o necesita.

Por eso, nadie hoy puede permitirse el lujo de no aparecer ni estar presente en este primer paso del proceso de compra de una cocina. Aquí, hay mucho trabajo que hacer, no sólo buscando buenos productos, sino sabiéndolos posicionar adecuadamente en ese mar inmenso que es Internet.

Luego, no se puede estar en Internet de cualquier manera. Si se está presente, ha de ser en condiciones y con todas las consecuencias. Ello implica que ha de facilitarse la comunicación fluida y directa con el posible cliente a través de todos los cauces posibles. Ello implica en primer lugar una web atractiva, clara, el teléfono, la dirección física, el mail, whatsapp, las redes sociales, cuestionarios online...Y en esta comunicación, el trato ha de ser exquisito, demostrando los valores de servicio tradicionales del comercio. En este sentido, la rapidez de respuesta, la cercanía y las facilidades de comunicación crearán la confianza necesaria para que el cliente contemple seriamente nuestra opción.

Lo avances tecnológicos son tales que el usuario puede ahorrarse incluso muchos desplazamientos al estudio. Hablamos de las video-llamadas, pero también de los programas de diseño y los renders que pueden ayudar a materializar la idea de cocina del futuro comprador. Y todo ello, a través de cualquiera de los canales existentes, ya sea la tienda física o a distancia, utilizando cualquiera de las plataformas que la conectividad nos permite.

Podríamos pensar que la tecnología nos hace la vida más fácil. Y es así en la mayoría de los casos. Sin embargo, para los comerciantes, podríamos decir que se la ha complicado, porque han de unir a la experiencia de compra de sus establecimientos físicos tradicionales, el mismo nivel de excelencia pero en el resto de canales. Ello implica más trabajo y esfuerzo y requiere inversión en recursos. Pero no queda otra si lo que queremos es asegurar el futuro de nuestros negocios y darle al consumidor aquello que pide en cada momento.

En las páginas siguientes ofrecemos detalles de cómo han hecho frente y siguen afrontando la actual situación algunos destacados actores de la distribución mueblista de cocinas.

## DECORACTIVA

Como nos comenta Roberto Pérez (en la imagen), Gerente de Activa Hogar, sociedad a la que pertenece Decoractiva, el estado de alarma afectó especialmente al canal de las tiendas de muebles de cocina. No hay que olvidar que durante el confinamiento se produjo el cierre físico de establecimientos y se prohibieron las reformas en las viviendas. Además, se trata de una actividad en la que, al tratarse de proyectos, apenas existe venta online. A pesar de ello, Decoractiva aprovechó la cuarentena, dado el aumento del uso de redes sociales y de internet, para lanzar su nueva imagen de marca y una nueva web. Según Roberto Pérez, *pensamos que era una vía para acercarnos más a nuestro público objetivo y reforzar la imagen de las tiendas Decoractiva.*

Igualmente, Decoractiva reforzó la atención telefónica de sus tiendas y almacenes regionales, para dar respuesta inmediata, cercana y profesional a las consultas de los clientes. Desde la enseña aseguran que el trato personal ha beneficiado mucho a las tiendas de barrio, ya que toda la incertidumbre generada ante la situación (pedidos, proyectos nuevos y en proceso, etc.) era respondido de manera inmediata por un profesional.

Después de algunos meses tras el confinamiento la pasada primavera, en Decoractiva constatan la rápida recuperación que está experimentando el sector de la reforma. En este sentido, como apunta Roberto Pérez, *el estar más tiempo en casa ha hecho ver a la gente que tenía algunas carencias en el hogar y eso les ha llevado a plantearse la necesidad de adecuar su vivienda, para poder llevar con más comodidad un posible futuro confinamiento.*

Otro de los aspectos que mayor relevancia ha cobrado con la pandemia es el de la importancia de Internet. Para Decoractiva -explica Roberto Pérez- *el canal online es una ayuda fundamental para dar a conocer nuestras tiendas, nuestro producto, nuestros servicios, en definitiva, todas las ventajas de cambiar la cocina con la ayuda de especialistas. Por eso seguimos apostando por las redes sociales, con perfiles muy activos en Instagram, Pinterest, Facebook y Twitter, así como nuestro blog, donde publicamos recetas, consejos, ideas, novedades y muchos contenidos más a través de los cuales estamos consiguiendo una masa social seguidora de Decoractiva muy extensa. Se trata de ubicarnos en la mente de nuestro público objetivo, y para este fin el canal online es fundamental.*

Por eso, desde Decoractiva aseguran que están preparando nuevas herramientas de diseño y de comunicación con sus clientes, que conseguirán conectar el mundo online con la tienda física no como competencia de ellas, sino como una colaboración total y absoluta entre ambas partes.

Como enseñanza de esta pandemia en Decoractiva tienen muy claro que no podemos permitirnos el lujo de acomodarnos o estancarnos. En este sentido, explican que cualquier situación inesperada (una pandemia, una crisis económica, o las dos, como ha sido en este caso), *puede hacer tambalear nuestros negocios. Por eso, hay que estar preparados y abiertos a buscar soluciones ágiles y novedosas, así como no tener miedo a los cambios, que finalmente nos hacen más fuertes.*



## ÈGGO KITCHEN HOUSE

Como nos explica Alberto Terán (en la imagen), Director de Marca de èggo Kitchen House España, la crisis del coronavirus, esta pasada primavera, afectó a la actividad comercial que, con las tiendas cerradas, bajó casi a “cero”. Sin embargo, para contrarrestar esto, la enseña ofreció a sus clientes la posibilidad de ser atendidos y realizar sus proyectos de forma virtual.

Con la reapertura de las tiendas se produjo un repunte de ventas interanual en los meses de junio, julio y agosto. Ahora -explica Terán- el mercado se está estabilizando y encontramos un comprador mejor informado, que valora más la calidad y una forma profesional de ser atendido. Esto nos ofrece una ventaja ya que nuestro modelo se basa en estos elementos.

Al contrario de lo que pueda parecer, el confinamiento tuvo efectos positivos para la enseña, que dotó a sus equipos de venta de herramientas y sistemas para poder seguir atendiendo a los clientes desde casa. Además, èggo reforzó su comunicación digital y web con contenidos de consulta, decoración, consejos, etc. que fueron muy visitados por el público en esos meses. Igualmente, la pandemia ha obligado a la firma a adelantar algunos proyectos previstos para 2021. Es el caso de un configurador online de proyectos de cocina que permitirá a los clientes iniciar el proyecto desde sus casas y enviarlo a una tienda èggo para continuarlo y cerrarlo de la mano de uno de sus vendedores.

Alberto Terán coincide en señalar que la cuarentena ha llevado a muchos usuarios a tomar la decisión de cambiar aquello que no encaja con su día a día. èggo ha aprovechado esto para adelantar el lanzamiento de nuevos productos con el nuevo catálogo 2021 ya disponible para descargar en su web, y prepara acciones de comunicación y promoción especialmente enfocadas al público que buscaba la reforma de la cocina o incluso de toda su vivienda.



Toda esta crisis ha servido a èggo Kitchen House para tomar buena nota. Como nos cuenta su Director de Marca para España, *todo lo que hemos aprendido, así como la evolución de nuestro modelo de venta, será fácilmente visible en el mes de noviembre, cuando presentemos en nuestras nuevas tiendas de Madrid Las Mercedes y Almería Torrecárdenas una evolución de nuestro modelo de puntos de venta. Así, las nuevas èggo kitchen & House contarán con espacios de trabajo abiertos y digitalizados, una zona de muestras mucho más amplia que permitirá trabajar a varios equipos a la vez sin contacto entre ellos. Esta zona compartirá espacio con una cocina funcional. Además, en la zona central de la tienda los clientes encontrarán pantallas táctiles con herramientas y programas para empezar a trabajar su proyecto y comprobar los posibles resultados en las distintas versiones de frente, tirador, encimera, etc. Todos los equipos de venta trabajarán con equipos portátiles que les permitirán atender a los clientes fuera de los tradicionales espacios de venta y mantener así una mayor distancia de seguridad.*





## MASTERKITCHEN (GRUPO HGM)

Durante el confinamiento la firma entendió que había que reaccionar y prepararse para que en el

momento que abrieran de nuevo las tiendas, estas sirvieran de motor. Por eso les ofrecieron todas las herramientas y formación necesarias para que se adaptasen lo más rápidamente posible a la nueva situación en la que nos encontramos y poder así diferenciarse de la competencia. Así, para no parar la actividad y seguir dando servicio, lanzaron una tienda online y pusieron a disposición de los clientes tanto el número de teléfono de las tiendas como el del almacén, a través de herramientas digitales como redes sociales o la ficha de Google My Business. Una vez reabiertas las tiendas, lanzaron un nuevo lineal, adaptado a la situación, con productos para la prevención del Covid-19. En este sentido, han repartido entre los asociados un dossier para que puedan argumentar los beneficios de productos específicos contra el Covid, como las lavadoras que desinfectan con vapor, frigoríficos con sistemas anti alergias etc. Y desde la cadena aseguran que estos productos están teniendo muy buena acogida por parte de los clientes.

En HGM reconocen que el hecho de contar con herramientas digitales antes de la pandemia permitió seguir trabajando desde casa obteniendo unos resultados positivos. Para los responsables de la empresa, la pandemia les ha unido aún más a los clientes. Además, el hecho de haber trabajado en la viabilidad, la visibilidad y la formación de las tiendas las ha fortalecido.

[www.masterkitchen.es](http://www.masterkitchen.es)

## CADENA ELECCO

A pesar de haberse visto afectados por el cierre de tiendas cuando se declaró el estado de alarma, la reapertura en los meses de junio y julio, permitió a la cadena experimentar un repunte importante de facturación que tuvo continuidad en el mes de agosto. Durante el confinamiento, la plataforma central Coblanca ofreció servicios mínimos, principalmente logísticos, ya que los servicios comerciales quedaron 100% operativos gracias a su herramienta de Pedidos Online. A su vez, se comenzó a implementar la estrategia de aumentar el stock, para poner a disposición de las tiendas, una vez pudieron reabrir, una mayor cantidad de referencias disponibles, con ofertas importantes, y un Catálogo Selección preparado para su uso por las mismas desde el primer día de esa reapertura. Asimismo, durante esta crisis, se puso en marcha un sistema de comunicación fluida entre las plataformas y los puntos de venta, a través del cual se actualizaban las noticias y medidas referentes al canal, y se ofrecían previsiones de vuelta a la normalidad. En cualquier caso, desde Coblanca y Elecco se han duplicado esfuerzos para garantizar a los clientes todos los servicios especialistas que habitualmente son ofrecidos por el grupo.

Para Elecco, la crisis ha propiciado un mayor uso de las herramientas que ya habían desarrollado en materia de digitalización como el mencionado Pedidos Online que incluye potentes motores de búsqueda. También crearon servicios especiales para el punto de venta como el "modo tienda" que facilita el uso de la web frente al consumidor, se multiplicaron los stocks disponibles y se ampliaron las gamas ofertadas.



Como plataforma, la pandemia les ha enseñado la importancia de estar dimensionados adecuadamente para afrontar este tipo de situaciones. A nivel punto de venta, la pandemia ha puesto en valor la importancia para cualquier eslabón de la cadena de pertenecer a un grupo, aprovechar sus sinergias, fortalezas, estrategias, stocks, etc.

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

# Las **SUPERFICIES** de cocina serán sostenibles o no serán

LOS FABRICANTES DE SUPERFICIES DE COCINA ESTÁN IMPLEMENTANDO TODO TIPO DE POLÍTICAS MEDIOAMBIENTALES PARA ASEGURAR QUE SU PRODUCCIÓN ESTÁ SIENDO LO MÁS RESPETUOSA POSIBLE CON EL ENTORNO. LOS CONSUMIDORES, POR SU PARTE, SON CADA VEZ MÁS EXIGENTES EN CUANDO A LAS GARANTÍAS DE SOSTENIBILIDAD DE LAS ENCIMERAS QUE ADQUIEREN.

El planeta ya no admite excusas, y esto lo sabemos todos. La exigencia de sostenibilidad, entendida como el empleo de materiales naturales y energías limpias y renovables, reaprovechamiento de residuos y reducción al mínimo de emisiones perjudiciales al medio ambiente, es cada día más urgente. Afortunadamente, los fabricantes están adquiriendo poco a poco la consciencia de que deben implementar este tipo de políticas en sus procesos, lo que también repercute en la economía circular. Y los usuarios, asimismo, cada vez más, están eligiendo productos que les garanticen que se han elaborado conforme a las normas más estrictas de respeto ambiental. Y, evidentemente, en el segmento de las superficies de cocina, no se están quedando atrás.

## EL MENOR IMPACTO POSIBLE

Así, implantación de sistemas de gestión ambiental, depurado y reutilización del agua y de cualquier elemento empleado en el proceso industrial, filtros que impiden la emisión de partículas sólidas y compuestos orgánicos volátiles a la atmósfera, cálculo y compensación

de la huella de carbono, minimización, tratamiento y reincorporación de residuos al proceso industrial, son algunos de los parámetros empleados en estas plantas de producción. Asimismo, muchas de estas empresas fabrican su propia energía, instalando, por ejemplo, placas fotovoltaicas, aparte de usar lo menos posible, reutilizar y reciclar sus envases y embalajes, y promover un transporte y una cadena de suministro lo más eficiente posible. También se esfuerzan en que las superficies puedan ser totalmente reciclables al final de una vida útil que intentan que sea lo más larga posible. Asimismo, se tiene muy en cuenta el origen y los procesos de obtención de la materias primas, garantizándose que estos generan el menos impacto posible al medio ambiente. E incluso, en muchas ocasiones, se emplean materiales reciclados.

En resumen, las superficies de cocina actuales no sólo son estéticas exteriormente. Su interior, su historia y sus procesos los son aún más, porque están en plena sintonía con la naturaleza.

Arklam.





# FABER

A I R M A T T E R S

D E L E G A C I Ó N N A C I O N A L

## COBAIN

*"Por y para la cocina"*

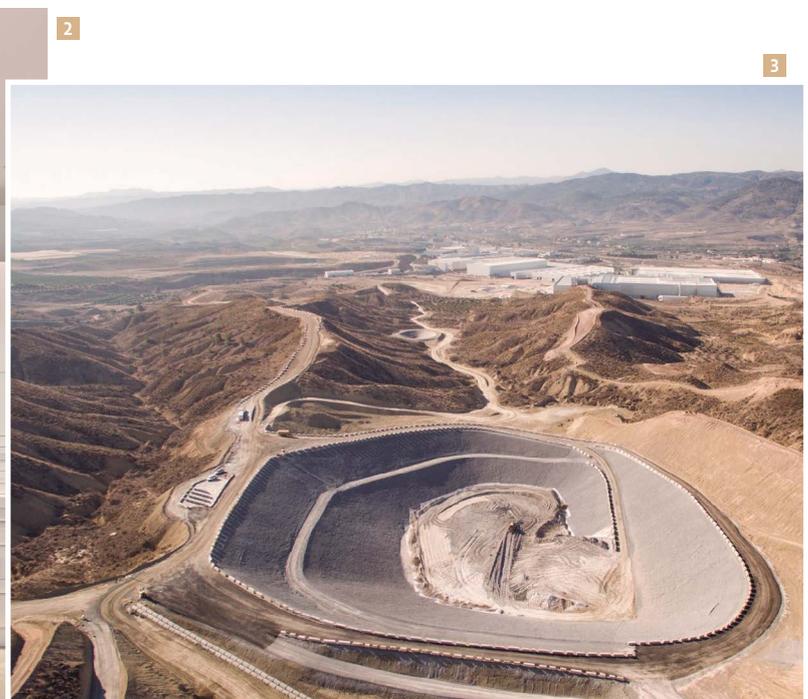




## COSENTINO - WWW.COSENTINO.ES

**Cosentino y la sostenibilidad.** El uso sostenible de recursos siempre ha sido una máxima en la cultura de la empresa, al igual que el reto de proveer al mercado de líneas de producto innovadoras y sostenibles. Tienen, por ejemplo, como uno de sus logros, el vertido cero de aguas mediante la reutilización de todas las aguas generadas. Y uno de sus objetivos prioritarios es la medición de la huella de carbono, así como las estrategias para su reducción y compensación. En esta línea, han conseguido que Dekton sea ya declarado Neutro en Carbono.

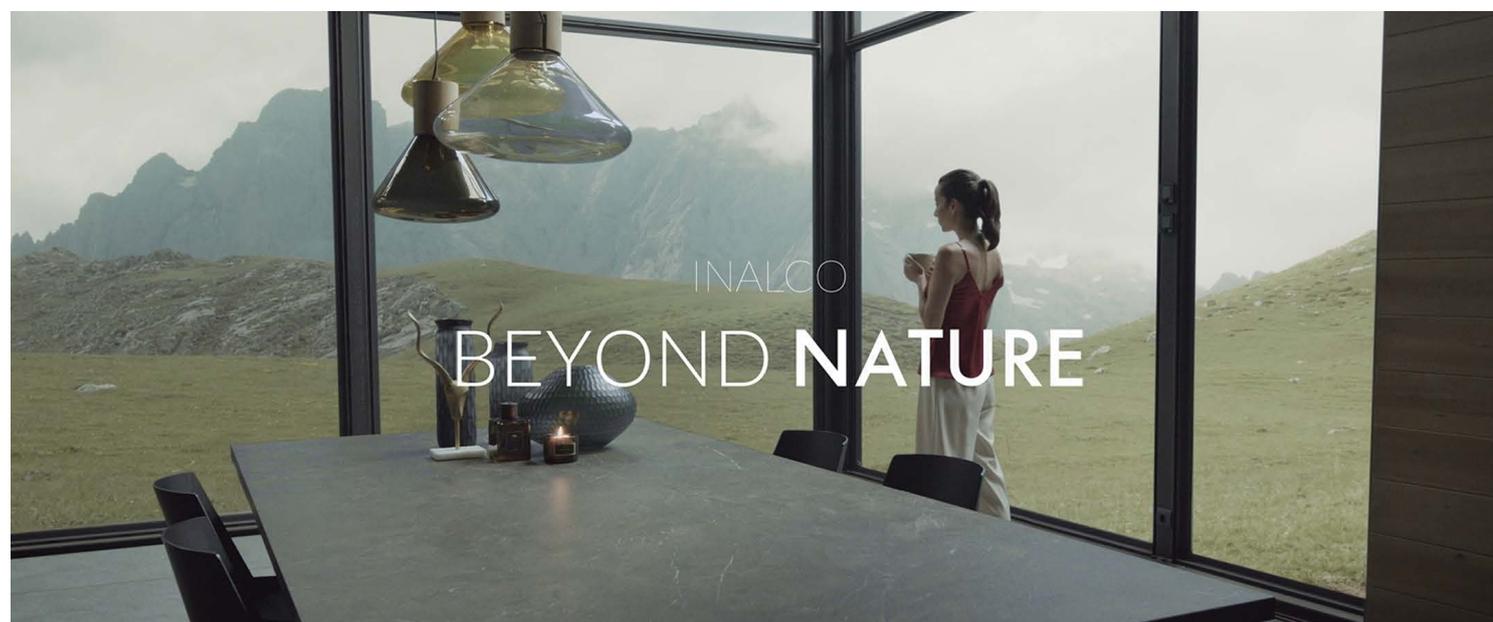
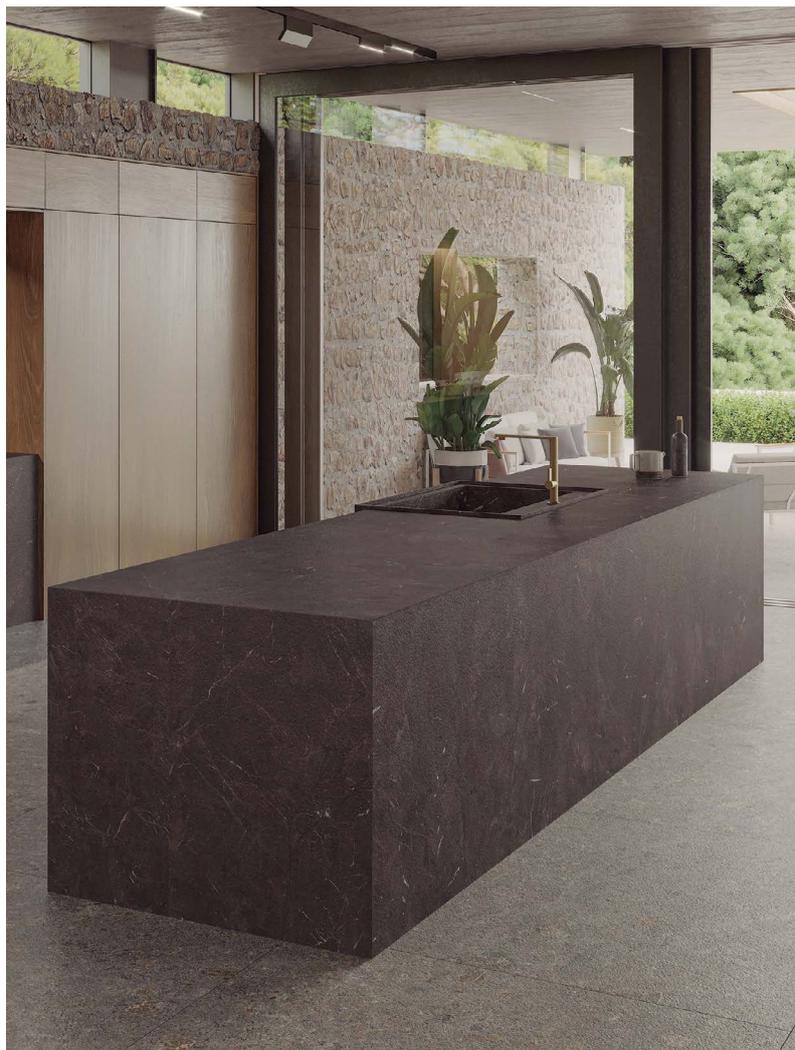
Por otra parte, el concepto de economía circular es algo que siempre ha estado presente en Grupo Cosentino. Ya en 2011 lanzaron la serie Silestone Eco Line (**foto 1**: planta de fabricación), un ejemplo de ecodiseño fabricado con hasta un 50% de material reciclado, definida por la compañía como la primera apuesta real de implementación de la economía circular en la empresa. El caso de Dekton (**foto 2**: Dekton Trilium) es, si cabe, más representativo, puesto que en su creación ya fue concebido como un producto capaz de absorber sus propios residuos, alcanzando contenidos de material recuperado de hasta el 80% de su composición en algunos de sus colores. Por último, y siguiendo este compromiso medioambiental, en este año la compañía presentará una importante evolución de Silestone. Además, cuentan con su propia línea de Investigación bajo el proyecto Circularity, donde trabajan en la búsqueda de nuevas líneas externas de valorización de los residuos de producción, tales como la fabricación de ladrillo cerámico, o de tecnosuelos para su uso, por ejemplo, en aplicaciones de restauración forestal. Todo ello les ha obligado a establecer una política estricta de compras sostenibles, reconocida con la ISO 20400:2017, a poner en marcha su propia planta de gestión de residuos (**foto 3**) o, a nivel general, a analizar en todo momento el ciclo de vida de sus productos. Por ejemplo, tanto Silestone como Dekton cuentan con la Declaración Ambiental de Producto (DAP).



## INALCO - WWW.INALCO.ES

**La sostenibilidad en la producción de Inalco.** En Inalco son conscientes de la importancia que tiene la contribución de todos en el desarrollo de prácticas responsables que respeten el medioambiente y permitan que la sociedad avance hacia un mundo mejor. Así, y fruto de su continua investigación en I+D+i, Inalco afirma ser la primera compañía a nivel mundial en aplicar a todos sus productos la tecnología H<sub>2</sub>O Full Digital (H<sub>2</sub>O FD), en la que todos los procesos productivos son digitales y prácticamente no se realiza ninguna emisión contaminante. Gracias a esta tecnología, MDi es un material muy ecológico: la reducción de un 70% en el consumo de agua, la disminución de más del 90% de emisiones a la atmósfera y el reciclaje y reutilización de los materiales en el proceso productivo refuerzan su compromiso con el medioambiente.

MDi es el resultado de la innovación, la creatividad y la investigación continua de Inalco. Está creado con las mejores materias primas naturales y, sin embargo, su utilización no supone la sobreexplotación de su entorno. Mediante la tecnología H<sub>2</sub>O FD, única en el mundo en nuestro sector, Inalco parte de esa naturaleza para mejorarla todavía más, mejorando la composición, aumentando la resistencia, alargando la durabilidad y, lo más importante, sin destruir el medio para encontrar la veta perfecta; en lugar de ello, optan por crearla. Todos estos valores se resumen en Beyond Nature, el nuevo lema de Inalco, que dará sentido a sus próximos lanzamientos. Este lema, tal como explican desde Inalco, resume una forma distinta de hacer las cosas que no se detiene en crear nuevas superficies, sino que significa seguir trazando cada día el camino de la innovación, descubriendo nuevos horizontes, planteándose nuevos retos. En definitiva, yendo más allá.





## FORMICA - [WWW.FORMICA.COM/ES](http://WWW.FORMICA.COM/ES)

**La sostenibilidad según Formica Group.** En Formica Group se esfuerzan en crear productos innovadores que promuevan un entorno más saludable y fomenten el diseño sostenible, con una gestión responsable de las materias primas, los desechos y la energía. Cada una de sus instalaciones cuenta con un detallado plan de sostenibilidad establecido para lograr una mejora continua en la reducción de su impacto ambiental.

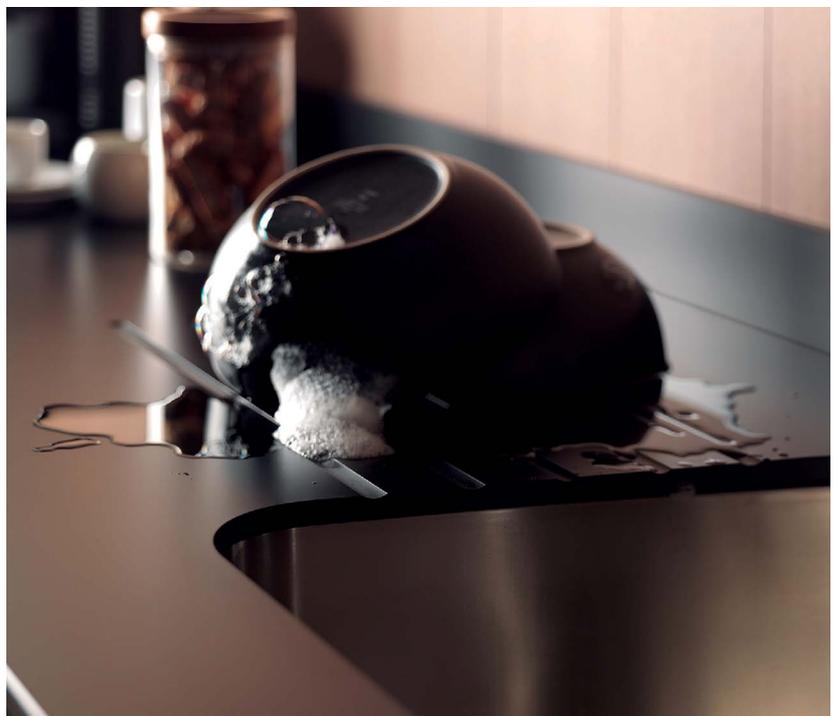
**Evaluación del ciclo de vida (ECV).** Formica Group ha completado un ECV (Life Cycle Assessment) en productos clave para evaluar cada uno de los posibles impactos en la energía, el agua, los residuos y los gases de efecto invernadero. Todas las fases de su proceso de producción, desde la obtención de la materia prima, pasando por el procesado de los materiales, su fabricación, distribución, uso y eliminación o reciclado, han sido evaluadas.

**Gestión de residuos.** En lo que se refiere a laminados, utilizan el

material rechazado como material de embalaje, reduciendo así la cantidad de desechos. Asimismo, reciclan los residuos del metal producido por los departamentos de mantenimiento. También recogen los aceites hidráulicos usados en las prensas y los envían a un sistema de filtrado que permite su reutilización. El embalaje que utilizan está hecho con materiales reciclados, y es reutilizable, reciclable y biodegradable. De la misma manera, el papel kraft no utilizado, los envases de cartón, los envoltorios y los sobrantes de los rollos de papel cartón se reciclan.

**Gestión energética.** En Formica Group se han volcado en reducir las emisiones de carbono. Ponen en marcha continuamente programas para reducir su impacto en sus productos y actividades de todas las instalaciones de Norteamérica, Europa y Asia, en un programa global de reducción de emisiones. Formica Group también es miembro del Proyecto de Información de Emisiones de Carbono (CDP), junto con otras grandes empresas, y lanzan iniciativas para entender y reducir los efectos potenciales de las emisiones. Entre sus estrategias habituales se incluyen: sistemas de calefacción a presión en circuitos cerrados que conservan el agua caliente; energía generada por biomasa; sistemas avanzados de control de calderas que maximizan la combustión de energía y reducen su uso; compresores de alta eficiencia; motores de alta eficiencia; sistemas de iluminación de ahorro energético; desarrollo de rutas de transporte eficientes para maximizar el ahorro de combustible; investigación sobre una mayor aplicación de las fuentes renovables; y control de las emisiones, supervisando las emisiones de partículas en las fábricas, con sistemas de control que garantizan un 99 % de eficiencia. Además, han sustituido las resinas fenólicas a base de disolventes por otras a base de agua.

**Reciclabilidad.** El HPL es un producto inocuo y no requiere tratamientos especiales. Gracias a su alto porcentaje de celulosa, al término de su ciclo de vida, el laminado puede destinarse a la recuperación energética en los termocombustores autorizados para los residuos urbanos. En fábrica, los restos se utilizan como combustible para generar parte de la energía necesaria para la producción. Las cenizas residuales pueden eliminarse con los residuos sólidos urbanos.



## SAPIENSTONE - WWW.SAPIENSTONE.ES

**1. Calacatta Macchia Vecchia** es una superficie inspirada en un mármol que muestra un fondo blanco con vetas doradas y toques de gris y beige, sugiriendo ambientes de lujo. SapienStone reproduce con una gran veracidad el dibujo original y, por su parte, la placa de formato grande permite la elaboración con mancha abierta para conseguir elegantes simetrías. Se trata de una encimera donde el refinamiento estético se completa con las características del gres porcelánico, que la convierten en un válido aliado en la cocina. A diferencia del mármol, resiste las altas temperaturas, las variaciones térmicas bruscas, los productos ácidos y los agentes corrosivos, además, de los rayos solares. Su belleza se mantiene inalterada a lo largo del tiempo y, asimismo, es muy fácil de limpiar. La encimera Calacatta Macchia Vecchia está disponible en formato 320x150, espesor de 12 mm y dos acabados: Polished, brillante y reflectante, y Silky, mate y versátil.

**2. Piasentina** forma parte de las texturas SapienStone inspiradas en la piedra. La piasentina es una roca sedimentaria caracterizada por un fondo gris con finas vetas blancas y leves matices parduzcos-rojizos, y se ha utilizado desde la antigüedad hasta proyectos arquitectónicos contemporáneos. La encimera Piasentina se presta para la instalación en cocinas modernas, pero también puede ser el complemento ideal en ambientes más clásicos. El veteado continuo y el color macizo exaltan la fidelidad estética al material original, dando prueba de su calidad. Resistente y versátil, como todas las encimeras de la marca SapienStone, es fácil de limpiar, higiénica, soporta altas temperaturas y variaciones térmicas bruscas, y resiste los rayos UV, los ácidos y los agentes corrosivos. En el mismo formato y espesor que la anterior, está disponible en acabado Estructurado.

**3-5.** La nueva colección **Royal Stone** asocia la solidez de la piedra con una superficie fascinante que contiene todas las ventajas del gres porcelánico y las propiedades técnicas de las encimeras de la marca. A un fondo que presenta la despojada esencialidad de la piedra se añaden vetas y cristalizaciones, alternadas con halos más claros que confieren dinamismo a las superficies. La colección ofrece tres texturas, todas ellas en acabado Natural: Platinum White, etérea y refinada, gracias a los tonos claros del blanco y el beige; Palladium Grey, un gris esencial que se combina con todo; y Black Diamond, textura decidida e intensa, iluminada por nubes doradas.



1



2



3



4



5

NEOLITH - [WWW.NEOLITH.COM/ES](http://WWW.NEOLITH.COM/ES)

**Neolith, una marca sostenible.** Neolith está comprometida con reducir sus emisiones de CO<sub>2</sub> y vigilar el origen de su materias primas, empleando las últimas técnicas en fabricación sostenible. Por ejemplo, la inclusión del proceso de atomizado en sus operaciones ha supuesto un aumento en el control del CO<sub>2</sub> emitido a la atmósfera. Gracias a ello, Neolith ha eliminado un intermediario, por lo que el CO<sub>2</sub> procedente del transporte de materias primas se ha visto reducido. En cuanto a las emisiones en el proceso de producción, continuamente se investiga en las formas en las que ser más eficiente y consumir menos energía y, por lo tanto, producir menos CO<sub>2</sub>. Así, en 2019, toda la electricidad utilizada para la producción de Neolith tuvo su origen en energías renovables, y se realizó un esfuerzo por compensar la huella de carbono a través de un proyecto de recuperación en la costa de Guatemala. Actualmente, Neolith sigue estudiando y calculando la huella de carbono de sus productos, para poder seguir mejorando en su reducción y compensación.

El ecodiseño y la reciclabilidad del producto al final de su vida útil es otro de los campos donde se muestra el compromiso de Neolith con el planeta. Y es que la piedra sinterizada es un producto totalmente reciclable, formado por materias primas naturales, lo que permite reintroducirlo en otros procesos como subproducto. Incluso los descartes de producción se reutilizan.



## CORIAN - WWW.CORIAN.COM

### Corian Solid Surface, un material sostenible y eficiente con los mejores aliados.

En DuPont de Nemours, Inc, y Corian Solid Surface están comprometidos con estrategias que impulsen el crecimiento sostenible y ayuden a sus clientes a hacer crecer su negocio. Desde hace 16 años están estableciendo objetivos medioambientales claros y ampliando sus compromisos de sostenibilidad más allá de la reducción de la huella ecológica interna, para incluir objetivos impulsados por el mercado. Asimismo, su compromiso también es el de trabajar con partners que tengan una misma visión ética y sostenible, como es el caso de Materfut, distribuidor oficial de Corian Solid Surface en Portugal y España. A través de una gestión eficaz, con rigor y profesionalidad, la empresa busca la máxima calidad y la excelencia para todos sus clientes.

Además, en DuPont de Nemours, Inc siguen mejorando los procesos industriales de Corian Solid Surface a través de tres estrategias: la primera es la elección responsable de materias primas: es importante subrayar que los pigmentos utilizados para fabricar Corian Solid Surface están incluidos en la lista de la FDA de EUA (United States Food and Drug Administration). Se seleccionan de entre materiales libres de metales pesados, ingredientes tóxicos o cancerígenos. Además, la empresa alienta a sus proveedores a adoptar procesos de fabricación que sean seguros y ambientalmente responsables. La

segunda estrategia es la elección responsable de los procesos de fabricación: los procesos y tecnologías mejoradas que utilizan en DuPont reducen la generación de residuos durante el proceso de fabricación. Además, los residuos de Corian Solid Surface y todo el material que no cumpla las especificaciones para venta, se utilizan como materia prima para aplicaciones de nuevos productos. Para acabar, la tercera es la elección responsable en el proceso de embalaje: la política de packaging de DuPont de Nemours se basa en los siguientes factores: minimizar el uso, reutilizar si es posible, reciclar cuando sea posible o incinerar con recuperación de energía.

Corian Solid Surface es un material inerte y no tóxico. En condiciones normales de temperatura no emite gases. Al quemarse, libera principalmente óxidos de carbono y el humo generado es ópticamente ligero y no contiene gases halogenados tóxicos. Además, Corian Solid Surface y Corian Joint Adhesive tienen la certificación de calidad del aire interior GreenGuard por su bajo contenido y emisiones de COV. También están certificados por terceras entidades, cumpliendo con la Directiva de la UE 2002/95 EC sobre la restricción de sustancias peligrosas (RoHS). El ecodiseño es otro factor clave para Corian. En DuPont de Nemours, Inc, innovan cada día para lograr diseños sostenibles, sin sacrificar la durabilidad o la belleza. Corian Solid Surface continúa evolucionando en aplicaciones innovadoras donde el diseño sostenible y las soluciones de construcción duraderas son fundamentales. Las superficies Corian Solid Surface son renovables, lo que significa que muchos de los daños (por ejemplo, los producidos por quemaduras de cigarrillo) se pueden eliminar fácilmente utilizando un limpiador suave y un estropajo. Los daños más graves, causados por un uso indebido, se pueden reparar *in situ* sin tener que reemplazar totalmente el material. Por lo tanto, y considerando su garantía de 10 años, no se puede hablar de un final de la vida útil del material.





## ARKLAM - WWW.ARKLAM.ES

**El medio ambiente, prioridad de Arklam.** En Arklam son conscientes de la importancia que tiene la contribución de todos en el desarrollo de un proceso de producción sostenible y respetuoso con el medio ambiente y la sociedad. Para ello, proporcionan todos los medios técnicos, humanos y económicos a su alcance para desarrollar su actividad de un modo coherente con sus principios. Así, consideran prioritario el control medioambiental de su producción, mediante un continuo seguimiento de los procesos e inversiones, que permite prevenir el impacto ambiental de su actividad empresarial. Por ello, sus productos están contribuyendo a la obtención de puntos LEED, gracias a la reducción, reutilización y reciclaje de los residuos. Y asimismo, en la fabricación de Arklam se utiliza entre un 30 y un 50% de materias primas recicladas.

De esta manera, en Arklam, todo el proceso de diseño y concepción atiende a necesidades no solo de producción, sino también de transporte de los recursos necesitados para la fabricación del producto, su producción, distribución, uso, mantenimiento, reutilización y el tratamiento de sus residuos. Todos los residuos que se generan en el proceso de fabricación son tratados por gestores autorizados, y el 98% se destinan al reciclado para la elaboración de otros productos y materias primas. Además, el consumo de los recursos naturales como el agua, las materias primas y la energía se reducen mediante la utilización de las mejores técnicas disponibles. Reducir, reutilizar, reciclar, planificar recursos humanos, e integrar la gestión medioambiental en todas las áreas de la empresa son parte del esfuerzo por mejorar en este ámbito.



1



2



3



4



**1. BLANCO / [www.dake.es](http://www.dake.es) / [www.blanco-germany.com/es](http://www.blanco-germany.com/es)** Las nuevas superficies en acero inoxidable SteelArt Durinox destacan por su dureza. Gracias a la técnica de endurecimiento que se le aplica, estas encimeras son mucho que resistentes que las convencionales. Además, su estructura homogénea y su óptica sedosa-mate irradia armonía y otorga un toque muy especial a la cocina.

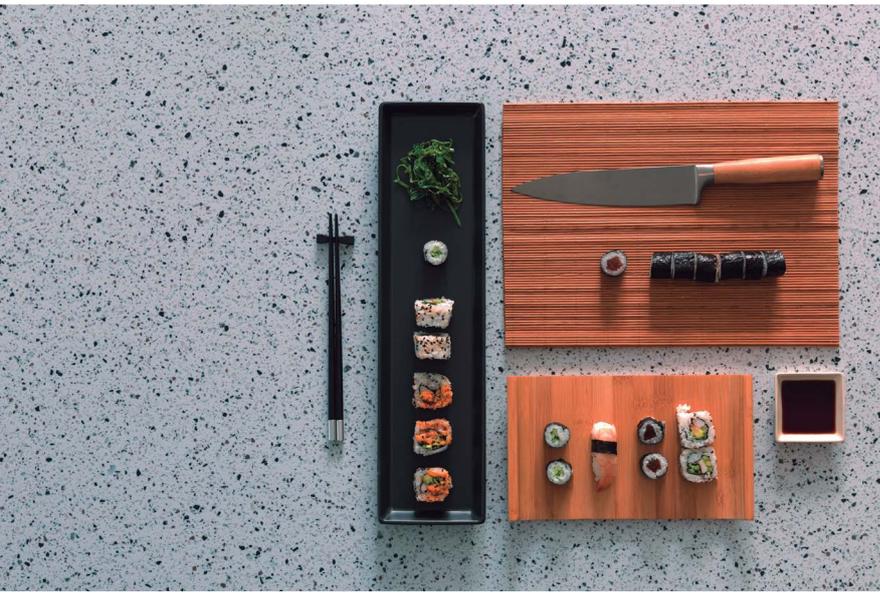
**2. COOKING SURFACE / [www.cookingsurface.com](http://www.cookingsurface.com)** La multinacional italiana ABK Stone ha lanzado al mercado internacional Cooking Surface Prime, de Stolanic. Se trata de una encimera de inducción totalmente invisible, sin juntas y con un proceso de instalación inferior a seis minutos. Para ello, ABK Group, importante fabricante de cerámica italiano, ha adquirido el 49% de las participaciones de la empresa Arbe Stolanic S.L. Ésta es propietaria de diversas patentes y modelos de uso del sistema de inducción oculta.

**3. GABARRÓ / [www.gabarro.com](http://www.gabarro.com) / [www.franke.com](http://www.franke.com)** Gabarró Hermanos presenta su muestrario de Franke Solid Surface con nuevos diseños. Este muestrario contiene la última novedad de Franke Solid Surface, el diseño veteado Mármol Calacatta Blanco, que complementa una extensa gama de 58 colores disponibles, de entre los cuales Gabarró cuenta con 11 en stock. Franke Solid Surface se comercializa en cuatro colecciones: colores sólidos, colores sólidos translúcidos, colores pigmentados y colores veteados.

**4. GRESANIA / [www.grespania.com](http://www.grespania.com)** La compañía ha implantado un sistema de gestión ambiental estructurado y certificado según directrices de la norma ISO 14001, y sometido a auditorías externas. Asimismo, cuenta con Declaración Ambiental de Producto y Declaración de Contenido Reciclable. Así, depuran y reaprovechan el agua y todos los residuos del proceso industrial, su producto carece completamente de compuestos orgánicos volantes (COV), y todos los envases utilizados en sus fábricas están acogidos al plan nacional de DDR (Devolución y Retorno). En la imagen, el modelo Viella.

5

6



7



8



**5. PORCELANOSA / [www.krion.com](http://www.krion.com) / [www.porcelanosa.es](http://www.porcelanosa.es)** Krion K-Life 1100 es un material que, al mismo tiempo que preserva las propiedades intrínsecas de Krion, aporta nuevos beneficios tanto para las personas como para el medio ambiente. Su propiedad fotocatalítica contribuye a depurar el aire y a eliminar bacterias de su superficie, creando ambientes más seguros y saludables. La imagen muestra el modelo Terrazzo Bianco Classico.

**6. LAMINAM / [www.laminam.it](http://www.laminam.it)** El nuevo acabado Cristalino Lucidato, fruto de la colaboración de los centros de investigación internacionales de Laminam, es una de las nuevas superficies que enriquece la colección I Naturali. Cristalino Lucidato se ha diseñado especialmente para el interiorismo, sobre todo como encimera de cocina, con el fin de ofrecer la estética de la cuarcita natural combinada con el rendimiento superior de las superficies Laminam, con sus intrínsecas cualidades antibacterianas, antimanchas y de resistencia.

**7. LAPITEC / [www.lapitec.com](http://www.lapitec.com)** Las materias primas que se utilizan en la creación de Lapitec son 100% naturales, el ciclo de vida del producto terminado es casi atemporal y las losas no liberan materiales nocivos al medio ambiente. Los residuos del procesamiento se reciclan como materia prima para la construcción de tejas, mientras que el agua empleada se reutiliza por completo, hasta el punto que no se requiere reposición. Finalmente, la mayor parte de la energía necesaria para la producción proviene de fuentes renovables, gracias a los paneles fotovoltaicos que cubren los 18.000 m<sup>2</sup> de naves industriales.

**8. LEVANTINA / [www.levantina.com](http://www.levantina.com)** Las encimeras de Naturamia by Levantina tienen una serie de características innatas que son clave para un producto sostenible: la durabilidad y la reciclabilidad. Las encimeras de piedra natural no necesitarán ser reemplazadas en mucho tiempo, son 100% reciclables, no emiten sustancias tóxicas en el hogar y se pueden limpiar con detergente con pH neutro. El diseño lo aporta la propia naturaleza, que dota de una personalidad única e irrepetible al producto.

9



10



11

**9. LUISINA / [www.luisinacucine.com](http://www.luisinacucine.com)** El conjunto de maderas para las encimeras de madera maciza de Luisiwood de Luisina poseen la certificación FSC, lo que les dota de unas características inmejorables en cuanto a su sostenibilidad y su origen. Para ello, cumplen con los requisitos más estrictos de gestión forestal, impacto medioambiental y preservación de los bosques con un alto valor de conservación, contribuyendo a reducir la presión sobre las plantaciones. Además, los residuos de una encimera de madera son prácticamente nulos, y más al tratarse de madera maciza. Haya Vintage es el modelo que se muestra en la imagen.

**10. TOPFORM / [www.topformgroup.com](http://www.topformgroup.com)** Golden-Top es una colección para superficies de cocina de alto diseño adaptada a las necesidades de los usuarios y a las tendencias del sector. Una ventaja de estas superficies derivadas de la madera, además de la sostenibilidad que implica la fabricación y reciclado de este producto, es que, con el mismo material que la superficie principal, se ofrecen productos complementarios que aportan calidad, alto diseño y versatilidad decorativa. En la imagen, la encimera de laminado HPL DEZ-842 Olympus.

**11. TRANSFORMAD / [www.transformad.com](http://www.transformad.com)** La colección Tmatt se amplía con seis colores que combinan muy bien entre ellos y con los tonos básicos. El verde Smeraldo y el rojo Terracotta (en la imagen) aportan una nueva frescura y más intensidad a toda la colección. Las tonalidades intensas se presentan en forma de azul marino Blu y gris Lignite, y la madera Legno Fumè y Blanco Artico destacan por su elegancia. Todas ellas permiten combinaciones infinitas.

# FIMMA-MADERALIA se traslada a 2021

FINALMENTE, NO HABRÁ FIMMA-MADERALIA ESTE 2020 COMO ESTABA INICIALMENTE PREVISTO. EL CORONAVIRUS TAMBIÉN SE LA HA LLEVADO POR DELANTE. ASÍ, LA PRÓXIMA EDICIÓN TENDRÁ LUGAR EN 2021, EN UNAS FECHAS AÚN POR DETERMINAR.



La 39ª edición de la Feria Internacional de Materiales, Tecnología y Componentes para el Mueble, Interiorismo y Proyectos Contract, FIMMA-Maderalia tendrá lugar el año próximo. La muestra que tenía previsto realizarse a finales de noviembre de este 2020 en Feria Valencia se ha visto obligada a cambiar sus fechas por culpa del coronavirus.

La decisión ha tenido en cuenta las peticiones de los expositores y también del propio sector, que no veían nada claro su celebración en un clima de rebrotes. Así, fueron ellos los que expusieron a la organización de la cita la necesidad de celebrar FIMMA-Maderalia en un momento más propicio. El objetivo es garantizar tanto el negocio de los propios expositores como la visita de profesionales nacionales e internacionales.

FIMMA-Maderalia sigue la senda, en este sentido, de las principales ferias mundiales del sector, que no han podido celebrar este año sus convocatorias y que han decidido también aplazar sus respectivas

A pesar de los intentos de la organización para que se pudiera celebrar este 2020, finalmente, FIMMA-Maderalia tendrá que esperar a 2021.

citas a 2021, en una situación, tal como se espera, con más garantías de negocio. La evolución de la pandemia del Covid-19 y las restricciones que está provocando en el ámbito de estos eventos han determinado esta opción como la más prudente. Y es que si algo ha demostrado este *virus mataferias* ha sido la imposibilidad de la celebración de este tipo de eventos multitudinarios.

El equipo de FIMMA-Maderalia se encuentra ya trabajando de cara a la próxima edición, ajustándola al calendario mundial de ferias del próximo año. Además, se están estudiando diferentes soportes digitales que sirvan de apoyo comercial y de marketing a las empresas expositoras hasta que en 2021 pueda llevarse a cabo la celebración física del salón.

## INTENTOS DE CELEBRACIÓN

Recordemos que la feria estaba prevista inicialmente celebrarse del 10 al 13 de marzo. El estallido del Covid-19 obligó a su traslado, primero para junio (del 2 al 5) y, después, para finales de noviembre. Pero, a pesar de la voluntad del certamen de celebrarse en 2020, la difícil situación global de este año, en el ámbito sanitario y, consecuentemente, en la economía, ha obligado a tomar esta medida.

[www.fimma-maderalia.feriavalencia.com](http://www.fimma-maderalia.feriavalencia.com)

# Corian® Solid Surface hace realidad cualquier idea creativa



Corian® Solid Surface puede ser lo que imagine.

Sin juntas, con formas orgánicas y onduladas, efectos de color y translucidez.

Duradero, resistente, no poroso, sin juntas y fácil de limpiar y reparar.

Si puede soñarlo, puede crearlo con Corian® Solid Surface.



**MATERFUT**®  
Innovating Materials

Distribuidor Oficial Corian® Design

**CORIAN**® DESIGN

Make Your Space™

# Cerca de 500 expositores confirmados para **SICAM 2021**

LA ORGANIZACIÓN DE LA FERIA ITALIANA PARA LA INDUSTRIA AUXILIAR DEL MUEBLE HA HECHO PÚBLICA, A UN AÑO VISTA, LA LISTA DE EXPOSITORES DE SU PRÓXIMA EDICIÓN, QUE TENDRÁ LUGAR EN PORDENONE DEL 12 AL 15 DE OCTUBRE DE 2021.



La 12ª edición de SICAM, que se celebrará en Pordenone (Italia) del martes 12 al viernes 15 de octubre de 2021, tiene previsto conseguir la máxima relevancia; y va por buen camino, como demuestra la lista de expositores confirmados que aparece disponible en su sitio web.

Más de un año antes de su celebración, Sicam 2021 contaba con cerca de 500 empresas expositoras de numerosos países. Entre ellas destacamos, por citar algunas, a Arpa Industriale, a Blum, Blanco, Camar, Cosentino, Domus Line, Elleci, Emuca, FBSprofilati, Forma E Funzione, Grass, Häfele, Indaux, Insinkerator, Italiana Ferramenta, Laminam, Lapitec, Levantina, Navarro Azorín, Neolith, Novy, Peka, Plados, Plastimodul, Rehau, Salice, Scilm, Tecnoinox, Titusplus, Vauth-Sagel, Vibo o Volpato.

Así, los componentes, accesorios y productos semiacabados para la industria del mueble que se exhibirán en SICAM confirman la alta calidad del evento.

En esta feria será posible volver a reunirse para generar las mejores oportunidades de negocio, según sus organizadores. Así, sigue siendo una oportunidad única para desarrollar ideas y proyectos, mostrando todas las novedades del sector.

Con motivo del anuncio del traslado de SICAM 2020 al próximo año, Feria de Pordenone asegura que la edición de 2021 será aún más grande que la de 2019, más internacional y llena de ideas y proyectos, y que marcará la reactivación del sector.

## UNA CITA ESPERADA

La 12ª edición de SICAM, Exposición Internacional de Componentes, Accesorios y Productos Semiacabados para el Mueble, que en un principio estaba previsto celebrarse del 13 al 16 de octubre de este año, se aplazó hasta octubre de 2021, del martes 12 al viernes 15, en su lugar habitual, la feria de la localidad italiana de Pordenone.

Según una nota publicada en la página web de la feria de Pordenone el pasado mes de junio, y de la que COCINA INTEGRAL se hizo eco, la emergencia de Covid-19 a nivel mundial ha delineado una situación económica y social que provocó restricciones e incertidumbres obvias. En este contexto, SICAM decidió posponer el evento hasta octubre de 2021. La decisión se llevó a cabo para mantener el calendario ferial sin cambios y para brindar el mejor servicio posible al sector. Para la organización, la ausencia total a todos los niveles legislativos de unas normas claras y válidas para el ámbito ferial, unido al complejo momento, hacía imposible organizar un evento rentable para expositores y visitantes este fatídico 2020.

# Modelo híbrido para la feria berlinesa de electrodomésticos, **IFA 2020**

LA PRINCIPAL FERIA EUROPEA DE ELECTRODOMÉSTICOS Y PRODUCTOS ELECTRÓNICOS, LA IFA DE BERLÍN, CELEBRÓ A PRIMEROS DE SEPTIEMBRE UNA EDICIÓN ESPECIAL EN FORMATO HÍBRIDO, QUE ESTUVO MARCADA POR LAS RESTRICCIONES DE AFORO FÍSICO Y LAS PRESENTACIONES ONLINE.

Del 3 al 5 de septiembre pasado se celebró en Berlín una edición especial de la feria IFA. Especial porque, en lugar de una semana, como suele ser lo habitual, la feria de electrodomésticos y productos electrónicos duró solo tres días y las visitas presenciales estuvieron limitadas en número. A pesar de todo, podemos decir que es la única feria relacionada con el sector, de la que al menos tengamos constancia, que se ha atrevido a celebrarse en 2020.

La IFA de Berlín de este año fue un evento híbrido que acogió conferencias magistrales, presentaciones y lanzamientos de productos, celebrados físicamente en la Messe Berlín, bajo estrictas medidas de seguridad, que fueron amplificadas en su audiencia por la nueva plataforma virtual de IFA, IFA Xtended Space.

Además, la feria mantuvo su espíritu comercial y de negocio. Así lo demuestran las reuniones celebradas entre fabricantes y distribución en salas habilitadas para ello y en un entorno seguro. En un panorama marcado por la lógica menor afluencia de marcas expositoras, destacaron las novedades de BSH, Haier Group, o Miele.

## LOS NÚMEROS DE LA EDICIÓN 2020

Debido a la pandemia del COVID-19, los organizadores de la edición especial de IFA 2020 habían impuesto límites estrictos al número de asistentes, muy por debajo de los establecidos por las autoridades de salud pública de Alemania. Y, sin embargo, durante sus tres días, la edición especial de IFA 2020 hizo posible que 6.100 asistentes se reunieran cara a cara, experimentaran nuevos dispositivos y discutieran sobre las oportunidades de negocio de la industria. Concretamente, la IFA 2020 reunió en Berlín a 150 empresas que presentaron sus ideas



Momento de la presentación de Miele.

y novedades. A ellas se unieron 1.350 expositores adicionales de 30 países de forma online a través de las plataformas IFA Xtended Space y IFA Virtual Market Place.

Además, a pesar de que IFA Xtended Space abrió sus puertas virtuales solo un par de días antes de que comenzara la muestra, más de 78.000 personas siguieron la edición especial de IFA 2020 online y generaron 262.000 visitas. Los asistentes online tuvieron acceso a la conferencia de prensa y al discurso de apertura, a los debates y a las demostraciones de productos virtuales. Además, el IFA Xtended Space de este año estará disponible hasta justo antes de IFA 2021.

En palabras del Dr. Christian Göke, director ejecutivo de Messe Berlin, la edición especial de IFA 2020 demostró el impresionante poder de la innovación y, también, que el mundo necesita estas reuniones cara a cara entre la industria, el comercio, los consumidores y los medios. La IFA facilitó estas conexiones cruciales, a pesar de las limitaciones impuestas por la pandemia. La IFA 2021 volverá a Berlín del 3 al 7 de septiembre.

## CALENDARIO

## 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						

23/27 Moscú (Rusia)

## MEBEL MOSCÚ

Feria internacional del mueble. Salón de componentes, semielaborados y accesorios para la industria del mueble.

[www.meb-expo.ru](http://www.meb-expo.ru)

24/27 Shanghai (China)

## BAUMA CHINA

Feria internacional de la construcción.

[www.bauma-china.com](http://www.bauma-china.com)

25/29 Casablanca (Marruecos)

## SALON INTERNATIONAL DU BÂTIMENT (SIB)

Salón internacional de la construcción y los trabajos públicos.

[www.sib.ma](http://www.sib.ma)

## DICIEMBRE

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			

25-11/06 Miami (Florida, EE.UU.)

## DESIGN MIAMI

Foro global del diseño.

[www.Miami2020.designmiami.com](http://www.Miami2020.designmiami.com)

01/03 Düsseldorf (Alemania)

## VALVE WORLD EXPO

Feria de válvulas industriales para el control de fluidos.

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

02/03 Barcelona (España)

## ARCHITECT AT WORK

Evento para profesionales del mundo de la arquitectura y la decoración.

[www.architectatwork.es](http://www.architectatwork.es)

## ENERO

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

15/21 Múnich (Alemania)

## BAU Múnich

Salón internacional de materiales de construcción, sistemas de construcción y restauración de edificios.

[www.bau-muenchen.com](http://www.bau-muenchen.com)

18/24 Colonia (Alemania)

## IMM COLOGNE

Feria internacional del mueble.

[www.imm-cologne.com](http://www.imm-cologne.com)

18/24 Colonia (Alemania)

## LIVINGKITCHEN

Feria internacional del mueble de cocina.

[www.livingkitchen-cologne.com](http://www.livingkitchen-cologne.com)

20/22 México D.F.

## MAGNA EXPOMUEBLERA

Feria de maquinaria para madera, herramientas, accesorios, materiales, muebles para el hogar y la oficina y cocinas integrales.

[www.MEMIndustrial.mx/](http://www.MEMIndustrial.mx/)

[www.MEMInteriores.mx](http://www.MEMInteriores.mx)

21/25 París (Francia)

## PARIS DÉCO OFF

Encuentro de editores y creadores de la decoración internacional.

[www.paris-deco-off.com](http://www.paris-deco-off.com)

22/26 París (Francia)

## MAISON-OBJECT

Feria internacional de la decoración, el diseño de interiores y las soluciones para el hogar. [www.maison-objet.com](http://www.maison-objet.com)

## FEBRERO

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

03/05 Nantes (Francia)

## CARREFOUR INTERNATIONAL DU BOIS

Feria internacional de productos de madera y derivados.

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

04/07 Salzburgo (Alemania)

## BAUEN &amp; WOHNEN SALZBURG

Feria de la edificación y la rehabilitación.

[www.bauen-wohnen.co.at/en](http://www.bauen-wohnen.co.at/en)

04/07 Kiev (Ucrania)

## INTERIOR MEBEL KIEV

Exposición internacional de muebles, iluminación e interiorismo.

[www.interior-mebelkiev.com](http://www.interior-mebelkiev.com)

09/11 Las Vegas (Nevada, EE.UU.)

## KBIS

Feria de la industria de la cocina y el baño.

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

09/11 Londres (Reino Unido)

## SURFACE DESIGN SHOW

Feria de materiales para superficies.

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

09/13 Estocolmo (Suecia)

## STOCKHOLM FURNITURE &amp; LIGHT FAIR

Feria del mueble de Estocolmo.

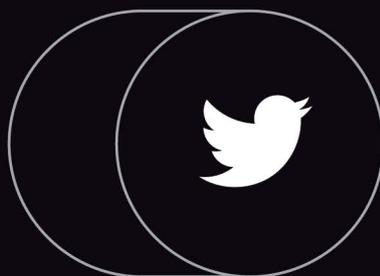
[www.stockholmurniturelightfair.se](http://www.stockholmurniturelightfair.se)

27/07-03 Bruselas (Bélgica)

## BATIBOUW

Feria internacional de la construcción, renovación y decoración

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



**COCINA** INTEGRAL

**FERIA VIRTUAL DE HÄFELE** Del 28 de septiembre al 30 de octubre de 2020, Häfele Herrajes España pone a la disposición de sus clientes su propia feria virtual. El objetivo de este evento totalmente digital es mostrar y presentar los productos de la firma, así como enseñar su aplicación práctica en diferentes ambientes. En ella se pueden conocer todas las últimas novedades de Häfele, así como las tendencias más actuales del mercado.



**CEVISAMA, EN MAYO DE 2021** El comité organizador de Cevisama ha acordado trasladar la próxima edición de la feria a la semana del 24 al 28 de mayo de 2021. El objetivo del aplazamiento de la feria, que tenía previsto celebrarse del 8 al 14 de febrero de 2021, es que la cita se lleve a cabo en un entorno más estable. Así, se garantizará el negocio de los expositores y se favorecerá la asistencia de compradores y prescriptores.



### GRANDES EMPRESAS CONFIRMAN SU ASISTENCIA A LIGNA

Las grandes empresas del sector, como Homag, Biesse, SCM, Weinig y muchas más ya han confirmado su asistencia a LIGNA 2021. La feria internacional de herramientas, máquinas y sistemas para procesar y trabajar la madera se celebrará del 10 al 14 de mayo

del año próximo en Hannover (Alemania). En cuanto a España, de momento 24 empresas expondrán en la feria líder global para el procesamiento de madera. Según los organizadores, será un momento clave para reactivar el negocio del sector en un entorno, previsiblemente, más favorable. Por supuesto, la seguridad y la salud de todos los participantes será la máxima prioridad



### MDI, DE INALCO, EN ARCHITEKTURWERKSTATT 2020

Inalco mostró sus nuevas superficies MDI en Architekturwerkstatt 2020, evento dirigido a profesionales alemanes del mundo de la cocina, que tuvo lugar en la localidad alemana de Löhne del 19 al 24 de septiembre, en paralelo a la celebración de la feria MOW. Así, Inalco se unió a Leicht, Liebherr, V-Zug, Gessi y Bora, empresas de reconocidas internacionalmente dentro del sector de la cocina premium, en un centro de exposición permanente de más de 2.000 m<sup>2</sup>, como parte de la Küchenmeile A30.



### INTERZUM 2021, UNA FERIA DE LA NUEVA NORMALIDAD

Koelnmesse está organizando el que califica como primer evento de relevancia mundial para la industria desde el inicio de la pandemia del coronavirus. La organización está brindando

una plataforma adecuada en la que exhibir productos innovadores e inspiradores, discutir temas actuales y reactivar el negocio, y todo esto de conformidad con las normas de higiene y seguridad aplicables. Y al parecer, las empresas expositoras también reconocen la importancia del evento para la industria y confían en su concepto de seguridad e higiene. Así, cuando finalizó el primer período de descuento por reserva anticipada a mediados de junio, el número de registros estaba casi a la par con las cifras de la fecha equivalente para Interzum 2019, que batió récords.



### FIERA AT HOME: ARKLAM E ITT CERAMIC INAUGURAN SU FERIA VIRTUAL

Arklam e ITT Ceramic, dos de las marcas pertenecientes a Colorker Group, han decidido presentar sus novedades a través de la campaña Fiera at Home. Esta iniciativa, creada con motivo del aplazamiento de la feria Cersaie 2020 al año próximo, está especialmente diseñada para sus clientes. Para ello, la compañía combinará diferentes presentaciones digitales y enviará muestras físicas a los interesados.



## FABRICANTES DE MUEBLES DE COCINA

### ZAKÜCHEN, BY COSAPA GROUP

Ctra. Marbella A-355 Km. 19  
29100 Coín (Málaga)  
Tel. 952.112.539

MARCA: Zaküchen

[www.zakuchen.com](http://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](http://www.antaliacocinas.com)

### BAIS EQUIPAMIENTOS DE COCINAS, S.L.

Avda. 16 de julio, nº 50 - 07009 - Pol. Son Castellò - (Palma de Mallorca)  
Tel. 971.430.657

MARCA: Bais

[www.bais.es](http://www.bais.es)

### BOZETO STUDIO COCINAS, S.L.

Avd. Cámara de la Industria, 19 Pol. Ind. 1  
28938 Móstoles (Madrid)  
Tel.: 916.473.393

MARCA: Bozeto

[www.bozetostudio.es](http://www.bozetostudio.es)

### CB COCINAS ARCHIPIÉLAGO, S.L.

C/ Ramiro de Maeztu, 2 - 38007 -  
Santa Cruz de Tenerife  
Tel. 922.776.367

MARCAS: CB COCINAS

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

### CIMCO

Avda. José María Javierre, 4  
41007 Sevilla  
Tel.: 954 02 56 72

MARCAS: CIMCO, COCINET

### CINCOCINA, S.L.

Ctra. Úbeda - Málaga A KM:37.300  
23100 Mancha Real (Jaén)  
Tel. 953.350.240

MARCA: Cincocina

[www.cincocina.com](http://www.cincocina.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](http://www.cocinas3h.com)

### COCINAS ESSENZA, S.L.

C/ Josep Bea i Izquierdo, 10 B  
46015 VALENCIA  
Tel. 963.639.383

MARCA: ESSENZA

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

### COCINA HOGAR ORDES, S.L. (GRUPO RAMÓN GARCÍA)

Lugar O Campo, 2  
15.685 - Mesía (A Coruña)

Marca: Ramón García

Tel. 881.255.653

[www.gruporg.eu](http://www.gruporg.eu)

### COCINAS TEROL, S.L.

Pol. Ind. Pla de Terol C/ Apolo  
03520 Polop (Alicante)  
Tel. 965.870.327

MARCA: Terol

[www.cocinasterol.es](http://www.cocinasterol.es)

### DELAMORA ESPACIO INTEGRAL, S.L.

Pol. Ind. Uranga. C/ Roble s/n  
28942 Fuenlabrada (Madrid)  
Tel. 916.085.363

MARCAS: GM Cocinas, delamora

[www.gmcocinas.es](http://www.gmcocinas.es) / [www.delamora.es](http://www.delamora.es)

### 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](http://www.deltacocinas.com)

### DISENOVE, S.L.

Centro de Empresas Guardo Nave 8  
34880 Guardo (Palencia)  
Tel. 979.850.500

MARCA: Disenove

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

### DUPLOKIT S.L.

Avda. de Sanlúcar S/N -  
Parque Empresarial Oeste  
11408 Jerez de la Frontera (Cádiz)  
Tel. 956.140.506

MARCA: Dupplo

[www.dupplo.es](http://www.dupplo.es)

### ESTUDIO DE COCINAS IROKO S.L.U

Lugar A Cerca, 56 (Nave Industrial)  
36620 Vilanova de Arousa (Pontevedra)  
Tel. 986.543.543

MARCA: Iroko

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

### FÁBRICA DE MUEBLES ARBE

Camino de San Juan, 1 - 49628 -  
San Pedro de Ceque - ZAMORA  
Tel. 980.646.772

MARCA: ARBE

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

### FARO by ALVIC

Polígono Industrial EL Martínón s/n  
23200 La Carolina (Jaén)  
Tel. 953.685.020

MARCA: Faro by Alvic (cocinas y baños)

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

### GAROÉ

C/ Ciprés. Parcela 12 B  
Pol. Ind. Arinaga Fase II  
35118 Agüimes (Gran Canaria)  
Tel. 928.759.060

MARCA: Garoé

[www.garoe.es](http://www.garoe.es)

### GRUPO AFAR COCINAS, S.L.L

C/ Enrique Herrera, 21  
Apdo. de Correos Nº 28  
14420 Villafranca de Córdoba (Córdoba)  
Tel. 957.190.936

MARCA: Grupo Afar

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

### 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](http://www.grupodiezrincon.es)

## FABRICANTES DE MUEBLES DE COCINA

### 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](http://www.grupomobiliariodemadrid.es)

### HITALO ALCALÁ S.L.

Autovía A-92 Sevilla-Málaga Km 6,5  
41500 Alcalá de Guadaíra (Sevilla)  
Tel. 955.511.956

MARCA: HITALO

[www.hitalo.es](http://www.hitalo.es)

### IBERKITCHENS, S.L.

Pol. Ind. La Campiña C/ Valencia, 3  
41400 Écija (Sevilla)  
Tel. 955.902.227

MARCA: Iberkitchens

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

### INTERIORISMO KITCHEN GRUP, S.L.

Pol. Ind. Via de la Plata  
C/ El Palacio, 24  
24794 Riego de la Vega (León)  
Tel. 987.632.127

MARCA: Kitchengrup

[www.kitchengrup.es](http://www.kitchengrup.es)

### L'EIX

Passatge Strauss, 7-11 (Pol. Ind. Can Jardí)  
08191 Rubí (Barcelona)  
Tel. 936.998.561

MARCA: L'eix

[www.leix.es](http://www.leix.es)

### LINO ALONSO, S.A.

Ctra. de Matapozuelos, 21  
47239 Serrada (Valladolid)  
Tel. 983.559.124

MARCA: Lino Alonso

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

### LOGOS S. Coop

P. I. Elbarrena s/n  
20247 Zaldibia (GIPUZKOA)  
Tel. 943.884.050

MARCA: Logos kallmar

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

### MINO COCINAS, S.L.

C/ Artesanos, 16  
46900 TORRENT (VALENCIA)  
Tel. 962.126.128

MARCA: Mino Cocinas

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

### MODUL CUIN, S.A.

Ctra. Córdoba-Almería, Km. 158,8  
23560 Huelma (Jaén)  
Tel. 953.391.025

MARCA: Modul Cuin

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

### MONTANINO, S.L.

Avda. Azucarera, Nave 34  
28500 ARGANDA DEL REY (MADRID)  
Tel. 918.712.350

MARCA: Montanino

[www.montanino.es](http://www.montanino.es)

### MUEBLES AROCA, S.L.U.

Ctra. Úbeda - Jaén Km, 40  
23100 Mancha Real (Jaén)  
Tel. 953.048.134

MARCA: Aroca

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

### MUEBLES de COCINA GUTIERREZ, S.A.

Pol. Ind. Parcela 69  
34800 Aguilar de Campoo (Palencia)  
Tel. 979.125.745

MARCA: Cocinas Gutz

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

### MUEBLES INCOSUR, S.L.L.

Pol. Industrial La Trocha, s/n  
29100 Coín (Málaga)  
Tel. 952.453.354

MARCA: Inko

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

### MUEBLES OB, S.A.

Camino de Córdoba, Km. 2  
14420 Villafranca de Córdoba (Córdoba)  
Tel. 957.191.200

MARCA: OB Cocinas

[www.obcocinas.es](http://www.obcocinas.es)

### NECTALI COCINAS, S.L.

C/ Timanfaya, 15,17,19  
28.970 - Humanes de Madrid (Madrid)

MARCA: Nectali

Tel. 916.064.243

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

### PEDRO PINO MARTÍNEZ, S.L.

Camino Viejo de Córdoba, s/n  
14420 Villafranca de Córdoba (Córdoba)  
Tel. 957.190.011

MARCA: Pino

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

### RAFER COCINAS, S.L.

C/ De rocinante, 11  
28970 Humanes de Madrid (Madrid)  
Tel. 916.041.133

MARCA: Rafer

[www.rafercocinas.es](http://www.rafercocinas.es)

### REKKER SYSTEM, S.L.

Pol. Ind. Can Barri, nave 43  
08415 Bigues i Riells (Barcelona)  
Tel. 938.657.790

MARCA: REKKER

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

### STILINEA COCINAS, S.A. (MOBALCO)

C/ Venecia, 16  
15940 Pobra do Caramiñal (A Coruña)  
Tel. 981.843.240

MARCA: Mobalco

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

### TRANSFORMADOS DE LA MADERA

#### JESÚS SOLA, S.L.

Pol. Industrial El Perral, 34  
31520 Cascante (NAVARRA)  
Tel. 948.850.545

MARCA: Sola Cocinas

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

### VIJUPA, S.L.

C/ Rio Manzanares, 39  
28970 Humanes de Madrid (MADRID)  
Tel. 916.048.326

MARCA: Vijupa

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

## FABRICANTES DE MUEBLES DE COCINA

### YELARSAN, S.L.

Partida Los Llanos, s/n  
03110 Mutxamel (Alicante)  
Tel. 965.922.579  
MARCA: Yelarsan  
[www.yelarsan.es](http://www.yelarsan.es)

### ZONA COCINAS, S.L.

Avda. Madrid, 65 Pol. Ind. Príncipe Felipe  
14900 Lucena (Córdoba)  
Tel. 957.860.303  
MARCA: Zona Cocinas  
[www.zonacocinas.es](http://www.zonacocinas.es)

## FABRICANTES E IMPORTADORES DE COMPONENTES DE MUEBLES DE COCINA

### CUCINE OGGI, S.L.

Calle 7, nº 5 nave 2 Pol. Ind. Codonyers  
46220 Picassent (Valencia)  
Tel. 963.300.344  
MARCAS: Forma e Funzione, Niemann,  
Schwinn, Cutting Rockenhausen, Ebb, Sigé,  
Elco, Wesco, Luisina, Peka, Viceversa, Hailo.  
[www.cucineoggi.com](http://www.cucineoggi.com)

### DOSSIA, S.A.

Crta. de Cabra s/n 14900 Lucena (Córdoba)  
Tel. 957.509.308  
MARCA: Dossia  
[www.dossia.es](http://www.dossia.es)

### DB GROUP, S.L.

C/ Mario Vargas Llosa, 2  
28850 Torrejón de Ardoz (Madrid)  
Tel. 916.555.385  
MARCA: DB GROUP, Kautät  
[www.dbgroupherrajes.com](http://www.dbgroupherrajes.com)

### EMUCA, S.A.

Pol. Ind. El Oliveral c/H, 4  
46394 Riba - Toja del Turia (Valencia)  
Tel. 961.667.019  
MARCA: Emuca  
[www.emuca.es](http://www.emuca.es)

### GRUPO ACB COMPONENTS, S.L.

Crta. N-341, km. 79 - 14900 Lucena (Córdoba)  
Tel. 957.511.667  
MARCA: ACB  
[www.grupoacb.com](http://www.grupoacb.com)

### GTV ESPAÑA HERRAJES E ILUMINACIÓN, S.L.

Avenida Aragón 30 Planta 8  
46021 VALENCIA  
Tel. 961.134.441  
MARCAS: GTV, GTV Lighting y Höger  
[www.gtv.es](http://www.gtv.es)

### HÄFELE HERRAJES ESPAÑA, S.L.

C/ Electrónica 33-35, P.I. URTINSA II  
28923 Alcorcón (Madrid)  
Tel. 91 644 80 21  
MARCAS: Häfele, Ninka, Vauth Sagel, Nehl,  
Schüco, Hawa, Accuride  
[www.hafele.es](http://www.hafele.es)

### HETTICH IBERIA S.L.

Pol. Ind. Etxezarreta, 3  
20749 Aizarnazabal (Guipuzkoa)  
Tel. 943.897.020  
MARCA: Hettich  
[www.hettich.com](http://www.hettich.com)

### NUOR LA LLAVE S.L.

Sant Martí de l'Erm, 3  
08970 Sant Joan Despi (Barcelona)  
Tel. 934.771.318  
[www.nuorlallave.com](http://www.nuorlallave.com)

### PLASTIMODUL S.L.

C/ León, 11 POL. IND. L'ALFAÇ III  
03440 Ibi (ALICANTE)  
Tel. 966.550.009  
MARCAS: Modulbox, Stylebox, Multibox,  
Modulmatic, Moduclassic, Modultop, E-Leva  
[www.plastimodul.com](http://www.plastimodul.com)

### SALICE ESPAÑA, S.L.U.

C/ Copernic, 11  
08403 Pol. Coll de la Manya (Granollers)  
Tel. 938.468.861  
MARCA: Salice  
[www.saliceespana.es](http://www.saliceespana.es)

### SERVICANTO, S.L.

Pol. Ind. Can Illa  
Pompeu Fabra Nave 16-18  
08530 La Garriga (Barcelona)  
Tel. 938.715.505  
MARCA: Servicanto  
[www.servicanto.com](http://www.servicanto.com)

### TRANSFORMAD, S.A.

Ctra. de Valencia KM 10,5  
Pol. Industrial Milenium, Nave 1  
50420 CADRETE (Zaragoza)  
Tel. 938.400.066  
MARCAS: TMATT, CRYSTAL, STRATI  
[www.transformad.com](http://www.transformad.com)

## FABRICANTES DE MESAS Y SILLAS

### BAILÉN HOME FUSION, S.L.

Paraje de los Sorianos nº 58 B - Nav  
03369 El Mudamiento - Rafal (Alicante)  
Tel. 966.752.376  
MARCA: Bailén  
[www.bailenmesasyillas.com](http://www.bailenmesasyillas.com)

### CANCIO FÁBRICA DE MUEBLES, S.A.

Ctra. del Esquileo, s/n  
47369 Villalba de los Alcores (Valladolid)  
Tel. 983.721.596  
MARCA: Cancio  
[www.cancio.es](http://www.cancio.es)

### MESINOR, S.C.

Pol. Ind. San Lázaro C/El Silo, s/n  
26250 Santo Domingo de la Calzada (La Rioja)  
Tel. 941.340.043  
MARCA: Mesinor  
[www.mesinor.com](http://www.mesinor.com)

## FABRICANTES E IMPORTADORES DE ELECTRODOMÉSTICOS, FREGADEROS Y ENCIMERAS

### ARKLAM

Carretera Alcora Km 7,5  
12130 San Joan de Moró (CASTELLÓN)  
Tel. 964.913.171

**MARCAS:** Arklam  
[www.arklam.es](http://www.arklam.es)

### COSENTINO, S.A. (SILESTONE/DEKTON)

Ctra. Francisco Martínez, 2  
04867 Macael (Almería)  
Tel. 950.444.175

**MARCAS:** Silestone, Dekton  
[www.cosentino.com](http://www.cosentino.com)

### DAKE

Avda. Moçent, 40  
08170 Montornès del Vallès (Barcelona)  
Tel. 902.260.006

**MARCAS:** Blanco, InSinkErator,  
Gutmann, Viking, U-line, Steel, Jospser, LaCornue.  
[www.dake.es](http://www.dake.es)

### ELECTRODOMÉSTICOS IBERIA S.L.

Avenida Sur del Aeropuerto de Barajas, 38  
1ª Planta - 28042 Madrid  
Tel. 810.510.010

**MARCA:** Amica, Fagor  
[www.fagorelectrodomestico.com](http://www.fagorelectrodomestico.com)

### ELECTROLUX ESPAÑA, S.A.U.

Avda. Europa, 16  
28108 Alcobendas (Madrid)  
Tel. 902.676.837

**MARCAS:** AEG, Electrolux, Zanussi  
[www.electrolux.es](http://www.electrolux.es)

### FORMICA, S.A.

Ctra. Valencia-Alicante Km. 252  
46470 Albal (Valencia)  
Tel. 961.262.800

**MARCA:** Formica  
[www.formica.com](http://www.formica.com)

### 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](http://www.franke.es)

### FRECAN, S.L.U.

Ctra. B-142 Polinyà a Sentmenat, Km. 8,4  
08181 Sentmenat (Barcelona)  
Tel. 937.936.622

**MARCAS:** Foster, Urban, Bautek, Frecan  
[www.frecan.es](http://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, Falmeç, Midea  
[www.frigicoll.com](http://www.frigicoll.com)

### INALCO (INDUSTRIAS ALCORENSES CONFEDERADAS, SA)

Partida Saleretes s/n  
12110 Alcora (Castellón)  
Tel. 964.368.000

**MARCA:** iTopKer  
[www.inalco.es](http://www.inalco.es)

### 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](http://www.pando.es)

### LEVANTINA Y ASOCIADOS DE MINERALES, S.A.

Autovía Madrid-Alicante Km. 382  
03660 Novelda (Alicante)  
Tel. 96 560 91 84

**MARCA:** Naturamia, Techlam,  
Techlam Top  
[www.levantina.com](http://www.levantina.com)

### MÁRMOLES SOL

Ctra. Olula - Macael, Km 1. Olula del Río  
-04860 - ALMERÍA  
Tel. 950.441.742

**MARCA:** Mármoles Sol  
[www.marmolessol.com](http://www.marmolessol.com)

### MIELE, S.A.

Avda. Bruselas, 31  
28100 Alcobendas (Madrid)  
Tel. 916.232.029

**MARCA:** Miele  
[www.miele.es](http://www.miele.es)

### POALGI, S.L.

C/ Xaloc, 11  
Parque Industrial Ciutat de Carlet  
46230 Carlet (Valencia)  
Tel. 962.558.256

**MARCA:** Poalgi  
[www.poalgi.es](http://www.poalgi.es)

### ROCA SANITARIO, S.A

Avda. Diagonal 513  
08029 Barcelona  
Tel. 933.661.200

**MARCA:** Roca  
[www.roca.es](http://www.roca.es)

### SMEG ESPAÑA, S.A.

C/ Central, 28 Pol. Ind. La Ferrería  
08110 Montcada i Reixac (Barcelona)  
Tel. 935.650.250

**MARCA:** Smeg  
[www.smeg.es](http://www.smeg.es)

### TEKA INDUSTRIAL, S.A.

C/ Cajo, 17  
39011 Santander  
Tel. 942.355.050

**MARCAS:** Teka, Küppersbusch  
[www.teka.es](http://www.teka.es)

### WHIRLPOOL ELECTRODOMÉSTICOS S.A.

Avda. dels Vents 9-13 esc. A 2a planta  
08917 - Badalona (Barcelona)

**MARCAS:** Whirlpool, Hot Point, Indesit  
[www.whirlpool.es](http://www.whirlpool.es)

**DISTRIBUIDORES****ANTALIA ALCALÁ DE HENARES  
(ZAO ESTUDIO, S.L.)**

Pol. Ind. Santa Rosa  
C/ Francisco Alonso, nº 1 Nave 15-C  
28806 Alcalá de Henares (Madrid)  
Tel. 913.703.006

[www.antiacocinas.com/  
distribuidores/#estudios-antalia](http://www.antiacocinas.com/distribuidores/#estudios-antalia)

**ANTALIA VALLADOLID**

C/ Acibelas, 11  
47004 Valladolid  
Tel. 983.396.941

[www.antiacocinas.com/  
distribuidores/#estudios-antalia](http://www.antiacocinas.com/distribuidores/#estudios-antalia)

**FACCE COCINAS**

Juan Bravo, 68  
28006 Madrid  
Tel. 913 09 00 14

[www.facce.es](http://www.facce.es)

**FERROPLAS COMERCIAL, S.L.**

Avda. Castilla y León, 16-20  
09005 (Burgos)  
Tel. 947.240.224

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

**NASA KITCHEN**

Ctra. Córdoba-Málaga, N331, Km. 73,600  
14900 Lucena (Córdoba)  
Tel.: 957 19 25 63

**MARCAS:** NASA

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

**EMPRESAS  
COLABORADORAS****2020**

C/ Copenhague, nº 164 – Local 10  
08206 Sabadell (Barcelona)  
Tel. 902 20 20 02

**MARCA:** 2020 Software

[www.2020software.es](http://www.2020software.es)

**A3COM MARKETING & COMUNICACIÓN, S.L.**

Polígono Ave María, Parcela 2.7 a 2.9  
23740 Andújar (Jaén)  
Tel. 953.514.162

[www.a3com.es](http://www.a3com.es)

**ARDIS ProSolid3d**

Av. Bracelona'92, Nº 3, Oficina B.  
46900 Torrent (Valencia)  
Tel. 961.588.219

**MARCAS:** ARDIS- TopSolid – 3cad –  
CNC-Creator – ERP Odoo\_Darley

[www.prosolid3d.com](http://www.prosolid3d.com)

**BENIDORM SOFTWARE, S.L.**

Calle Roldan 3-3-24  
03501, Benidorm (Alicante)  
Tel. 965.861.673

**MARCAS:** VIRTUALKITCHEN - VIRTUALGES -  
WURTHDESIGN - DISEÑO2000

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

**FERIA VALENCIA**

Avda. de las ferias s/n  
46035 Valencia  
Tel. 963.861.132

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

**ICA Iberia S.A.U.**

Polígono el Collet 401 Nave n.2  
12580 Benicarló (Castellón)  
Tel. 964.491.574

**MARCA:** ICA

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

**INDUSTRIAS QUÍMICAS IVM, S.A.**

C/ El Perelló, 19 P.L. Masía del Juez  
46900 Torrent (Valencia)  
Tel. 961.588.550

**MARCA:** Ilva, Milesi

[www.ilvabarnices.es/](http://www.ilvabarnices.es/) [www.milesi.es](http://www.milesi.es)

**INSPI**

C/ Convent nº 19 Entrlo ° B  
12500 Vinaros (Castellón)  
Tel.964.828.042

**MARCAS:** StoreManager.Online,  
ProdManager, VIZ360, Innersense

[www.inspi3d.com/es](http://www.inspi3d.com/es)

**JURACOR**

Avda. La Rioja, 15  
14900 Lucena (Córdoba)  
Tel. 957.509.500

**MARCAS:** V-Lack, Durante & Vivan, Milesi,  
Iris, Lijalux, Spraylac, Pizzi, Colaflax, Konig,  
Festool, Kremlin y Klingspor.

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

**KEY SOLUTIONS SIG, S.L.**

Calle Dalia 289  
28108 Alcobendas (Madrid)  
Tel. 918.279.945

[www.keysolutions.es](http://www.keysolutions.es)

**KITCHENDRAW ESPAÑA, S.L.**

C/ Travesía La Paz, 4  
30160 Monteagudo (Murcia)  
Tel. 968.851.355

**MARCAS:** KitchenDraw, Insitu

[www.kitchendraw.es](http://www.kitchendraw.es)

**QUALITYLEGAL, S.L.**

C/ Rector Lucena, nº 20 1ºE  
37002 Salamanca  
Tel.923.136.514

[clientes@qualitylegal.es](mailto:clientes@qualitylegal.es)

**AMC**

Asociación de Mobiliario de Cocina



124



**MOBALCO**  
Portada



**HETTICH**  
Contraportada



**SILESTONE**  
Interior Portada



**SERVICANTO**  
Interior Contraportada

EN ORDEN ALFABÉTICO  
ANUNCIANTES



**ARKLAM** 27



**ARREDO** 21



**DECORACTIVA** 11



**EGGO** 37



**FABER (COBAIN)** 51



**FORMICA** 8-9



**GENEBRE** 45



**GORENJE** 17



**GRASS (ÉBANO)** 25  
Publireportaje



**INALCO** 15



**INKO** 6-7



**KESSEBÖHMER** 43



**L&S (D' TEC)** 41



**CORIAN SOLID SURFACES (MATERFUT)** 63



**SALICE** 39



**SC HERRAJES** 13



**SCILM (D' TEC)** 35



**TEKA** 19

# Servi Canto

SEGUIMOS INNOVANDO

*La sonrisa y la ilusión siguen en nosotros más que nunca,  
para continuar creciendo juntos.*

*En la distancia  
más juntos que nunca*

**Kit**  
& Air

**Flex&Lux**  
Innovation's Passion

**Kit**  
& Lux

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

#ilusión#esperanza#positividad#seguimoscontigo#nuevostiempos



**AvanTech YOU. Tan individual como tú.**



Más información:  
[https://www.hettich.com/  
short/0edd67](https://www.hettich.com/short/0edd67)

Technik für Möbel

  
**Hettich**