

COCINA INTEGRAL

Segundo trimestre 2026 - Nº. 147 - Órgano de difusión de AMC

f x @ in cocinaintegral.net

Tendencias

Tiendas flagship de cocinas, un fenómeno que "engancha"

Producto

EuroCucina / FTK: cocinas para una nueva forma de vivir

Producto

Innovación en superficies para un equilibrio entre estética y funcionalidad

Ferias

Entrevistamos a: Daniel Marco, Director de Espacio Cocina SICI



NEXOKÜCHEN
Cocinas con alma suiza

KIT PERSIANA PREMIUM

NOVEDAD
MUNDIAL

*Porque la perfección está en los detalles... y ahora, todo combina.
Servicanto Premium. La homogeneidad hecha diseño.*

Servicanto revoluciona el diseño interior con el lanzamiento de su nueva gama Premium de kit persianas, una innovación única en el mercado.

Mismo material PET de alta calidad, estas persianas logran una homogeneidad total en tus proyectos.

Imagina una cocina completamente realizada en material PET: muebles, cantos y persianas perfectamente integrados, con una continuidad visual impecable.

EL PET es sinónimo de resistencia, durabilidad y elegancia, un material que no envejece y mantiene intacta su belleza con el paso de los años.

Con las Persianas Premium de Servicanto, alcanza el equilibrio perfecto entre estética, innovación y funcionalidad.



Seguir remando...

La última Asamblea General de AMC, celebrada a finales de mayo en el Roca Barcelona Gallery, marcó un hito en la historia de la Asociación de Mobiliario de Cocina. En este sentido, fue un evento de récords, tanto por el número de asistentes a una asamblea, 150 profesionales de toda España, como por la cifra de empresas asociadas: 165, nunca antes vista. Todo ello, en un clima de profesionalidad francamente destacable y con un buen ambiente de entendimiento y colaboración envidiable.

Haber llegado a este grado de representatividad y protagonismo de AMC y del sector español de equipamiento de cocinas era impensable hace apenas unos años atrás, cuando la asociación vivió uno de sus peores momentos, con apenas poco más de una veintena de asociados y su feria SICI en la UCI.

Ahora, con una asociación cada vez más fuerte, gracias a la confianza del sector, y al trabajo incansable de sus gestores, a las

puertas de una nueva edición de Espacio Cocina SICI que llega con muy buenas perspectivas, es el momento de no creérselo, de no bajar el ritmo, de seguir mirando al frente con ambición y amplitud de miras, porque queda mucho camino por recorrer todavía, y porque "La Buena Cocina hecha en Casa", aunque cada vez está más cerca, aún no ocupa el papel central que le corresponde tanto a nivel de concienciación entre la opinión pública, como de reconocimiento industrial.

Conseguirlo depende de todos los que formamos parte del sector, porque, si hay algo que tenemos muy claro, es que en España hay "mimbres" de sobra para posicionar la cocina, como mínimo, a un nivel similar al de otros países líderes de nuestro entorno. No nos cabe duda que el camino que viene marcando AMC en los últimos años va en esa dirección y que formar parte de esta aventura, además de beneficios propios, contribuirá a hacer del sector nacional de la cocina todo un referente dentro y fuera de nuestras fronteras.



147

Nexo Küchen
<https://www.nexokuchen.com>



Dirección editorial / financiera Berta Doria
direccion@doriagm.com

Redactor jefe Javier Gómez
javier.gomez@doriagm.com

Redacción
 Lola Catalán / Pau Hernández / Rebeca Benítez
lola.catalan@doriagm.com
pau.hernandez@doriagm.com
rebeca@doriagm.com

Directora de publicidad Luisa Perales
l.perales@doriagm.com

Dirección de arte / diseño Xavier Lanzas
xavi@doriagm.com



DORIA GLOBAL MEDIA, S.L.
 Passeig de Gràcia, 44 - 2ª Planta - Puerta C - 08013
 Barcelona (España)
 Tel. +34 935 569 500
www.cocinaintegral.net / cocinaintegral@cocinaintegral.net

Órgano de difusión de la Asociación
 de Mobiliario de Cocina



- Director** Sebastián Acedo - AMC
- Presidente** Félix Bernad - Ártico Mobiliario
- Vicepresidenta** Juana Pino - Pino
- Presidente de Honor** Juan Luis Salvador
- Consejo Asesor**
- Anatoli Jiménez - Delamora
- Francisco Dávila - Mobalco
- Gonzalo García - Antalia y Diomo
- Emilio Pastor - Cosentino
- Marcos Fábregas - Häfele
- Santiago Palop - Emuca
- Jesús Catena - Grupo ACB
- Marta Botey - Franke

C/ General Ramírez de Madrid,
 N°8, Planta 7, ático 4 CP. 28020 Madrid (España)
 Tel. 618 999 747 www.amccocina.com / amc@amccocina.com

■ Editorial

03 Seguir remando

■ Tendencias

06 Cocinas Alve: diseño personalizado y optimización del espacio

10 Entrevistamos a: Ignacio y Alejandro Chivite, CEOs de Tecnomak

14 La 47ª Asamblea General de AMC, una edición de récords

18 Entrevista con Ardis: el software pionero para transformar la producción en la industria

22 Incastri: "queremos que el armario deje de ser un simple mueble"

26 Grupo MHK: crecimiento en 2025 y apuesta por Musterhaus Küchen

28 6ª Jornadas Técnicas de la Cocina de Biesse

30 Tiendas flagship de cocinas, un fenómeno que "engancha"

40 Breves



■ AMC

42 Breves

■ Producto

46 EuroCucina / FTK: cocinas para una nueva forma de vivir

58 Fuorisalone: el hogar como ecosistema sensorial

62 Innovación en superficies para un equilibrio entre estética y funcionalidad

■ Ferias

76 Entrevistamos a: Daniel Marco, Director de Espacio Cocina SICI

78 Espacio Cocina SICI 2026 confirma una fuerte demanda y roza el lleno

80 FIMMA + Maderalia 2026 apunta a la edición más potente de la última década

81 Casa Decor cierra su 61ª edición con récords de visitantes

82 Breves

■ 83 Calendario

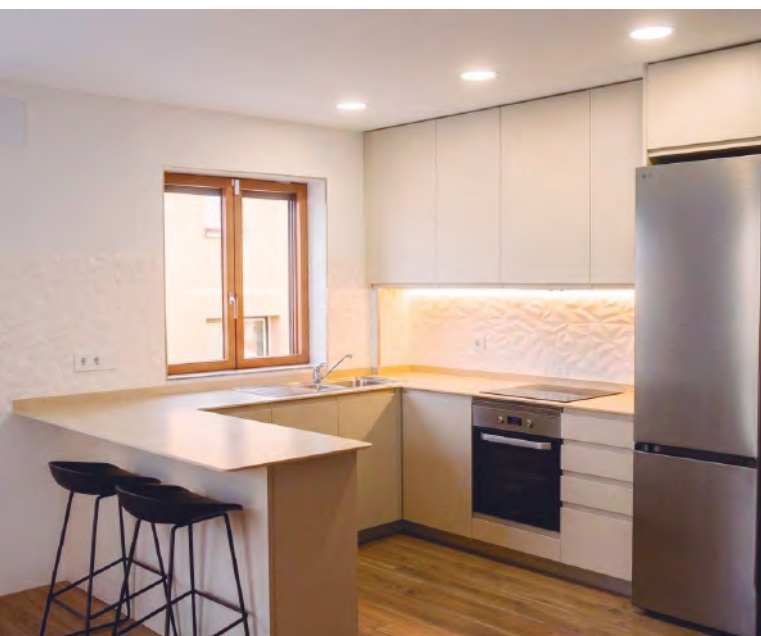
■ 84 Empresas asociadas

■ 90 Anunciantes



Cocinas Alve es una empresa madrileña especializada en el diseño, fabricación y comercialización de cocinas a medida bajo marca propia, con presencia en la Comunidad de Madrid y una trayectoria consolidada en el sector del equipamiento del hogar

Cocinas Alve: diseño personalizado y optimización del espacio



Fundada en Madrid en 1975, Cocinas Alve es una empresa especializada en la fabricación y comercialización de cocinas bajo su propia marca. Actualmente, cuenta con dos instalaciones en la Comunidad de Madrid: una exposición comercial en la capital española y un centro de fabricación y exposición en la localidad madrileña de Ajalvir.

Con una plantilla de 21 trabajadores y una facturación anual de aproximadamente 1,6 millones de euros, desarrolla su actividad principalmente en la Comunidad de Madrid y provincias limítrofes. En esta entrevista, hablamos con sus responsables para conocer mejor la realidad de la empresa y su visión sobre la actualidad del sector del equipamiento de cocinas.

- **Defina su principal estrategia para el sector de equipamiento de cocinas. ¿Con qué plazos de entrega trabajan? ¿Qué garantía tienen sus productos?**

El principal concepto y estrategia es “realizar el traje a medida de la cocina”, tanto en materiales como en el diseño y el aprovechamiento del espacio de la misma.

Todas las personas que intervienen en el diseño, fabricación, reparto e instalación son personal de la empresa. Así, conseguimos el máximo grado de satisfacción de nuestros clientes. Nuestro plazo de entrega se sitúa de media en 30 días. Por otro lado, ofrecemos a nuestros clientes un plazo de garantía de cinco años.

- **¿Cómo afrontan la innovación de producto?**

El sector de la cocina se ve inmerso en un proceso de cambio, adaptación y mejora continuo del que somos partícipes, tanto en la fase de diseño como en el proceso de fabricación. Tenemos una relación muy estrecha con los proveedores de elementos auxiliares con los que se hace la composición de los mobiliarios de cocina diseñados. Los equipos comerciales establecen intercambio de criterios y opiniones a diario, que derivan de las necesidades de los clientes, lo cual se aplica en la fase de I+D y finalmente se ve reflejado en los materiales, colores, acabados de muebles, tiradores, herrajes y en el conjunto de proyectos. Nuestro equipo de diseñadores está al tanto de las últimas novedades y ofrecen a los clientes todas las opciones para que puedan elegir la mejor opción.

Quooker®



El grifo que lo hace todo

Quooker te proporciona agua caliente e hirviendo al instante, además de agua refrigerada filtrada, con y sin gas. Ahorra tiempo y dinero al cocinar o limpiar y evita residuos.



Quooker.es

• ¿Cuál es su perfil de cliente o canal de venta? ¿En cuántos puntos de venta a nivel nacional tienen presencia?

Estamos orientados principalmente a aquellos clientes particulares, que quieren que su cocina sea de fabricación única, que esté hecha a la medida de su espacio, donde puedan tener la máxima capacidad de almacenamiento posible, con los colores y acabados que encajan con su forma de ser, y no se conforma con prefabricados. El cliente participa en el diseño, elige interiores, acabados, accesorios y detalles en colaboración con el comercial asignado.

También tenemos un canal con especialización más orientado a contract, que cada vez nos requieren más, para promociones de vivienda destinadas a clientes finales que exigen al promotor nuestro tipo de amueblamiento de cocina. Los puntos de venta comercial están en Madrid y Ajalvir, siendo la comunidad de Madrid y alrededores nuestras zonas principales de actuación, abarcando otras comunidades cuando los clientes nos lo piden y todas las circunstancias para poder llevar a cabo el proyecto son favorables.

• ¿Cuáles son a su juicio las últimas tendencias en el sector de equipamiento de cocinas?

En cuanto a materiales, los nuevos PET que irrumpieron con fuerza hace unos años siguen siendo los más valorados por el mercado. También llegan con fuerza los tableros melamínicos en un amplio abanico de colores y texturas, y se mantienen los HPL en toda su gama. Respecto a los colores, siguen en tendencia los tonos neutros, pasteles y maderas combinadas.

En lo relativo a los espacios, destacan los proyectos con cocina incorporada en el salón, que forma un espacio único y confortable, así como la tendencia a soluciones mediante islas y penínsulas que crean unas zonas amplias en almacenamiento, zona de trabajo y de asientos altos.

También cabe destacar encimeras sobre muebles más altos, el uso de gaveteros y cajones ocultos, así como acabados de los muebles superiores a techo y el uso de iluminación led incorporada en el mobiliario.

• ¿Con qué facturación cerraron su último ejercicio y cómo esperan terminar el actual?

El último ejercicio se cerró con una facturación aproximada de 1.600.000 euros. Para este ejercicio esperamos situarnos en una cifra similar.



• ¿Cómo ven el futuro del sector español de equipamiento de cocinas en los próximos años? ¿Y el de su empresa?

La cocina sigue siendo una estancia muy particular y preferente del hogar, donde la familia se reúne a la mesa a disfrutar y charlar distendidamente, que en la era reciente adquirió gran importancia durante los 98 días de confinamiento de 2020 y todavía están en el recuerdo de todos. Es por ello que los clientes valoran tener muy bien aprovechado el espacio, que la cocina esté bien equipada y que sea bonita, por lo que en los próximos años estamos seguros que seguirá siendo ese lugar tan importante del hogar para las familias.

El nivel del sector en España es muy notable, tanto en calidad como en diseño, se mantiene en mejora e innovación continua, por lo que seguro que se seguirá manteniendo la misma perspectiva de crecimiento a futuro, tanto en la empresa como en el sector en general.

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

Siempre hemos pensado que el asociacionismo es básico en cualquier sector. El flujo de información y experiencias es importantísimo para cualquier empresa.

• ¿Qué esperan de la próxima edición de Espacio Cocina SICI 2026 coincidiendo con Hábitat y 360 by Cevisama?

La próxima edición de SICI 2026 va a constituir un verdadero éxito de expositores y público profesional. Coincidir con la feria Hábitat y 360 by Cevisama es un auténtico acierto. Allí nos veremos.

ÈCLOS[®]

by COSENTINO



RESISTENCIA SUPERIOR
AL CALOR

CERO
SÍLICE

NÚCLEO
RECICLADO

DISEÑO INTEGRADO
EN 3D

ÈCLOS es una superficie mineral de última generación desarrollada con tecnología avanzada de diseño por capas.

COSENTINO



Tecnomak:
“No vendemos solo productos o servicios, sino un respaldo sólido y duradero”

www.tecnomak.es

Tecnomak, representante para el mercado español de la marca de herrajes Blum, ha cumplido 40 años recientemente, y lo ha hecho remodelando sus instalaciones y showroom de Gavá, en Barcelona. Para hablar de tan señalada efeméride, entrevistamos a sus CEOs, Ignacio y Alejandro Chivite, miembros de la segunda generación de esta empresa familiar fundada por su padre hace justo ahora cuatro décadas.

• **¿Qué destacarían de Tecnomak en estos 40 años?**

El camino recorrido, desde un inicio muy humilde, con esfuerzo, sacrificio, constancia y determinación y, siempre, manteniendo el compromiso con los clientes. Empezamos con una idea clara de ofrecer un producto de calidad y dar buen servicio con muchas ganas de hacer las cosas bien. Con el tiempo, fuimos creciendo, aprendiendo, adaptándonos a cada cambio del mercado. Es un orgullo ver cómo lo que comenzó desde cero, hoy es una empresa sólida, con un equipo humano excepcional y cercano a nuestros clientes que nos siguen eligiendo año tras año. La confianza construida no se logra de un día para otro: se gana con trabajo honesto, soluciones reales de calidad y un buen servicio.

Ignacio y Alejandro Chivite

CEOs de Tecnomak

• **¿Cuáles han sido las claves para llegar hasta aquí?**

La capacidad de adaptarnos a los cambios y planificar nuevas estrategias manteniéndolas incluso en los momentos difíciles. Apostar desde el inicio por la calidad de los herrajes Blum y el trabajo constante realizado siempre de manera conjunta nos ha ayudado mucho todo este tiempo. Confiar en las nuevas estrategias, manteniéndonos fieles a nuestros valores, nos permitió seguir creciendo tras superar periodos de crisis en el sector.

• **El relevo generacional fue un éxito en su caso. ¿Qué enseñanzas de su padre son las que más les han servido?**

Su forma de liderar con el ejemplo: trabajar duro, con honestidad, ser responsables, dar ejemplo a nuestros empleados, estando siempre atentos al mercado y a las necesidades de nuestros clientes. El traspaso generacional en Tecnomak fue exitoso porque tuvimos una gran formación en la empresa, con diálogo, respeto y un proceso de transición acompañado: él siempre estuvo con nosotros desde el inicio, nos preparó, pero también supo escucharnos y confiar en nosotros.

• **¿Qué consejos darían a quienes tengan que dar ese paso?**

Que lo más importante es anticiparse, no improvisar. Hay que construir ese relevo con tiempo, una buena planificación y formación imprescindible, pero también entender que las nuevas generaciones no están para copiar, sino para que la continuidad y evolución del proyecto familiar tenga su propia identidad, pero sin perder la esencia que lo hizo posible.

COOKING
SURFACE PRIME

cookingsurface.com



Smart Cooking: bienvenidos al diseño invisible e inteligente

Revoluciona el espacio creando un ambiente único y vanguardista donde aprovechar cada centímetro con la nueva inducción invisible.



Nuevo showroom.

• **¿Cómo ha cambiado el mercado en estos años?**

Mucho: ahora todo es más rápido, competitivo y tecnológico. Los clientes son más exigentes y buscan soluciones inmediatas. También buscan la diversidad de calidades según proyectos, pero a pesar de todo, si mantenemos los valores que nos han hecho llegar hasta aquí, nos seguiremos adaptando a los cambios continuos de los mercados.

• **¿Qué es lo que más valoran los clientes de ustedes?**

Principalmente la confianza que construimos a lo largo del tiempo con un producto de calidad y un buen servicio. También aprecian nuestra capacidad para ofrecer soluciones personalizadas, la atención cercana y el compromiso constante de acompañarlos en cada desafío. No vendemos solo productos o servicios, sino un respaldo sólido y duradero.

• **Tecnomak no se entiende sin Blum, ¿Cómo ha sido la relación con el fabricante austriaco todos estos años?**

Desde el principio la relación comercial entre nuestro padre y el Sr. Gerhard Blum fue muy familiar, lo que ayudó a tener una gran fluidez y confianza por las dos partes. La relación con Blum siempre ha sido clave en nuestro crecimiento y consolidación. Compartimos una visión de negocio muy similar: calidad, innovación y un fuerte compromiso con el cliente. Eso nos permitió construir una alianza sólida, transparente y duradera. Además, los herrajes de Blum no solo cumplen los más altos estándares de calidad, sino que también se adaptan a las necesidades de nuestros clientes. Así, el respaldo técnico y comercial que recibimos de manera incondicional por su parte ha sido fundamental para poder brindar un servicio integral en nuestro mercado. Trabajar con Blum, que nos acompaña y evoluciona junto

a nosotros, nos da una gran tranquilidad y confianza para seguir creciendo juntos.

• **En un mercado tan competitivo, ¿qué les diferencia?**

La combinación entre la calidad de los productos que ofrecemos y el servicio personalizado que brindamos. Ya hemos dicho que no solo vendemos soluciones, sino que acompañamos a nuestros clientes en cada etapa, desde la asesoría técnica hasta la postventa. Además, nuestro equipo está comprometido y capacitado para responder rápidamente y adaptarse a las necesidades de cada proyecto de nuestros clientes. Esa cercanía y compromiso hacen que Tecnomak sea más que un proveedor: somos un socio fiable para quienes nos eligen.

• **¿Qué importancia tiene para Tecnomak la cocina y qué tendencias de producto destacaría para este mercado?**

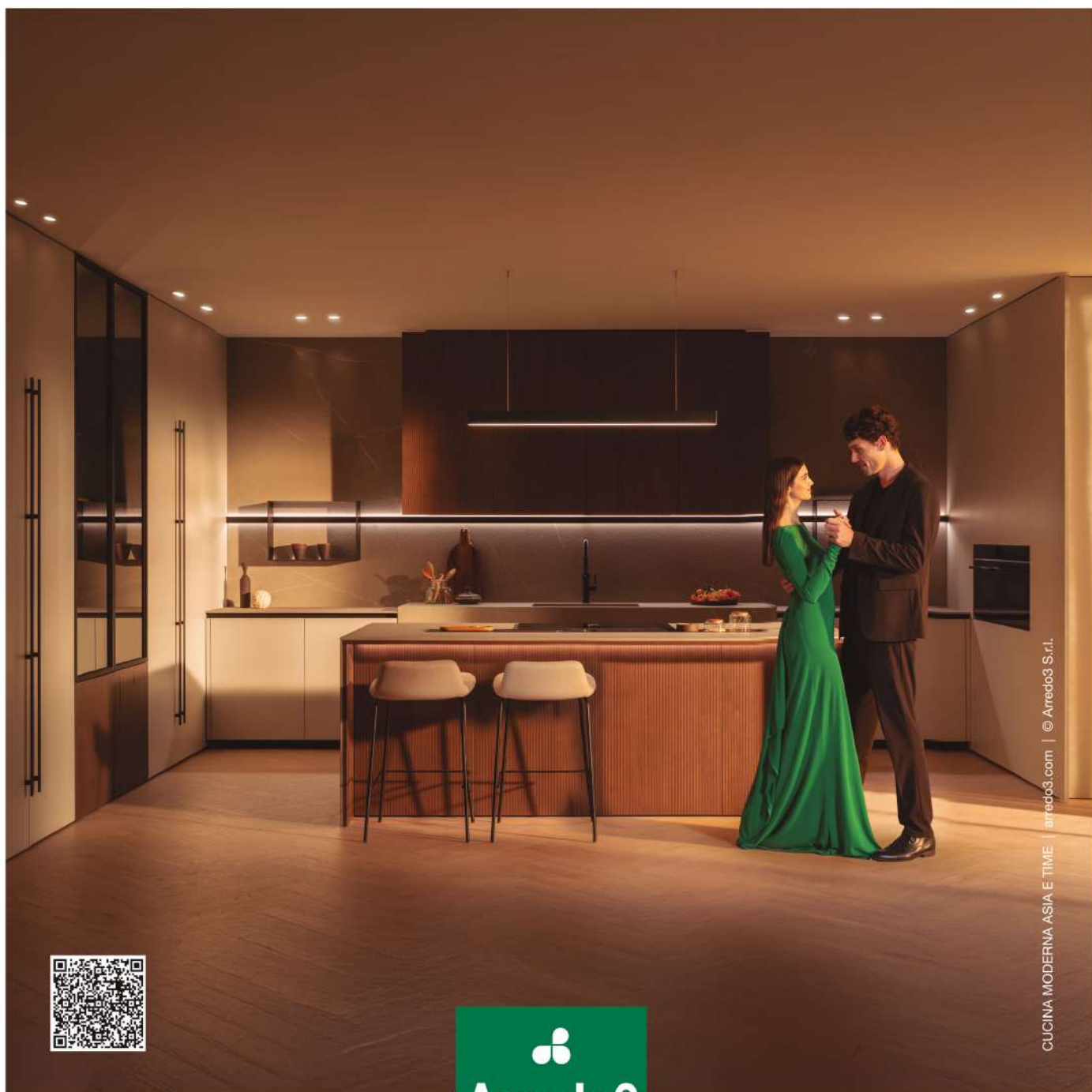
La cocina es el sector más importante de nuestro negocio y el foco principal de los nuevos desarrollos y novedades. Se trata de un mercado dinámico, con una evolución constante que genera grandes desafíos. La integración entre funcionalidad y diseño es esencial para conseguir el mejor resultado. La última tendencia es REVEGO, sistema pocket que abre nuevas perspectivas para el uso multifuncional de los espacios. Este sistema de puertas escamoteables con tecnología integrada permite abrir y cerrar estancias de una forma fácil y ágil tanto en aplicaciones individuales (sistema UNO) como en dobles (sistema DUO). La planificación fácil y el montaje sencillo son su mayor virtud.

• **¿Cómo ven al sector cocina hoy? ¿Y en 10 años?**

Actualmente vive un momento muy dinámico. La demanda se mantiene activa, con consumidores que cada vez valoran más el diseño, la funcionalidad y la calidad. Al mismo tiempo, el mercado exige estar muy atentos: hay más competencia, más opciones y clientes que comparan, preguntan y esperan soluciones a medida. Por eso creemos que hoy más que nunca es clave ofrecer valor real: productos innovadores y un servicio cercano que acompañe al cliente en todo el proceso; por este motivo la firma Blum está continuamente invirtiendo en I+D+i.

Dentro de 10 años, el sector del mueble de cocina será aún más tecnológico y personalizado. La sostenibilidad y la digitalización serán protagonistas, así como la IA, con muebles inteligentes que se adapten a cada usuario. Además, la experiencia y el servicio seguirán siendo clave para acompañar estos cambios y satisfacer las nuevas demandas del mercado.

ENAMÓRATE EN LA COCINA



CUCINA MODERNA ASIA E TIME | arredo3.com | © Arredo3 S.r.l.



Uniche come
chi le sceglie

El 27 de mayo, tuvo lugar en el Roca Gallery Barcelona, la 47ª Asamblea General de la Asociación de Mobiliario de Cocina (AMC) con la asistencia de 150 personas, todo un récord que se sumó también a la cifra de asociados alcanzada, 165, nunca antes vista

La 47ª Asamblea General de AMC, una edición de récords



La asamblea más numerosa de AMC hasta la fecha tuvo lugar en un contexto marcado por cifras muy positivas tanto para el sector cocina, como para la propia asociación que, con 165 miembros, ha logrado también una cifra histórica. La asamblea estuvo precedida la tarde noche antes por un cóctel-cena en el showroom barcelonés del fabricante de mueble de cocina y miembro de AMC, **Doca**, del grupo KBV. La velada, a la que asistieron también numerosos miembros e invitados de la asociación sirvió de punto de encuentro para el networking y de antesala de la asamblea general del día siguiente.

Precisamente, en el acto central de la asamblea, **Félix Bernad**, presidente de AMC agradeció tanto a Doca como a Roca, haber sido los anfitriones de ambos eventos que, dijo, son de los que hacen sector. Así, mencionó las **26 nuevas incorporaciones** desde la anterior asamblea y recordó que en AMC todas las empresas son bienvenidas, porque todas tienen algo que aportar, y que el intercambio ayuda a todos.

También pronunció unas palabras **Pau Abelló**, del Grupo Roca, y presidente de la Federación Hábitat de España, de la que forma parte AMC, y que busca defender los intereses del sector ante las Administraciones Públicas. Abelló agradeció a AMC su confianza en Roca. El, **Roca Barcelona Gallery**, escenario del evento, ofreció a los presentes la oportunidad de ver y experimentar con

algunos de los productos expuestos en el espacio. Como la colección Meridian de Altherr Désilé Park, la grifería Kay de Stefan Díez, la serie Aquafy con sistema de filtración para cocina, los nuevos Smart Toilets, Roca Connect y otras soluciones.

Seguidamente, **Fernando Cancio**, tesorero saliente, repasó las cuentas de 2025 y presentó las de 2026. AMC goza de buena salud financiera y recursos económicos para todas sus actividades que se enumeraron posteriormente. Ello se debe en su mayor parte a las cuotas de los asociados que, gracias a la suma de nuevos miembros, siguen al alza. Tras la ratificación de Félix Bernad en asamblea general ordinaria como establecen los estatutos, se renovaron **los cargos de la junta directiva** que habían finalizado su mandato. Así cesaron Fernando Cancio (Cancio), tesorero, y los vocales Luis Vicens (Grupo KBV) y Vicente Sorli (Arklam), que fueron sustituidos por Anatoli Jiménez (Delamora), Emilio Pastor (Cosentino), representado en el acto por Santiago Alfonso, y Jesús Catena (Grupo ACB), respectivamente.

En el repaso al número de asociados, el director de AMC, **Sebastián Acedo** cifró en 165 empresas y 169 marcas los miembros actuales, tras las 26 nuevas incorporaciones y las 6 bajas del último año. Así, de los 165 asociados actuales, 57 son fabricantes de mueble de cocina; 6 de mueble de hogar y mesas y sillas; 12 son distribuidores; 28 son firmas de complementos;

Alicante
Barcelona
Granada
Madrid
Murcia
Sevilla
Valencia

Bc3
Cocinas





Miembros de la nueva Junta Directiva de AMC.

32, de componentes y 17 son firmas colaboradoras. Las empresas de AMC **facturan 5.356 millones de euros** a nivel nacional y emplean a más de 18.000 personas. Acedo recordó el crecimiento anual del sector del **3,36% en 2025** y ofreció otros datos como los precios medios de venta de las cocinas, el peso en valor de cada tipología de productos o la productividad en relación al número de empleados. Sobre las actividades realizadas por la asociación, mencionó el estudio «**Barómetro de la Buena Cocina hecha en casa**» sobre cómo los hogares proyectan y usan la cocina, y que ha tenido un gran impacto mediático.

Otro punto destacado de la jornada fue la intervención de **Daniel Marco** sobre la próxima edición de “Valencia Inspira Diseño” la gran feria del hábitat que incluirá la cocina en su próxima edición de finales de septiembre en Valencia. Será un edición muy ambiciosa (más de mil marcas y 110.000 m²) para poner en valor el trabajo de las empresas y que busca atraer a todo el sector español e internacional. En este sentido, dijo que la feria ha destinado 1,5 millones de euros para invitar este año a más de 3.000 compradores de la distribución y estudios de arquitectura y diseño de 70 países. Mencionó asimismo el Hotel proyectado por Joaquín Homs para la feria con aplicación de producto, o la campaña de medios internacional e influencers. De Espacio Cocina SICL dijo que ya está al **95% de ocupación**.

La siguiente presentación repasó las actividades de 2025, entre ellas visitas a empresas, presentaciones de productos, eventos y viajes, actividades formativas, o el plan de comunicación para dar a conocer las bondades del producto de proximidad y que ha tenido numerosos impactos en medios nacionales. Ligado con esto, **Santiago Esteban**, de Newlink, agencia de comunicación de AMC, explicó las acciones realizadas en medios de comunicación, redes sociales, influencers, colaboraciones y acciones especiales y de protección de la reputación sectorial.

Asimismo habló de la importancia de la inteligencia artificial, que hay que nutrir con informaciones coherentes y relatos innovadores de nuestras empresas, porque influye en el relato y la constitución de la imagen de marca. Igualmente, **Carlos Espada**, del sector de Bienes Tecnológicos de Consumo de AECOC, presentó su 16º Congreso del 16 de junio en Madrid.

Tras una pausa para el café, tuvo lugar la ponencia del experto y divulgador sobre IA, **Jon Hernández**, quien dijo que la IA es ya presente y no puede obviarse, pues supondrá una revolución brutal en todos los ámbitos y cambiará muchos modelos de negocio. Así, más que como amenaza hay que verla como una oportunidad. Dijo que la IA ha avanzado tanto y seguirá haciéndolo, en la capacidad de producir inteligencia, algo que hasta ahora era exclusivo de los seres humanos. Así, es clave pensar qué podemos aportar los humanos más allá de la inteligencia, que ya vale “cero”.

También dijo que la IA ya hace parte de nuestro trabajo y que hay profesiones o tareas que las hace más rápido y mejor que los humanos. Explicó la magnitud de la IA, que en EE.UU. se considera un tema de seguridad nacional. Y lo demuestra también las enormes inversiones de las grandes tecnológicas, como los 600.000 millones de dólares de Meta.

Igualmente se refirió a los nuevos asistentes personales de IA como una oportunidad para mejorar la productividad y afirmó que, en dos años, quien no use la IA dejará de ser competitivo. Igualmente explicó que solo el último año, la IA ha mejorado su eficiencia 4.000 veces, algo con lo que es imposible competir.

El debate no es humanos contra IA, porque la IA es positiva. Es cierto que mencionó el incremento de fraudes por el mal uso de la IA y de la afectación que tendrá sobre parte del empleo, pero al final, los resultados serán mejores: más productividad más enfermedades detectadas a tiempo... Y como en todo, en esta revolución habrá quienes desaparezcan y quienes sepan aprovechar la tecnología para crecer y ganar mercado. Nuestro conocimiento más la IA ofrece resultados exponenciales. Sin la IA es imposible competir. Hay **una gran oportunidad** porque poca gente está usando bien la IA. Hay que subirse al tren ya o ir a remolque luego, con las consecuencias que ello pueda tener.

La ponencia suscitó numerosas preguntas y un interesante debate que continuó en la comida de networking posterior con que finalizó la jornada.

Veneta Cucine®

Más espacio, más libres.



Con más de 30 años de experiencia, Ardis de Grupo ProSolid conoce las necesidades reales de fábricas, distribuidores y retailers en el sector de la cocina en España. Su software especializado destaca por su innovación constante para optimizar procesos como diseño, producción y gestión con soluciones flexibles y personalizadas

Ardis-ProSolid: el software pionero para transformar la producción en la industria



Ardis Software nació en 1994 con la visión pionera de ofrecer soluciones tecnológicas innovadoras para la industria del mueble y el tablero. Desde entonces, la empresa ha crecido de manera constante, expandiendo su portafolio, su equipo humano -actualmente cuenta con una plantilla de 29 profesionales- y su capacidad para abordar proyectos cada vez más ambiciosos. Con sede central en Torrent (Valencia) y oficinas en Madrid, Barcelona y Vitoria, Ardis garantiza un servicio cercano y eficiente en toda España. Su oferta se centra en software especializado como ARDIS, TopSolid, Simulhome, ProCNC, Woody y Pontta.

- **Expliquen su experiencia y conocimiento del sector del mobiliario de cocina/hogar.**

Desde hace más de 30 años estamos en contacto directo con fábricas de toda España, de diferentes sectores: cocinas, contract,

almacenistas, fabricantes con tiendas propias, distribuidores, etc. Conocemos los problemas y necesidades de cada tipo de empresa y, sobre todo, las soluciones que realmente funcionan en el día a día.

- **Describa su principal producto/servicio para las empresas del sector. Indique las ventajas que aporta y explique sus principales diferencias con respecto a los servicios similares de la competencia.**

Nuestros productos y servicios están en continua evolución. Disponemos de soluciones informáticas que abarcan prácticamente todos los procesos de una fábrica: diseño, oficina técnica, optimización, producción, control de planta, gestión de pedidos, mecanizado CNC, configuradores comerciales y trazabilidad. Trabajamos con algunas de las soluciones más avanzadas del mercado y siempre hemos evolucionado al ritmo de la tecnología. Nuestro objetivo es ayudar a nuestros clientes a producir mejor, reducir errores y ser más rentables.

- **¿Cada cuánto innovan en sus servicios? Explique sus últimas novedades y qué respuesta están recibiendo por parte del mercado.**

La innovación forma parte de nuestro trabajo diario. Contamos con un equipo altamente cualificado dedicado al desarrollo y adaptación de nuevas soluciones. Entre las últimas incorporaciones destacan Pontta, un ERP desarrollado específicamente para la industria del mueble y el tablero, y Woody, una plataforma

ELEGANCIA Y SENCILLEZ PARA LA COCINA, EL BAÑO Y EL SALÓN.



Avosys, bisagra para puertas de cristal y espejo.



Delicada y elegante, para un diseño de muebles magnífico. Basta con pegarla, atornillarla o encajarla. Avosys es única en su clase. **IT'S ALL IN HETTICH.**



DESCÚBRELA CON
MIGUEL GÓMEZ



Más información:
hettich.com/short/hc4g7us


Hettich



que simplifica enormemente la gestión de pedidos y la comunicación entre tiendas y fábrica.

Además, seguimos incorporando nuevas herramientas relacionadas con la automatización, la digitalización de procesos y la inteligencia artificial. La respuesta del mercado está siendo muy positiva porque las empresas necesitan cada vez más integrar todos sus procesos y trabajar con mayor agilidad.

• **¿En qué otros sectores están presentes y con qué perfil de cliente/canal? ¿Qué creen que estos más valoran de ustedes como proveedores?**

Aunque nuestra principal especialización es la industria del mueble y el tablero, también trabajamos en sectores como metal, carpintería técnica, retail y fabricación industrial en general. Nuestro perfil de cliente es muy variado: desde pequeñas empresas familiares hasta grupos industriales con varias plantas de producción. Creemos que lo que más valoran de nosotros es nuestra experiencia en procesos productivos reales. Entendemos cómo funciona una fábrica porque llevamos décadas trabajando dentro de ellas. Ofrecemos más que software; aportamos conocimiento, acompañamiento y soluciones adaptadas.

• **En la relación con las empresas del sector, ¿qué tienen en cuenta a la hora de trabajar con este tipo de empresas y qué es lo que más valoran ellas? ¿Qué diferencia a las empresas de software de hogar de las de otros sectores?**

Cada empresa es diferente. No existen dos fábricas que trabajen igual, por lo que es fundamental entender sus procesos antes de proponer cualquier solución. Las empresas valoran la

cercanía, la rapidez de respuesta y la capacidad de resolver problemas reales. Cuando una empresa decide digitalizar su forma de trabajar necesita un socio tecnológico que la acompañe en el proceso. En el sector de la cocina existe además una gran necesidad de personalización. Los productos suelen fabricarse bajo pedido y cada proyecto es diferente, lo que exige herramientas muy flexibles e integradas con diseño, producción y venta.

• **¿Con qué facturación cerraron su último ejercicio y cómo esperan terminar el actual?**

Las previsiones para el ejercicio actual son positivas. Seguimos incorporando nuevas soluciones a nuestro catálogo y ampliando nuestra presencia en diferentes segmentos del sector, por lo que esperamos mantener una línea de crecimiento sostenible durante los próximos años.

• **¿Por qué han decidido asociarse a AMC y qué esperan de la asociación? ¿Qué creen que pueden aportar a la misma?**

AMC reúne a una parte muy importante de las empresas que forman el sector de la cocina y el mobiliario. Para nosotros es una oportunidad de seguir estrechando relaciones con fabricantes y conocer de primera mano las necesidades y retos del mercado. Esperamos encontrar un espacio de colaboración que beneficie a todos los asociados. Podemos aportar nuestra experiencia en digitalización, automatización y software industrial, áreas que cada vez tienen más relevancia dentro del sector.

• **¿Qué esperan de la próxima edición de Espacio Cocina SICI 2026 coincidiendo con Hábitat y Cevisama, de la que formarán parte como expositores?**

SICI siempre ha sido un punto de encuentro muy importante para fabricantes, distribuidores y proveedores del sector. Esperamos una edición con una gran afluencia de profesionales y una clara apuesta por la digitalización. Aprovechamos la feria para presentar Pontta, Woody y SimulHome, tres soluciones que encajan perfectamente con las necesidades actuales del sector. Esta última herramienta permite configurar y visualizar proyectos de forma rápida, mejorando la experiencia de venta del cliente final.

Queremos mostrar cómo la integración de estas herramientas puede ayudar a las empresas a ser más eficientes, reducir errores y mejorar tanto sus procesos internos como la experiencia de compra de sus clientes.

PANEL



PUERTA



LAMINADO



CANTO



ALVIC.com

Full COLLECTION

**Un espacio
Un lenguaje
Cuatro formatos**

El mismo diseño fluye desde el panel hasta el último canto. Espacios con calma. Con coherencia. Con carácter.

10 diseños coordinados en **panel, puerta a medida, laminado y canto**. También disponible en mueble montado.

ALVIC Full Collection

Diseñada para proyectos que inspiran.

Descubre los **10** diseños
y empieza tu proyecto



El fabricante aragonés de armarios a medida presentará
en SICI 2026, Suite, su gran apuesta

Incastri: “queremos que el armario deje de ser un simple mueble”



Fundada en 1994 en Villanueva de Gállego, Zaragoza, Incastri es un fabricante de armarios y muebles a medida. La firma tiene su sede principal en San Mateo de Gállego (Zaragoza), donde cuenta con unas instalaciones de 2.000 m² repartidas entre la fábrica y las oficinas centrales. Con una facturación de más de 1,5 millones de euros en 2025, la firma emplea a 15 profesiona-

les. Incastri vende sus productos en toda la Península Ibérica, Baleares y el norte de Francia. Conocemos más detalles por boca de su gerente, Óscar Pérez (en la imagen).

• **Defina su producto y explique qué les diferencia de la competencia. Indique plazos de entrega y garantía.**

Estamos en el segmento medio-alto de armarios y mobiliario a medida. No vendemos muebles modulares estándar sino soluciones particulares (frentes de suelo a techo, pasos de estancia enrasados, vestidores integrados y panelados). Usamos materiales de máxima calidad: maderas nobles, lacados, vidrios, perfiles de aluminio y accesorios y herrajes de alta gama. Nos diferencia la flexibilidad industrial absoluta: somos capaces

de llevar el nivel de detalle y personalización de un carpintero artesanal a una capacidad de producción a escala. Nuestros plazos de entrega son de 8 semanas, según el proyecto, y ofrecemos una garantía de 3 años en herrajes y mecanismos.

• **¿Cada cuánto innovan en producto? Explique sus últimas novedades.**

En Incastri no trabajamos con calendarios para incorporar mejoras o novedades, lo hacemos de forma continua y orgánica, al ritmo que nos marcan los proyectos, las necesidades de nuestros clientes y la evolución del mercado. Queremos que el armario deje de ser un simple mueble y pase a formar parte de las paredes de cualquier estancia de la casa, logrando que todo encaje a la perfección de suelo a techo y creando una sensación visual continua y elegante. Para ello contamos con nuevas vitrinas con bisagras ocultas de última generación, herrajes de apertura plegable a 180°, sistemas de panelado y puertas de paso para una integración limpia. Pero nuestra gran apuesta es “Suite”, un concepto integral que presentaremos en SICAM.

• **¿Cuál es su perfil de cliente y qué valoran de ustedes? ¿En cuántos puntos de venta están presentes? ¿Tienen tiendas propias? Hablen de su política de expansión.**

Nuestro canal de venta es estrictamente B2B y especializado: profesionales de la madera, estudios de interiorismo, arquitectos, tiendas de cocina/baño, reformistas y tiendas de habitat. Todos valoran nuestra fiabilidad técnica y la tranquilidad de que el mueble encajará al milímetro. Nos ven como un aliado de total confianza en el que delegar sus proyectos.

VALÈNCIA INSPIRA DISEÑO

València
inspires
design

28 Sept. - 1 Oct. 2026

FeriaHábitat
València

 ESPACIO
COCINA SICI

Textilhogar
HOME TEXTILES PREMIUM

trassessenta
BY CEVISAMA



Actualmente no tenemos tiendas propias para no competir con los clientes. Contamos con una red seleccionada de más de 100 puntos de venta. Nuestra política de expansión se basa en un crecimiento selectivo. Nos enfocamos en consolidar la relación con nuestros clientes actuales y, de forma muy cuidada, ampliar nuestra cartera con profesionales que provienen del canal cocina. Preferimos limitar el volumen de nuevos clientes para garantizar un servicio excelente y cuidar al máximo a quienes ya confían en nosotros.

• **¿Cuáles son las últimas tendencias en mueble de hogar y cómo las sigue su empresa?**

La tendencia principal es la integración de espacios y la armonía visual en todo el hogar. Triunfan las líneas minimalistas, las maderas cálidas y los materiales naturales, acompañados de herrajes ocultos que ceden todo el protagonismo a la limpieza del diseño. Incastri mantiene a sus clientes a la última, traduciendo las tendencias internacionales en soluciones reales de fabricación sin limitaciones de medidas y utilizando materiales y acabados de vanguardia.

• **¿Cuáles son los principales retos del sector español del mueble de hogar?**

Van desde el contexto geopolítico hasta el propio taller. El primer gran reto es la capacidad de adaptación frente a la inestabilidad internacional que encarece constantemente las materias primas. A nivel operativo, sufrimos una falta crítica de mano de obra cualificada y relevo generacional. También está el gran reto de la productividad: hacer más con menos. En nuestro sector, esto implica utilizar la tecnología y la digitalización para optimizar procesos. Finalmente, la IA es ya una realidad y el desafío sectorial es saber canalizarla con éxito para aplicarla tanto a la producción como al resto de los departamentos.

• **¿Cómo cerraron 2025 y qué resultados esperan en 2026?**

En 2025 facturamos algo más de 1,5 millones de euros. Este año, que estamos al límite de nuestra capacidad productiva, esperamos un alza del 10 %. Para seguir creciendo aún más, ampliaremos nuestra maquinaria, de manera que en 2027 podamos sumar una línea de producción mucho más automatizada para hacer frente al volumen creciente de proyectos.

• **¿Cómo ven el futuro del sector de mueble de hogar? ¿Y el de su empresa?**

Con gran optimismo: el mercado exige cada vez más diseño, personalización y sostenibilidad, áreas donde la industria española destaca. Para nosotros el panorama es aún más emocionante gracias a nuestra próxima transformación. Con la nueva línea en 2027 y el impulso de la feria SICI, elevaremos nuestro potencial de fabricación.

• **¿Por qué han decidido asociarse a AMC y qué esperan de la asociación? ¿Qué creen que pueden aportar a la misma?**

Nos asociamos porque compartimos su visión de potenciar el mueble de diseño nacional y defender su calidad. El cliente que compra una cocina de alta gama es el mismo que necesita nuestros armarios. De AMC esperamos compartir experiencias con otros empresarios, intercambiar ideas y buscar soluciones a los retos del día a día. Nos abre las puertas a colaboraciones estratégicas, ferias y eventos profesionales, dándonos una visibilidad que nos permite conectar mejor con el mercado. Incastri ayuda a abrir el abanico de profesionales de la asociación con nuestra dilatada experiencia en fabricación y comercialización.

• **¿Qué esperan de la próxima edición de Espacio Cocina SICI 2026 y qué van a presentar como expositores?**

Esperamos un éxito rotundo, al atraer a la feria los principales profesionales del sector. La coincidencia con Hábitat, baño y Cevisama potencia enormemente el evento, donde SICI está cobrando una relevancia espectacular en el mercado del hábitat. Presentamos un concepto en el que el armario se integra como el gran contenedor de la vivienda, transformándose en un sistema que se fusiona con las paredes de cualquier estancia. Para lograr esta limpieza estética, presentaremos sistemas de panelado, puertas de paso integradas y vitrinas de grandes dimensiones plegables a 180°. Esta ambiciosa propuesta de diseño culminará en la presentación oficial de nuestro concepto integral "Suite".

Todo lo que necesitas,
en un solo lugar

Habitat 360

Creemos en el poder del diseño para
transformar los espacios que habitamos.

Te invitamos a unir tu talento a nuestra
experiencia en un proceso colaborativo y
apasionante para inspirar y crear el
hábitat del futuro.

#connectingwood



Finsa

finsa.com

Descubre nuestras
novedades Tech & Design
2025-2029



Los pasados 27 y 28 de marzo, se celebró en Berlín la Convención anual y feria del Grupo MHK, que bajo el lema “Crear Valor Juntos”, reunió a 2.800 asistentes de los ocho países donde tiene presencia, incluido España. Asimismo, en la feria living & style participaron 123 marcas de mobiliario de cocina, electrodomésticos y demás equipamiento para la cocina y el baño

Grupo MHK: crecimiento en 2025 y apuesta por Musterhaus Küchen



Miembros del equipo de MHK Ibérica antes de la cena de gala de la Convención. De izquierda a derecha, Juan Peña, Miguel A. Ledesma, Laia Vidal, Rosa González, Vicente Burquete y Javier Perriáñez.

En rueda de prensa, el CEO de MHK Group, **Volker Klodwig** hizo balance de 2025: 72 nuevos socios hasta sumar un total de 4.382, y un **crecimiento del 5,1%** en facturación, hasta los 9.664 millones de euros que contrastan con la caída del 4,8% en 2024. En Alemania, su principal mercado, el grupo creció un 3,1% hasta los 6.056 millones de euros y en los siete países restantes facturó 3.608 millones de euros, el 8,6% más. Asimismo, los datos de 2025 también reflejan el aumento del precio medio de las cocinas vendidas por el grupo (sin contar su enseña Reddy) que creció un 2,5% y se situó en los 19.875 euros.

Para el futuro más inmediato, Klodwig habló de redoblar la **apuesta por la digitalización** con soluciones de la plataforma de software Carat, que incorpora funcionalidades de Inteligencia Artificial para acompañar más y mejor al cliente en su experiencia de compra. También se refirió a la expansión a otros países de su enseña **Musterhaus Küchen**, que tan buenos resultados ha logrado en Alemania, con 200 showrooms en año y medio. Precisamente, uno de los países donde se potenciará la marca Musterhaus Küchen, con el lema «Cocinas para vivirlas» será España.

Según el **responsable de MHK Ibérica, Juan Peña**, antes del verano abrirán las dos primeras tiendas Musterhaus Küchen de nuestro país en Vera (Almería) y Coín (Málaga). Peña también nos explicó que en 2025, la filial española sumó 12 nuevos socios, hasta los 125 actuales, y que las previsiones este año son entre 12 y 15 nuevas incorporaciones. De ellas, un tercio se espera que sean bajo la marca **Musterhaus Küchen**. Esta nueva marca no se trata de una franquicia, sino de un modelo que contempla diversos grados de implicación a nivel de rotulación e imagen de marca de las tiendas de los asociados y se beneficia de acciones de marketing específicas desde el grupo.

Igualmente, la **apuesta del Grupo MHK por el mercado español** este año se ve reflejada en la incorporación de un nuevo delegado de ventas para la zona sur y en la participación en septiembre en la feria Espacio Cocina SICI con más espacio y exposición de producto. Además, el grupo ha puesto en marcha dos nuevas webs para el mercado español, **www.mhkgroup.es** para asociados, y **www.cocinas.es** para clientes finales. Y en abril, MHK Ibérica también participó junto con sus asociados internacionales de MHK Group en la feria Eurocucina de Milán.

Y es que lo que diferencia al grupo es su **apuesta por el servicio**. En este sentido, como apunta el Gerente de MHK Ibérica, “queremos ayudar a nuestros asociados a tener éxito y crecer de forma sostenible”. De este modo, entre los servicios ofrecidos figuran desde atractivas condiciones de compra hasta servicios financieros y apoyo en marketing.

www.cocinas.es – www.mhkgroup.es

Av. de las Naciones, 31
Illescas, 45200
Toledo, España

www.sc-herrajes.com
925 51 24 24
info@sc-herrajes.com

Nuestros
catálogos
2026



TIRADOR BOHÍO
SC HANDLES X
PEPE RODRÍGUEZ
REF: 880

ILUMINACIÓN DE CAJÓN
REF: L221

SC
Handles &
Lighting

El 7 de mayo, las instalaciones centrales de Saltoki en Zaragoza acogieron las 6ª Jornadas Técnicas de la Cocina de Biesse sobre innovación y tendencias, en las que participaron más de 150 profesionales del sector de toda España, aunque, principalmente, de Aragón, La Rioja, Navarra y País Vasco

6ª Jornadas Técnicas de la Cocina de Biesse



El CEO de Saltoki, **Javier Madorrán**, fue el encargado de dar la bienvenida a los asistentes en sus instalaciones, además de presentar la compañía y su plan de expansión. Seguidamente, el presidente y el director de la Asociación de Mobiliario de Cocina (AMC), **Félix Bernad** y **Sebastián Acedo**, ofrecieron datos del sector, destacando el alza del 3,3 % del mercado en 2025, consolidado tras los crecimientos de dos dígitos postpandemia.

Por su parte, **F. Javier Sempere**, TG Sales Manager de Kronospan Iberia, firma de derivados de la madera, habló de su línea Kronodesign de acabados para interiorismo, así como del plan de expansión nacional de la empresa a través de sus 32 centros Design Center para prestar servicio al prescriptor. **Ariane Harto**, Brand Manager de Grass Iberia, dio una ponencia sobre el futuro del sector y las megatendencias de globalización e individualización, marcadas por el envejecimiento de la población o los nuevos modelos de trabajo híbrido. Asimismo, **Gaizka Arrieta**, Sales Manager de Grass Iberia, explicó la apuesta de Grass por la calidad, la innovación, durabilidad y sostenibilidad con productos como su cajón de acero V8, la guía Dynapro o el cajón Nova Pro Scala.

Las encimeras con inducción invisible fue el tema de la exposición realizada por **Pablo Esteban Cerra**, CEO de Cloen. Esteban explicó su tecnología, que incluye además transmisión de energía inalámbrica sin enchufes ni baterías y resulta compatible con porcelánicos de todo tipo. **Paloma Gómez**, Directora Comercial Nacional de Saltoki Home habló de sus lanzamientos de superficies porcelánicas en formato 120 x 280, que combinan con el mundo Hönnun Cocina. La siguiente ponencia fue la de **Sabrina Veral**, CMO Directora de la firma de superficies VENUX y versó sobre el nuevo cliente más exigente y que inicia su proceso de compra en digital. También citó las tendencias en diseño de superficies Stone Revival (apuesta por lo natural), The White Reset (Pantone Cloud Dancer) y Dark Statement (negro con contraste buscando el lujo).

La intervención de **John Arribas**, de la firma de reformas John Te lo Busca, se centró en la importancia del diseño y de la integración de los espacios en la vivienda. Por último, el cocinólogo **Daniel Colino** (imagen) analizó cómo la tecnología interviene en la fase de creación e impulso de un negocio. Así, apuntó cómo los hábitos estructuran el carácter y cómo el pensamiento condiciona la acción. Igualmente, se refirió a cinco etapas que intervienen en la puesta en marcha de un negocio según el rol del emprendedor: el Huérfano (etapa de dependencia); el Vagabundo (fase de creación); el Mártir (etapa de trabajo intenso sin visión de futuro); el Guerrero (Etapa a la que no todos llegan, pero cuando se alcanza se trabaja por valores y principios) y el Mago (Etapa de mayor sabiduría que lleva a la estrategia y a la reflexión).

<https://biesse.com/es/es/>



Ven a conocernos a
ESPACIO COCINA SICI
en Valencia del 28 de sept.
al 1 de oct. de 2026

Schüller Möbelwerk GmbH es un fabricante líder a nivel internacional de muebles de cocina. Fundada en 1966 y de gestión familiar, la empresa fabrica cada año alrededor de 170 000 cocinas diseñadas a medida en su planta de producción de Alemania. Sus aproximadamente 2300 empleados son sinónimo de fiabilidad, calidad y colaboración, y llevan este espíritu a unos 40 países de todo el mundo.



La marca de calidad Schüller diseña cocinas para toda la vida dirigidas al público general. Partiendo de la cocina, ofrece soluciones integrales de decoración.



next125 es sinónimo de un diseño atemporal y elegante en el segmento premium. Con gran calidad y fiabilidad, se crean productos innovadores con una modulación de 125 mm, inspirados en los valores de la Bauhaus.

schüller.



next125

España Norte y Andorra
Marta Zamora
marta.zamora@schueller.de

España Centro e islas Baleares/Canarias
Francisco Sabin
francisco.sabin@schueller.de

Zona Sur de España
Eduardo García
eduardo.garcia@schueller.de

Schüller Ibérica, S.L.U., España, Madrid

Cada vez son más los fabricantes de mobiliario de cocina que optan por este modelo de tienda premium que contribuye a hacer imagen de marca tanto entre los profesionales como entre los consumidores finales

Tiendas flagship de cocinas, un fenómeno que “engancha”

En sectores como la moda y los complementos de lujo, la perfumería de alta gama o la joyería, el peso de las marcas es definitivo. A ello contribuyen, y de qué manera, las tiendas flagship, esos establecimientos bandera situados en las **principales calles comerciales de las grandes capitales** de todo el mundo que son su mejor escaparate. Espacios elegantes que transmiten esmero y cuyo atractivo les sirve de polo de atracción para turistas y locales, ejerciendo un magnetismo mágico no solo por los productos expuestos, sino por el cuidado de los detalles: desde el cómo se muestran hasta el trato dispensado por el personal del establecimiento.

Conscientes que para el caso concreto del mueble de cocina español, **la marca sigue siendo la asignatura pendiente** de cara al usuario final hemos querido analizar el fenómeno de las tiendas flagship preguntando a destacados actores del sector por su visión al respecto, incluyendo reconocidas marcas italianas de muebles de cocina donde la realidad flagship tiene más recorrido, como ponen de manifiesto los eventos fuorisalone de Milán.

El ejemplo de Aran Cucine

Como nos explica **Rocco Pellegrini, Export Retail Director del grupo ARAN World**, para este fabricante italiano, una flagship store no debe ser simplemente un espacio expositivo, sino un lugar capaz de expresar con claridad la identidad, la visión y la cultura proyectual de la marca. Su principal objetivo es crear una experiencia inmersiva, en la que el cliente pueda entrar en

Aran Cucine.



contacto directo con los valores de la empresa: la calidad de los materiales, el cuidado por el detalle, la capacidad de personalización y la búsqueda constante de soluciones que interpretan la evolución del hábitat contemporáneo.

La flagship store de la marca en Milán, situada en el **distrito de Porta Nuova**, en Piazza San Gioachimo 2N, nace precisamente con esta finalidad: ser un punto de referencia no solo comercial, sino también relacional y proyectual. Un espacio en el que

Innovación para tu vida



Cocina #LikeABosch

Tu cocina más IN, está en MHK Cocinas

Consigue una cocina INigualable con el diseño a medida de MHK y los electrodomésticos INtegrables de Bosch.

Visita tu espacio MHK más cercano y recibe asesoramiento personalizado para diseñar tu cocina.

Porque **las cocinas más IN las diseña MHK** con electrodomésticos INtegrables de Bosch.

A photograph of a modern kitchen with dark grey cabinetry, a light wood countertop, and open shelving. Three black bar stools with light wood legs are in the foreground. The word 'INigualable' is overlaid in large white letters across the center of the image.

INigualable

MHK
GROUP

escuchar, dialogar, inspirar y construir juntos, respuestas concretas a las necesidades de quienes viven la cocina cada día. En palabras de Pellegrini, "Hoy, la cocina ya no es únicamente un espacio funcional. Es una dimensión arquitectónica, social y emocional del hogar. Por eso, la flagship store debe convertirse en la máxima síntesis de la marca: su voz, su rostro y el lugar en el que producto, proyecto y cultura del habitar se encuentran".

Para Aran Cucine, la ubicación de una flagship es muy importante. Por eso su flagship ideal necesita un contexto urbano dinámico, internacional y culturalmente sensible al diseño como Milán. Como apunta Pellegrini, "Milán representa para Aran Cucine una elección natural: es una ciudad que dialoga constantemente con el mundo de la arquitectura, el interiorismo y la innovación.

La **flagship milanesa de Porta Nuova** interpreta plenamente esta visión. No está concebida como una simple sucesión de cocinas expuestas, sino como un recorrido narrativo en el que ambientes completos, materiales, acabados, tecnologías y soluciones proyectuales acompañan al visitante dentro del universo Aran Cucine. En la misma línea, el Export Retail Director de Aran considera que "un showroom flagship debe saber contar la cocina como parte integrante de la casa y del estilo de vida de las personas. Debe ser flexible, acogedor e inspirador, pero también técnicamente preciso. Debe hablar al cliente final, al arquitecto, al interiorista y al profesional, ofreciendo a cada uno herramientas de lectura diferentes, pero siempre coherentes con la identidad de la marca".

La **red de distribución de Aran Cucine** se desarrolla a nivel internacional a través de showrooms monomarca, puntos de venta cualificados y partners seleccionados, todos ellos unidos por la capacidad de interpretar y transmitir los valores de la marca: calidad, diseño, fiabilidad, cultura proyectual y atención al cliente.

Para Aran Cucine, el punto de venta juega un papel fundamental: debe ser capaz de acoger al cliente, comprender sus necesidades, **acompañarlo en sus decisiones** y transformar el producto en un proyecto de vivienda coherente, personalizado y de alto valor.

El desarrollo de tiendas monomarca y showrooms dedicados forma parte de una visión amplia e inclusiva, que no sustituye a la red existente, sino que la refuerza. Estos espacios se convierten en lugares de referencia para clientes, arquitectos, proyectistas

y distribuidores, contribuyendo a consolidar la presencia de la marca tanto en los mercados nacionales como internacionales.

La empresa apoya a su red con **colecciones constantemente actualizadas, herramientas de proyecto, formación, asistencia técnica y materiales de comunicación**. Los partners locales, por su parte, aportan conocimiento del mercado, experiencia profesional y una relación directa con el cliente final. "De esta sinergia" -explica Rocco Pellegrini- "nace el valor de nuestro modelo: un **sistema integrado** en el que producto, servicio y proyecto trabajan juntos para ofrecer una experiencia completa, desde la primera inspiración hasta la realización final de la cocina".

Modulnova, otro referente

En el caso del también fabricante italiano de cocinas Modulnova, la tienda flagship es el lugar donde la investigación, la materia y la ingeniería toman forma en la **arquitectura del espacio**. De este modo, su principal objetivo es transmitir la identidad de la marca a través de una experiencia proyectual completa, donde emoción, función y cultura del habitar forman parte de un mismo lenguaje.

Así, el espacio flagship permite a arquitectos, interioristas y clientes entrar en relación con una visión evolucionada de la vivienda. Una recreación en la que cada ambiente expresa el diálogo entre materiales, luz, proporciones, detalles constructivos y sistemas integrados, de forma que el hogar se interpreta como un **proyecto arquitectónico único**, donde cocina, salón y baño dialogan con superficies, panelados, puertas y complementos, generando una nueva intensidad del espacio.



Modulnova.

La workstation que fusiona cocina y bartending
en una experiencia única, dando vida a nuevos rituales de convivencia.



Distribuido por:
Kitchen Exclusive
kitchenexclusive.es

elleci
TOGETHER. WITH STYLE

Por todo ello, el showroom insignia ideal nace en contextos urbanos vinculados al diseño, la arquitectura y la cultura contemporánea. Se desarrolla como un **recorrido fluido**, construido a través de ambientes conectados entre sí, donde superficies, volúmenes y perspectivas generan continuidad. Para Modulnova ha de tener una superficie amplia y flexible, capaz de acoger diferentes escenarios arquitectónicos y representar la amplitud de oferta de la marca.

Precisamente, Modulnova está presente a nivel internacional a través de una red compuesta por 350 showrooms, de los cuales **40 son flagship stores** distribuidos en Europa, Norteamérica, Asia y Oriente Medio. Como nos explican, cada espacio interpreta el lenguaje arquitectónico de la marca manteniendo una fuerte coherencia proyectual y visual. "La filosofía es crear proyectos capaces de transformar la identidad de Modulnova en experiencia: ambientes donde superficies, sistemas integrados y detalles técnicos definen continuidad, proporción y calidad espacial" -explican desde la marca.

Modulnova desarrolla sus flagship stores junto a **socios seleccionados**, siguiendo el proyecto expositivo desde el concepto y la distribución hasta el diseño y la construcción del espacio. La formación representa un elemento central del modelo, ya que permite transmitir competencias, cultura del proyecto y conocimiento profundo del sistema Modulnova.

La relación con los socios se basa en una **conexión humana y profesional**, construida sobre una visión compartida, altas competencias y la capacidad de interpretar cada mercado con coherencia y sensibilidad.

El punto de vista de Lube

Lube Industries, uno de los mayores fabricantes italianos de cocinas, utiliza su tienda flagship para mostrar fielmente su dimensión, calidad y filosofía como empresa. Como explican, más allá de la venta, su objetivo debe ser el de "ofrecer una experiencia donde el cliente perciba **diseño italiano, innovación, capacidad industrial y atención al detalle**. La tienda debe inspirar, generar confianza y demostrar que la marca es capaz de responder tanto a proyectos residenciales como contract, convirtiéndose en un auténtico escaparate del concepto "Made in Italy" y en un punto de encuentro para clientes, arquitectos e interioristas".

Para Lube, es importante que un estudio flagship esté ubicado en una zona estratégica, con alta visibilidad, buen escaparate y,



Lube.

preferiblemente, rodeado de competencia, ya que eso convierte el área en un verdadero polo de atracción para clientes interesados en cocinas y mobiliario en general. No recomiendan desde la firma italiana una superficie inferior a los 150 m², **un mínimo de 4 exposiciones bien planteadas**, y una gran área técnica. "Para nosotros, cada nueva tienda debe transmitir la esencia y el nivel de la marca, por lo que entendemos cada apertura como un auténtico flagship", apuntan.

La filosofía de Lube Industries pasa por trabajar únicamente con **distribuidores oficiales y exclusivos** de la marca, apostando siempre por relaciones a largo plazo basadas en la confianza mutua y el crecimiento conjunto.

En este sentido destacan su labor de acompañamiento al distribuidor desde el inicio del proyecto, ofreciendo apoyo tanto a nivel de producto como de servicio, formación, diseño de exposición y estrategia comercial.

Concretamente, Lube se encarga directamente de diseñar, desarrollar y montar las tiendas, aplicando toda su experiencia internacional para crear espacios más representativos, competitivos y alineados con la imagen y el posicionamiento de la marca.

En este proceso, Lube incluso ayuda a sus distribuidores con la inversión necesaria para desarrollar la tienda. Gracias a este

Hi Line. Láminas de luz para ambientes únicos



Diseño y electrificación sin cables

LS-LIGHT.COM

La boiserie combina iluminación, estantes electrificados reposicionables y accesorios, creando espacios elegantes sin cables visibles. Sistema modular y personalizable con maderas y gres elegidos por el cliente, Hi Line junta estética y funcionalidad excepcionales.

d,tec

Agente Tomás Eceiza Castillo
Plaza Iribar nº 2 - 2º Oficina 9
20.018 San Sebastián
(+34) 943.308325
tomas@dtectl.com

L&S Lighting
Intelligence

modelo, ya se han realizado más de **40 nuevas tiendas en España**, todas ellas concebidas para transmitir la calidad, innovación y esencia de la marca. Actualmente, Lube cuenta con 1.650 tiendas en todo el mundo, de las que más de 700 están en Italia.

Formas Cocinas, la visión del estudio local

Desde el estudio de diseño de cocinas murciano Formas Cocinas, **Miguel Gómez** destaca la importancia que otorgan a su tienda flagship, ubicada en pleno centro de la ciudad de Murcia. Este espacio concentra gran parte de sus operaciones y es su punto de partida de cara al concepto y estética que quieren replicar en el resto de sus tiendas. “Consideramos fundamental que un espacio de este tipo cuente con una ubicación céntrica y plenamente integrada en el núcleo urbano,” –apunta Gómez– “ya que esto favorece la visibilidad, el reconocimiento de marca y la cercanía con el cliente.

En cuanto a la superficie, creemos que debe ser lo suficientemente amplia como para exponer diferentes propuestas de cocinas de diseño modernas de forma clara y cuidada, pero sin caer en un espacio excesivamente grande que dificulte una experiencia más personalizada. Respecto a las cocinas de exposición, pensamos que deben marcar tendencia y **reflejar las últimas innovaciones en diseño, materiales** y soluciones que facilitan la vida del cliente”.



Formas Cocinas.

Formas Cocinas cuenta con un centro logístico en Molina de Segura y dos showrooms en Murcia y Alicante. La filosofía de estos espacios busca transmitir al cliente los principales pilares de la marca: un servicio personalizado, un diseño innovador y funcional, y una cuidada selección de materiales de alta calidad y electrodomésticos de primeras marcas.

Rekker: máxima expresión del universo de marca

Más allá de ser un espacio expositivo, para Rekker, fabricante barcelonés de mobiliario de cocina, una flagship debería convertirse en la **máxima expresión del universo de marca**. Un lugar capaz de transmitir no solo producto, sino también una manera de entender el diseño, los materiales, la arquitectura y la relación con el cliente.

En este punto, y considerando que hoy en día, gran parte de la información ya está disponible online, Para Rekker, el verdadero valor de una flagship reside en **generar experiencia**: permitir que el cliente perciba las proporciones, la materialidad, los detalles constructivos o la calidad de los acabados de una forma tangible y emocional.

Esta idea coincide de raíz con la filosofía de la marca, porque Rekker entiende la cocina como una pieza de arquitectura integrada en el espacio y no como un elemento aislado. Por eso, una flagship debería inspirar, emocionar y ayudar a comprender el nivel de personalización y oficio que existe detrás de cada proyecto.

Por otro lado, tampoco se olvidan del valor social y relacional de estos establecimientos: “Creemos que este tipo de espacios deben funcionar también como **punto de encuentro** para



Rekker.



Surfaces that define the kitchen

Durable, elegant porcelain surfaces for high-end kitchens.

arquitectos, interioristas y profesionales del sector, favoreciendo el diálogo en torno al diseño, la innovación y los materiales“añaden.

Por todo ello, la tienda insignia ideal para Rekker habría de estar ubicada en una gran ciudad con fuerte **vínculo con la arquitectura, el diseño y la cultura contemporánea**. Y más que una tienda al uso, habría de constituir una extensión natural del universo de la marca en un entorno sereno, arquitectónico y cuidado con esmero. Igualmente, señalan que este tipo de espacios han de ser lo suficientemente amplios para permitir respirar a cada proyecto y entender la cocina dentro de un contexto más doméstico y emocional.

Tampoco se trata de mostrar muchas propuestas, es mejor presentar **pocas cocinas muy bien trabajadas**, capaces de explicar distintas maneras de habitar y entender el espacio. Así, por ejemplo, se podrían combinar cocinas de interior y exterior, soluciones de almacenaje, materiales naturales, zonas técnicas y ambientes concebidos desde una mirada muy arquitectónica.

También tendría un papel importante la iluminación, la selección de materiales y la integración de elementos artísticos o editoriales que ayuden a construir una experiencia más sensorial y aspiracional.

Por todo ello, Rekker concibe el concepto flagship como un espacio que genere **inspiración y conversación** alrededor del diseño y la personalización, más que un showroom pensado para vender producto de forma inmediata.

En estos momentos, Rekker dispone de una red de estudios y distribuidores que comparten la misma visión en torno al diseño, la atención al detalle y el servicio personalizado.

Más allá de la cantidad, la marca busca crecer de forma muy controlada, priorizando colaboradores capaces de representar correctamente su filosofía. Para ello, el fabricante lleva a cabo un acompañamiento cercano de sus distribuidores, tanto a nivel de producto como de desarrollo de proyecto, materiales, formación y soporte técnico.

Para Rekker, **cada cocina es una pieza única** y eso implica un trabajo conjunto constante entre fábrica, estudio y cliente final. Como apuntan: “Nuestro modelo busca mantener el equilibrio

entre diseño, innovación, tecnología y oficio, asegurando que cada proyecto conserve la esencia y el nivel de detalle que definen a la marca”.

Antalia: el valor de la experiencia

El también fabricante español de mobiliario de cocina Antalia, con sede en la localidad toledana de Cedillo, tiene muy claro que el principal objetivo de una flagship debe ser **la experiencia**: “Una flagship no debe limitarse a la venta de producto, sino que ha de convertirse en un entorno inmersivo donde el cliente pueda comprender la filosofía, los valores y la calidad del fabricante”.

Por ello, entienden este tipo de tienda como un **escaparate vivo** capaz de transmitir innovación, diseño y funcionalidad, permitiendo al visitante experimentar la cocina como si fuera su propio hogar. De este modo, explican que “Más que mostrar cocinas, debe inspirar y facilitar que el usuario visualice cómo esos espacios pueden integrarse en su vida cotidiana”.

Igualmente, subrayan el papel relacional de los establecimientos físicos: “Para nosotros es fundamental la creación de un **vínculo emocional** con el cliente, a través de un asesoramiento cercano y profesional. La atención personalizada, el diseño a medida y el acompañamiento durante todo el proceso —desde la idea inicial hasta la instalación final— son elementos clave en la experiencia”.



Antalia.

Para Antalia, un espacio flagship ha de estar situado en una zona urbana de alto tránsito, en un entorno con gran vinculación a la arquitectura o el interiorismo.

Además ha de tener **entre 250 y 400 m²**, de manera que pueda albergar una exposición amplia sin resultar saturada. Entre 6 y 8 cocinas, para mostrar diferentes estilos, materiales y la variedad de gama, sería ideal. Y que, entre ellas, haya cocinas funcionales para realizar demostraciones y eventos dentro del espacio.

Si bien Antalia ya dispone de varios distribuidores exclusivos a nivel nacional, **prepara un showroom de 330 m²** en sus nuevas instalaciones. El futuro espacio no se centrará sólo en producto, ya que al situarse junto a la fábrica y las oficinas, servirá para mostrar todo el proceso creativo y de fabricación hasta llegar al hogar.

Saitra: más allá de los muebles

Por su parte, Saitra, fabricante aragonés de muebles de cocina, entiende que el objetivo principal de una tienda insignia ha de ser generar una **experiencia aspiracional**. En este sentido, señalan: "Más que un punto de venta, debe ser un espacio de vanguardia donde el cliente experimente de forma táctil y visual la capacidad de innovación de la marca. No buscamos solo mostrar muebles, sino impactar a través de un diálogo entre materiales nobles, colores de tendencia y soluciones tecnológicas".

Asimismo, consideran que este tipo de establecimientos deberían funcionar como **laboratorios de ideas** capaces de anticipar las necesidades del usuario contemporáneo. Además, añaden que el éxito de estos espacios radica en que el visitante perciba la cocina no como una estancia funcional, sino como el **eje arquitectónico de la vivienda**, utilizando para ello puestas en escena audaces que sorprendan por su diseño y su capacidad de personalización extrema.

Igualmente, Saitra considera la singularidad de estas tiendas concretada en un local con personalidad arquitectónica propia, preferiblemente un **espacio histórico rehabilitado** o una estructura industrial con techos altos, ubicado en una zona céntrica y de alto tránsito donde el diseño se respire en cada esquina.

También vinculan el concepto flagship con un espacio amplio que permita recorridos fluidos, huyendo de los laberintos comerciales. Porque creen que la exposición no debe saturar, sino seleccionar. En este sentido, es preferible incluir **pocas cocinas pero de gran impacto**, que muestren la versatilidad de cada marca. Además, ven necesario el protagonismo de una zona técnica de materiales y acabados, donde el cliente pueda interactuar con las texturas y colores en un entorno que invite a la cocreación junto con los profesionales del establecimiento.

Saitra basa su distribución en la colaboración con profesionales que comparten la pasión por la excelencia y que actúan como **embajadores de la marca** en sus respectivas zonas.



Saitra.

www.arancucine.it
www.modulnova.it
www.cucinelube.it
www.formascocinas.es
www.cocinasrekker.com
www.antaliacocinas.com
<https://saitra.com>

NUEVA ETAPA DE REKKER

Rekker evoluciona su identidad de marca como reflejo de una nueva etapa, caracterizada también por una nueva web y catálogo, además de por la incorporación de figuras clave. En este proceso, Rekker no busca transformar su esencia, sino expresar con mayor claridad aquello que siempre la ha definido: el cuidado de los detalles, la pasión por el oficio y una manera de entender la cocina desde la arquitectura, los materiales y la experiencia de habitar. La firma ha nombrado a Jordi López como nuevo director de marca, y al interiorista Sergi Comellas, como director creativo.



Sergi Comellas

Jordi López

COLABORACIÓN ÈGGO COCINAS Y COSENTINO

Èggo Cocinas, especialista y referente europeo en el diseño de muebles de cocina a medida, con 18 tiendas en España, refuerza su colaboración con la firma almeriense de superficies para arquitectura y diseño Cosentino. De esta manera, las 18 tiendas españolas de Èggo Cocinas incorporan las soluciones de Cosentino como Silestone, Dekton y Sensa, en condiciones muy competitivas para sus clientes. Asimismo, los establecimientos de Èggo Cocinas en nuestro país han sido de los primeros en implantar la solución de optimización digital de Cosentino para la gestión de proyectos. La colaboración también incluye formaciones técnicas y sesiones de inspiración conjuntas para los equipos de diseño y venta.

NUEVA WEB DE SOLA

Sola, fabricante navarro de mobiliario de cocina, ha mejorado su página web, evolucionando su ecosistema digital para ofrecer más agilidad y soporte a los distribuidores. De esta manera, la nueva web corporativa de Sola Cocinas constituye ahora una plataforma renovada con la que la marca busca mejorar tanto su imagen digital como las herramientas de trabajo disponibles

para su red de distribuidores. Con el rediseño de su web, Sola avanza en su apuesta por la digitalización y la optimización de los procesos entre fabricante y punto de venta, ofreciendo un entorno más accesible, organizado y práctico.

15 AÑOS DE XENO

MHK Ibérica celebra el 15º aniversario de Xeno, una de las marcas de muebles de cocina propias de referencia para el comercio especializado de cocinas en España. Junto a Neola, ambas enseñas ofrecen a las tiendas de cocinas MHK, soluciones exclusivas con una excelente relación calidad-precio, máxima flexibilidad de planificación y un sólido apoyo en marketing y redes sociales. Con promociones especiales, contenidos digitales y herramientas de diferenciación comercial, MHK Ibérica refuerza la competitividad de sus asociados frente a grandes cadenas y nuevos actores del sector cocina..

DELAMORA, EN COSENTINO CITY BARCELONA

A finales de mayo, Delamora celebró un acto en Cosentino City Barcelona para mostrar sus novedades de producto y estrechar lazos con profesionales y distribuidores de la zona. En el transcurso de la jornada, los presentes pudieron conocer de primera mano algunas de las novedades y líneas en las que trabaja Delamora para adaptarse a lo que está demandando el mercado actualmente.

CATA GROUP, NUEVA DENOMINACIÓN CORPORATIVA DE CNA GROUP

CNA Group ha anunciado su cambio de denominación corporativa a Cata Group, una decisión estratégica con la que la compañía sitúa a su marca más reconocida como eje de su identidad global. La nueva etapa estará marcada por el impulso al crecimiento internacional, el avance en innovación tecnológica, la apuesta por el diseño y la actualización de sus marcas Cata, Edesa, Nodor y Apelson.



De izquierda a derecha, Santiago Torrent y Jorge Parladé, presidente ejecutivo y vicepresidente de Cata Group, respectivamente.

WHIRLPOOL: NUEVOS ELECTRODOMÉSTICOS INTEGRABLES

A finales de abril, en un showcooking en Barcelona, Whirlpool presentó sus nuevos electrodomésticos de encastre, capaces de permitir a los usuarios cocinar como auténticos «estrella Michelin». Los cocineros Xabier Goikoetxea, jefe de cocina del restaurante Martín Berasategui (tres estrellas Michelin) y Andrea Fiori, del equipo del Chef Paolo Casagrande del restaurante Osteria Condal, utilizaron los nuevos electrodomésticos Whirlpool para demostrar cómo pueden acercar la alta gastronomía a los usuarios finales. Manuel Royo, Director de Marketing de Beko Europe, fue explicando algunas características de los nuevos electrodomésticos de Whirlpool. Destaca su diseño panelable, la tecnología 6º Sentido y funcionalidades con IA.



De izquierda a derecha, Andrea Fiori, Manuel Royo y Xabi Goikoetxea.

DIOMO ESTRENA CATÁLOGO

Coincidiendo además con el lanzamiento de su renovada página web, Diomo acaba de presentar su nueva colección de cocinas. En este sentido, las nuevas cocinas de Diomo buscan adaptarse a las necesidades reales del día a día de los usuarios. De esta manera, con sus nuevas cocinas, Diomo apuesta por espacios funcionales, estéticos y llenos de vida. Igualmente, la nueva colección se caracteriza por líneas contemporáneas, materiales de alta calidad y soluciones inteligentes que mejoran la experiencia en el hogar. Asimismo, las nuevas cocinas de Diomo se acompañan de un nuevo catálogo en formato digital, disponible en su renovada página web, donde los usuarios pueden explorar todas las propuestas de manera cómoda y visual.

EVENTO DE JURACOR

El pasado 29 de mayo, Juracor acogió en sus instalaciones el evento Festool Professional Power On Site, una jornada técnica dirigida a profesionales del sector de la carpintería, la industria y el tratamiento de superficies, en la que los asistentes pudieron

conocer y probar en condiciones reales de trabajo las últimas soluciones de la marca Festool.

ITALIA DEDICA UN SELLO POSTAL A SNAIDERO

Snaidero celebra su 80 aniversario con un reconocimiento histórico: el Ministerio de Empresas y Made in Italy ha lanzado un sello postal oficial dedicado a la emblemática firma italiana de cocinas de diseño. El homenaje destaca dos iconos de la marca fundada por Rino Snaidero en 1946: su sede en Majano, diseñada por Angelo Mangiarotti, y la icónica cocina Ola creada por Pininfarina.

7.000 MILLONES PARA CONSTRUIR NUEVAS VIVIENDAS

El Plan Estatal de Vivienda 2026-2030 aprobado a finales de abril, contempla una inversión de 7.000 millones de euros en 5 años para ampliar el parque de vivienda pública y garantizar el derecho a la vivienda. Así, el nuevo plan triplica los fondos que gestionarán las comunidades autónomas y establece un modelo de corresponsabilidad por el que el Gobierno de España aporta el 60% y las comunidades autónomas el 40% restante. Como mínimo, el 40% de esos fondos se dedicará a la construcción y adquisición de viviendas, y el 30% a la rehabilitación del parque de vivienda existente.

NUEVO DIRECTOR GENERAL DE PANDO

Coincidiendo con el estreno de sus nuevas instalaciones en Argenton (Barcelona), la firma española de electrodomésticos Pando Integral Cooking ha nombrado a Sergio Seña como nuevo director general. Tanto el cambio de instalaciones como el nombramiento de Sergio Seña (en la foto inferior) obedecen a una nueva etapa en los 45 años de trayectoria de Pando Integral Cooking, marcada por la evolución, el crecimiento y la consolidación de su proyecto empresarial.



COCINAS DE EXTERIOR

Según AMC, cada vez más, espacios exteriores como patios, terrazas o jardines, se convierten en sitios ideales para cocinar y socializar, especialmente con la llegada del buen tiempo. De esta manera, la asociación, impulsora de “La Buena Cocina Hecha en Casa”, pone el foco en las cocinas exteriores como una tendencia que conecta con una forma de habitar la vivienda muy nuestra, más flexible, abierta pero con todas las comodidades y funcionalidades.



Rekker.



Dalke.

De barbacoa a cocina exterior. Pasar de una barbacoa a una cocina exterior bien equipada requiere planificación: antes de elegir el equipamiento, conviene analizar ubicación, uso, número y tipos de usuarios, y la relación que tendrá con la cocina interior. Hay que valorar la orientación, la exposición al sol y al viento, las zonas de paso, la distancia con otras viviendas, las instalaciones disponibles y la evacuación de humos para evitar molestias y garantizar un uso seguro. Por eso, AMC recomienda el acompañamiento de profesionales especializados. Un buen diseño permite colocar correctamente la zona de cocción, prever superficies de apoyo, organizar los recorridos, integrar el almacenamiento y seleccionar soluciones adecuadas para el exterior, de forma que el espacio funcione cómodamente desde el principio.

Materiales. Un aspecto clave de las cocinas de exterior es su resistencia. Algo que se consigue con mobiliario, superficies de trabajo y elementos de cocción resistentes al sol, la humedad, los cambios de temperatura, el uso intensivo y la limpieza frecuente. Hay que optar por materiales fáciles de mantener y adecuados para exteriores. Especialmente, las superficies deben ofrecer durabilidad, higiene y seguridad. Sobre todo, al estar en contacto con alimentos y sometidas a condiciones más exigentes que las de una cocina interior.

Zonas de trabajo, almacenaje e iluminación. Desde AMC apuntan que para conseguir una cocina exterior cómoda es importante organizar el espacio por áreas que faciliten el trabajo, reduzcan desplazamientos y permitan disfrutar sin tener que entrar y salir constantemente de casa. La zona de cocción puede incluir barbacoa, parrilla, horno, placa o incluso fuegos tradicionales, siempre respetando las condiciones de ventilación. Su ubicación debe pensarse para cocinar con comodidad, controlar el humo y mantener una distancia adecuada de zonas de paso, comedor exterior o viviendas próximas. En la zona de aguas, prever una toma de agua y desagüe permite instalar un fregadero, evitando depender en exceso de la cocina interior. En cuanto a la zona de preparación, una encimera resulta de gran ayuda sin saturar la zona de cocción. Esta superficie debe ser resistente, fácil de limpiar y dimensionada según el tipo de uso. Asimismo, también es interesante poder disponer de zonas de almacenaje. En este sentido, los módulos inferiores, gavetas o estantes protegidos permiten tener a mano todo lo necesario sin tener que estar entrando continuamente en la casa para buscar cosas.



IMD Cabinets.



Aroca.



Zona Cocinas.



Frecan.

En proyectos más completos, incorporar frigorífico o congelador exterior aporta total independencia al disponer de bebidas, alimentos frescos o preparaciones previas sin haber de abandonar la zona. Es una solución especialmente útil en zonas exteriores de uso frecuente. Igualmente, la iluminación debe considerarse en un doble plano: en la zona de trabajo, y para crear una atmósfera agradable durante las cenas. Además, han de ser soluciones capaces de resistir humedad y cambios de temperatura.

Coherencia estética. Por otro lado, los expertos de AMC entienden que las cocinas de exterior también deben dialogar con la estética de la vivienda y del entorno. Por tanto, independientemente del estilo elegido, es importante que su diseño no parezca añadido, sino integrado, manteniendo coherencia con el resto del hogar y respondiendo, al mismo tiempo, a las exigencias del exterior. “La Buena Cocina Hecha en Casa también puede vivirse al aire libre. Desde la asociación estamos viendo cómo el sector empieza a dar respuesta a esta tendencia con soluciones cada vez más completas para exterior, capaces de adaptarse a distintos estilos de vivienda y formas de vida. No se trata solo de trasladar la cocina fuera, sino de diseñar espacios preparados para un uso real, con una estética cuidada y materiales adecuados para disfrutar del exterior con comodidad, calidad y personalidad”, explican en AMC.

CONSEJOS PARA REFORMAR LA COCINA EN VERANO

Con el buen tiempo se incrementan las reformas, protagonizadas en muchos casos por la cocina. Desde AMC identifican cinco claves que marcarán las reformas de cocina este verano.

La cocina, espacio 100 % social. En una reforma de cocina es importante definir antes que nada la relación que este espacio tendrá con el resto de la vivienda. Así, la tendencia actual sigue marcada por la continuidad entre cocina, salón y comedor, bien mediante espacios abiertos o con soluciones semiabiertas que permitan conectar ambientes sin perder cierta independencia. Abrir la cocina puede ayudar a ganar luz, amplitud y socialización, pero ha de responder siempre al uso particular de cada hogar. Igualmente, resulta importante tener en cuenta los usos previstos. Así, quienes cocinan mucho, han de prestar especial atención a la extracción, la ventilación y las zonas de trabajo. Por su parte, los que priorizan la vida social tienen en las islas y penínsulas recursos ideales.

Materiales resistentes, duraderos y fáciles de mantener. Los expertos de AMC recomiendan no elegir los materiales solo por estética. Encimeras, frentes, suelos, revestimientos y mobiliario deben responder al uso diario, al contacto con alimentos, a la humedad, al calor, a la limpieza frecuente y al paso del tiempo. AMC aconseja apostar por materiales de calidad, resistentes, seguros, fáciles de limpiar y adecuados para cada zona de la cocina. En el mercado hay una gran variedad de opciones, que también tienen en cuenta la sostenibilidad.

Iluminación y ventilación. La iluminación es determinante en el resultado final de la reforma de una cocina, marcando la diferencia entre un simple lavado de cara y un espacio para vivirlo y disfrutarlo de verdad. La reforma debe contemplar diferentes niveles de iluminación según el uso por zonas. Así, la luz general ha de ser uniforme y agradable, mientras que la luz funcional debe centrarse en la encimera, el fregadero y la zona de cocción. Igualmente, la luz ambiental es clave si la cocina se integra con el salón o el comedor. Por otro lado, la ventilación también necesita atención desde el principio, especialmente en cocinas abiertas o semiabiertas, donde una buena extracción y una correcta circulación del aire ayudan a mantener el confort y evitar olores.

Tecnología y almacenamiento

La tecnología gana peso en la cocina, pero cada vez de forma más discreta. Ello se materializa en electrodomésticos integrados, campanas menos visibles, iluminación regulable, sistemas conectados o soluciones que aumentan el confort sin sobrecargar el espacio. El aprovechamiento del espacio con sistemas de almacenamiento resulta igualmente fundamental. Aquí, cajones de extracción total, columnas despensa, módulos altos, interiores compartimentados y soluciones rinconeras constituyen ejemplos claros para lograrlo. Y es que una cocina bien organizada evita recorridos innecesarios, reduce el desorden, facilita la limpieza y hace que el uso diario sea mucho más cómodo.

Colores y acabados

Los colores y acabados deben elegirse con una visión global de la vivienda. En 2026 se llevan los colores cálidos y naturales, con blancos rotos, beige, arenas, grises suaves, maderas claras y pequeños acentos en verdes, tonos oliva o tierras. Estos acabados ayudan a crear espacios luminosos, acogedores y fáciles de integrar con el salón, el comedor o incluso zonas de paso.

Desde AMC concluyen que, antes que nada, hay que analizar hábitos, rutinas, necesidades presentes y futuras, instalaciones, recorridos, enchufes, almacenaje, ergonomía, iluminación y ventilación. Porque cada cocina es única, como sus usuarios.



OB Cocinas.



Loba Cocinas.



Ascale.



Frecan.



Naturia Kitchen.



Kesseböhmer.



Zania.



Marins.

EL SECTOR CRECIÓ UN 3,6% EN 2025

El showroom madrileño de Bc3 Cocinas acogió el 9 de abril un evento con medios de comunicación para dar a conocer los datos del sector de equipamiento de cocinas en 2025, cuya facturación creció un 3,36%. En el acto intervinieron el presidente y el director de AMC, Félix Bernad y Sebastián Acedo, respectivamente, junto al CEO de Bc3 Cocinas y anfitrión, Jorge Couto. También estuvieron acompañados por miembros de la junta directiva de la asociación. Además de dar a conocer la asociación, los representantes de AMC aprovecharon para poner en valor al sector industrial español por la calidad de sus productos (sostenibles y duraderos) y de su empleo, en línea con el lema de la asociación «La Buena Cocina hecha en Casa».



Exportaciones e importaciones de muebles de cocina

Asimismo, los datos de Estacom recopilados por AMC relativos a las exportaciones de mobiliario de cocina en 2025 indican un crecimiento interanual de 2,31% hasta los 192,58 millones de euros. Por Comunidades Autónomas, los primeros puestos del ranking nacional de exportación de mueble de cocina los ocuparon por este orden Cataluña con 72,66 millones de euros, el 50,83% del total y un crecimiento del 9%; Andalucía con 60,97 millones de euros, el 42,65% del total nacional y un incremento interanual del 2,90%; Galicia, con 25,49 millones de euros, el 17,83% y un 13% más que en 2024; Comunidad Valenciana y Madrid. Estas dos últimas registraron descensos interanuales del 19,10 y el 4% respectivamente, con 17,84 y 3,73 millones de euros.

Por lo que respecta a las previsiones para el presente ejercicio, desde AMC se mostraron cautos, dados los efectos de la crisis geopolítica internacional que ya se ha empezado a notar en los precios de las materias primas. En cualquier caso se percibe cierto optimismo aún, dada la necesidad de vivienda de obra nueva existente en España, y la cierta complejidad que conlleva la comercialización de cocinas a medida, que se ha traducido en un crecimiento del precio medio de venta.

NUEVOS MIEMBROS ASOCIADOS DE AMC

- **LIEBHERR** es un fabricante alemán de frigoríficos y congeladores con más de 70 años de historia que se ha consolidado como un referente en calidad, innovación y eficiencia energética. Con su pertenencia a AMC, la filial ibérica de Liebherr refuerza su compromiso con el sector de la cocina y sus profesionales en España.
- **BSH** Electrodomésticos España, S.A. es la filial del grupo europeo de electrodomésticos BSH Hausgeräte GmbH, líder en el mercado nacional de grandes electrodomésticos. La compañía fabrica y comercializa en España aparatos de cocción, lavadoras, secadoras, lavavajillas, frigoríficos y congeladores, además de PAE, de sus marcas Bosch, Siemens, Gaggenau y Balay.
- **BODELEC** está especializada en el diseño, fabricación y montaje de cocinas a medida para reformas y obra nueva. Tanto para particulares, como para estudios de arquitectura, empresas promotoras, constructoras y profesionales del diseño y la decoración. La firma cuenta con una sólida trayectoria en el sector de casi 50 años y presencia a nivel nacional.
- **SKASE** es un estudio tecnológico y de diseño enfocado en la Web3, la Inteligencia Artificial (IA) y las tecnologías inmersivas (Realidad Virtual y Aumentada). Realizan showrooms virtuales y experiencias inmersivas y ofrecen herramientas de conversión de realidad virtual, espacios 3D y diseño de proyectos con IA.
- **GAOR** Con más de 40 años de experiencia en el mundo de la madera, maquinaria industrial y software, la firma ofrece soluciones personalizadas para aumentar el rendimiento productivo y la mejora de procesos empresariales. Primeras marcas como Panotec, y Teowin les han otorgado su confianza, distribución y servicio técnico a nivel nacional e internacional.

V8 **Vionario V8.**
Todo, excepto lo ordinario.



FOLLOW US



El cajón con efecto WOW. Vionario V8 no solo ofrece el único perfil lateral monobloque de 8 mm del mundo, sino que también es el primer lateral de cajón fabricado íntegramente en metal, sin elementos de plástico. Esto garantiza la máxima estabilidad y durabilidad, además de permitir una tasa de reciclaje cercana al 100 %. GRASS también ha optimizado aún más el sistema para distribuidores especializados y carpinteros, aportando numerosas ventajas en términos de mecanizado y montaje manual.



GERMAN
 DESIGN
 AWARD
 WINNER
 2022

www.vionario-v8.com

EuroCucina y FTK – Technology For the Kitchen consolidan en el Salone del Mobile 2026 la evolución de la cocina hacia un espacio integrado, inteligente y conectado, donde el diseño, la tecnología y la experiencia de uso redefinen el hogar contemporáneo

EuroCucina / FTK: cocinas para una nueva forma de vivir



El **Salone del Mobile 2026**, celebrado en Milán del 21 al 26 de abril, cerró una edición histórica con **316.342 visitantes** procedentes de 167 países y un 68 % de asistencia internacional, consolidando su posición como una de las grandes plataformas globales para el diseño, el mobiliario y el hábitat contemporáneo. El Salone volvió a demostrar su capacidad para conectar industria, creatividad, tecnología y cultura, impulsando nuevas formas de entender el espacio doméstico y las necesidades de un consumidor cada vez más exigente. En este contexto, **EuroCucina y FTK – Technology For the Kitchen** se consolidaron como uno de los grandes polos de atracción de la feria, reflejando la creciente relevancia de la cocina como centro neurálgico del hogar contemporáneo.

Desde su creación, **EuroCucina** se ha convertido en el principal observatorio internacional de las tendencias que definirán el futuro de este espacio. Fabricantes, diseñadores y arquitectos presentan aquí nuevas soluciones de mobiliario, materiales y configuraciones que responden a estilos de vida más flexibles, conectados y multifuncionales. La cocina deja de concebirse como una estancia independiente para integrarse plenamente en la arquitectura doméstica, estableciendo nuevas relaciones con las zonas de estar, trabajo y socialización.

Junto a esta visión del diseño, **FTK – Technology For the Kitchen** aporta la dimensión tecnológica de la transformación. Especializado en electrodomésticos y sistemas avanzados para la cocina, el espacio reúne las innovaciones que están redefiniendo la experiencia culinaria a través de la conectividad, la inteligencia artificial, la automatización y la eficiencia energética. La integración entre tecnología y diseño alcanza nuevas cotas, dando lugar a entornos más intuitivos, sostenibles y personalizados.

EuroCucina y FTK: la cocina como epicentro del hogar

La edición 2026 confirma que la cocina ha dejado de entenderse como una estancia aislada para convertirse en un ecosistema integrado, inteligente y multifuncional. La conexión con el resto de la vivienda, la personalización, la sostenibilidad y la tecnología invisible marcaron muchas de las propuestas presentadas. A través de este especial, se analizan las **principales novedades** presentadas en EuroCucina y FTK, las **tendencias emergentes** y las propuestas de las marcas más destacadas que están dando forma a la cocina del futuro: un espacio donde diseño, tecnología y bienestar convergen para responder a las nuevas necesidades del hogar.

La integración con el resto de la vivienda fue una de las tendencias más visibles. Marcas como **Veneta Cucine**, **Snaidero**, **Scavolini**, **Nolte Küchen** o **Febal Casa** apostaron por configuraciones abiertas que diluyen las fronteras entre cocina, salón y espacios exteriores. Conceptos como “Espacio Continuo”, desarrollado por Veneta Cucine, o la visión sinestésica de Snaidero reflejan una nueva manera de entender el hogar, donde las funciones conviven en ambientes fluidos y multifuncionales. La personalización y la materialidad adquirieron también un

protagonismo destacado. Nuevos acabados, superficies cerámicas, maderas naturales, lacados de última generación y soluciones modulares permitieron a fabricantes como **Cucine Lube**, **Schüller**, **next125**, **Nobilis** o **Scavolini** ampliar las posibilidades de configuración, adaptándose a estilos de vida cada vez más diversos y a una creciente demanda de espacios únicos.

La inteligencia entra en la cocina

En paralelo, FTK confirmó la consolidación de la cocina inteligente. Empresas como **Siemens**, **Bosch**, **LG**, **Whirlpool**, **Signature Kitchen Suite**, **Miele** o **Elica** mostraron cómo la inteligencia artificial, la conectividad y la automatización están redefiniendo la experiencia de uso. Hornos capaces de reconocer alimentos, sistemas de cocción asistida, gestión energética inteligente y electrodomésticos conectados anticipan una cocina capaz de aprender de los hábitos del usuario y optimizar recursos de forma autónoma.

La integración tecnológica se extiende además a nuevas soluciones que buscan simplificar la vida cotidiana. **Quooker** presentó sistemas capaces de suministrar agua hirviendo, refrigerada, filtrada y con gas desde un único punto, mientras que **Bora**, **Opera** o **Elica** exploraron nuevas formas de integrar extracción, cocción e iluminación en superficies cada vez más limpias y discretas.

Otra de las grandes líneas de evolución fue la expansión de la cocina hacia el exterior. Propuestas como **Oltre**, de **Veneta Cucine**; **Dreams**, de **Miele**; las soluciones outdoor de **Novara** o los sistemas modulares de **Steel** muestran cómo la cocina exterior deja de ser un espacio complementario para convertirse en una extensión natural de la vivienda, equipada con los mismos niveles de diseño, tecnología y confort que los ambientes interiores.

Junto a la innovación tecnológica, el lujo, la artesanía y la excelencia material continúan ocupando un lugar relevante en el mercado premium. Firmas como **La Cornue**, **Fhiaba** o **Smeg** reivindicaron el valor emocional de la cocina mediante propuestas donde la personalización, los materiales nobles y la calidad de fabricación se convierten en elementos diferenciadores.

www.salonemilano.it



EXHIBITION OF FURNITURE COMPONENTS

IDEAS
MATERIALS
TECHNOLOGIES
meet
DESIGN
create **FUTURE**



20 | 23 **OCTOBER** **2026** FIERA
PORDENONE

Veneta Cucine presenta Spazio Continuo (Espacio Continuo) en Eurocucina 2026



Veneta Cucine presentó en Eurocucina 2026 su concepto “Espacio Continuo”, una propuesta que redefine el espacio doméstico como un entorno fluido e interconectado, en el que desaparecen las fronteras entre interior y exterior y el mobiliario se integra como parte activa de la arquitectura del hogar. El fabricante italiano apuesta por una vivienda más abierta y relacional, donde la cocina se consolida como espacio central. Esta visión se materializa a través del uso de materiales continuos, especialmente la cerámica de las **encimeras Caranto**, que permite extender visualmente los ambientes hacia terrazas, salones o jardines.

Oltre: la cocina de exterior como extensión del hogar

Entre las principales novedades destacaba **Oltre**, la cocina de exterior desarrollada como ejercicio de investigación y experimentación junto al estudio **Carlo Ratti Associati**. El proyecto explora la continuidad entre interior y exterior mediante un diseño que se adapta al entorno y lo integra en la experiencia del espacio, eliminando límites físicos y visuales.

Iconica Canneté: continuidad y personalización

Veneta Cucine presentó también **Iconica Canneté**, una evolución del modelo Iconica que introduce un acabado acanalado combinado con lacados mates lisos. El sistema amplía las posibilidades compositivas con accesos ocultos, soluciones de paso y nuevas configuraciones del elemento **Scrigno**, además del panel **Groove Power**, que permite modularidad avanzada, iluminación integrada y personalización de acabados.

Sakura 4L: cocina abierta y transparente

Otra de las propuestas clave fue **Sakura 4L**, centrada en la transparencia y la continuidad visual. El diseño integra cocina y salón mediante superficies cerámicas continuas y soluciones funcionales como las **bases giratorias Swing**. La **Vena Continua** refuerza la coherencia estética al garantizar la continuidad del veteado en las superficies.

Diseño integrado y cocina conectada

Veneta Cucine también destacó la integración con electrodomésticos a través de **colaboraciones como Electrolux**, con una paleta cromática común para lograr mayor armonía visual, y el proyecto **Cocina Responsable junto a Samsung**, centrado en la cocina conectada, la gestión inteligente de alimentos y la reducción del desperdicio.

Con estas propuestas, la firma italiana refuerza una visión de la cocina como espacio continuo, conectado y adaptable a nuevos estilos de vida.



Grupo Lube presenta sus novedades de producto en Milán

En un entorno inmersivo y contemporáneo, el **Grupo Lube** presentó en **EuroCucina 2026** las nuevas propuestas de sus marcas **Cucine Lube** y **Creo Kitchens**, consolidando la cocina como espacio arquitectónico central del hogar, en estrecha relación con el living y la vida cotidiana.

Cucine Lube: diseño evolutivo y materialidad avanzada

La gran novedad es **Nexa**, un sistema de cocina de vocación arquitectónica que destaca por su diseño abierto, la integración de volúmenes y el uso de la puerta en **Fenix**, material de tacto suave y aspecto sofisticado. El modelo apuesta por la continuidad de superficies, la funcionalidad y la integración con los espacios del hogar contemporáneo. También se presenta **Brera**, evolucionado con nuevos acabados y configuraciones que refuerzan su identidad basada en la materia, especialmente la madera combinada con elementos metálicos, aportando un lenguaje elegante y contemporáneo.

Entre las novedades del Grupo destaca también **Shade Lab**, un proyecto que explora de forma contemporánea el potencial expresivo de los lacados. Concebido como un laboratorio creativo dedicado al color y la materia, convierte estas superficies en el centro de una investigación estética sobre la interacción entre luz, textura y profundidad cromática.



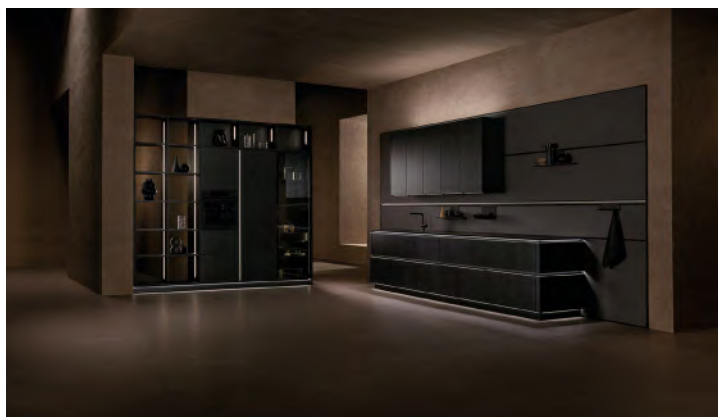
Creo Kitchens: esencialidad y funcionalidad

Creo Kitchens presenta como principal novedad **Integra**, un modelo de cocina de diseño esencial y contemporáneo que se integra plenamente en el espacio doméstico. Su rasgo distintivo es la puerta con tirador integrado en el marco, una solución que elimina elementos aplicados y refuerza una estética limpia, manteniendo al mismo tiempo ergonomía y facilidad de uso.

La propuesta se completa con **Maxima**, una cocina de estética minimalista que apuesta por la pureza formal y la personalización, gracias a una amplia variedad de acabados y combinaciones cromáticas adaptables a distintos estilos de interior.



Schüller muestra sus novedades en Milán



Durante su participación en EuroCucina 2026, celebrada en el marco del Salone del Mobile de Milán, **Schüller** presentó una amplia propuesta para la cocina contemporánea a través de sus marcas **Schüller y next125**. Bajo el concepto **Feel at home**, la firma alemana mostró soluciones que combinan funcionalidad, diseño y personalización, reforzando además la integración entre mobiliario, materiales y equipamiento.

Dos marcas, un fabricante

El stand de 675 m² reunió las últimas propuestas de Schüller y next125. Mientras Schüller se dirige a un público amplio con

soluciones versátiles para el hogar, next125 representa la visión más premium de la compañía, caracterizada por una estética depurada y una cuidada atención a los detalles. Dos marcas de muebles de cocinas en un mismo centro de producción. Así como esto representa un beneficio para el fabricante, por ejemplo, en términos de logística y eficiencia, para los socios comerciales, implica un margen de maniobra único desde la perspectiva de las ventas, dado que, gracias a la clara estrategia bimarca, pueden alcanzar a dos grupos meta distintos con un único proveedor.

LumiQ: la iluminación como elemento de diseño

Entre las principales novedades presentadas por next125 destacó **LumiQ**, un nuevo sistema de iluminación desarrollado junto a Häfele. La propuesta busca integrar la luz de forma discreta en el mobiliario, aportando nuevas posibilidades tanto funcionales como ambientales dentro de la cocina. La incorporación de este sistema responde a una tendencia creciente que entiende la iluminación como un elemento clave en la configuración de espacios más confortables y personalizados.

Más opciones de personalización

La ampliación de la gama cromática fue otra de las novedades destacadas. Gracias a la incorporación de los sistemas **RAL Design y NCS**, next125 amplía significativamente las posibilidades de personalización, ofreciendo una mayor libertad creativa en el diseño de proyectos. La firma también presentó nuevas soluciones de mobiliario, entre ellas un **aparador alto** y la nueva **profundidad de 61 centímetros**, concebida para optimizar la planificación y ampliar las opciones de almacenamiento.

Las ambiciones internacionales de Schüller Möbelwerk GmbH

Además del importante mercado nacional, el fabricante alemán de muebles de cocina también está presente en España: en 2024 se fundó la filial Schüller IBERICA SLU, con sede en Madrid. Tres directores regionales de ventas españoles con amplia experiencia se encargan de las regiones del norte de España y Andorra, el centro de España, así como de las Islas Baleares y Canarias y el sur del país. Actualmente, alrededor del 35 % de la facturación de Schüller se genera en los mercados internacionales.



Novedades de Bosch y Siemens en EuroCucina 2026



Bosch y Siemens, marcas del Grupo BSH, han presentado en EuroCucina 2026 sus últimas innovaciones en electrodomésticos dentro del marco del Salone del Mobile de Milán, con un enfoque centrado en la inteligencia artificial, el diseño y la durabilidad.

Bosch: eficiencia, integración y larga vida útil

Bajo el lema "Funcionan siempre LikeABosch", la marca pone el acento en la fiabilidad y la durabilidad de sus productos, diseñados para ofrecer un alto rendimiento constante a lo largo del tiempo. Sus electrodomésticos combinan tecnología avanzada con un uso intuitivo y sencillo, reforzando una filosofía centrada en mejorar la vida diaria del usuario.

Entre las novedades destaca el **robot de limpieza integrado en el mobiliario de cocina**, así como una amplia gama de **electrodomésticos totalmente integrables**. También sobresalen las **placas de inducción con acabado mate**, que reducen las huellas visibles e incorporan en algunos casos sistemas de extracción integrados de alto rendimiento y bajo nivel sonoro.

En refrigeración, Bosch ha presentado soluciones con **bisagras reforzadas de gran capacidad**, diseñadas para soportar puertas de hasta 70 kg, junto a **sistemas que optimizan la conservación de alimentos**. Por su parte, los **lavavajillas con tecnología de zeolitas** mejoran el secado, especialmente en materiales plásticos.

Siemens: inteligencia artificial y cocina conectada

Siemens ha centrado su propuesta en la **cocina inteligente**, donde la inteligencia artificial y la conectividad permiten automatizar procesos y facilitar la experiencia del usuario. Su gama incluye hornos, placas, frigoríficos y lavavajillas diseñados para simplificar las tareas diarias y optimizar el tiempo.

Entre las principales innovaciones destaca el **horno iQ700**, equipado con cámara 3D y reconocimiento de hasta 100 platos mediante IA, capaz de ajustar automáticamente los parámetros de cocción. También se han presentado soluciones de cocción en acabado negro mate y lavavajillas con **función smartStart**. El diseño ocupa un lugar clave en la propuesta de la marca, especialmente en su gama en **negro mate**, que se presentó mediante demostraciones y experiencias culinarias en vivo. Además, Siemens recorre un siglo de innovación en hornos, desde los primeros modelos eléctricos hasta los actuales sistemas inteligentes con cámaras y reconocimiento de alimentos.

Como novedad destacada, la marca anunciaba su colaboración con el Pantone Color Institute, que da lugar al nuevo tono "**Vibrant Petrol**", una reinterpretación de su icónico color corporativo que refuerza su identidad tecnológica y centrada en el usuario.



Elica en EuroCucina 2026: cocción, extracción e iluminación conectadas

En **EuroCucina 2026**, Elica ha presentado una renovada gama de soluciones para la cocina en la que diseño, tecnología y funcionalidad se integran para ofrecer una experiencia más intuitiva. Entre las principales novedades destacan **Lhov**, la evolución de **NikolaTesla**, la lámpara inteligente **Luna**, la campana **TheKub** y los nuevos acabados **negro mate** y **Raw**.

Lhov: cocción todo en uno

Lhov es la solución que integra horno, placa de inducción y extracción en un único producto. Galardonado con el Compasso d'Oro en 2024, incorpora nuevos acabados en blanco y negro mates, además de funciones inteligentes como asistente por voz y programas automáticos de cocción con recetas guiadas.

Luna: iluminación inteligente para la cocina

La **lámpara colgante Luna** combina luz ambiental y funcional sobre la zona de cocción. El sistema Balance Height Regulation permite regular la altura de Luna, ofreciendo así flexibilidad, un uso cómodo y una iluminación siempre perfecta. Su control puede realizarse por interruptor de pared, gestos, app o asistente de voz, favoreciendo una interacción más natural con el espacio.



Negro mate y Raw: nuevos acabados

Elica amplía su gama estética con el acabado negro mate en hornos, placas y sistemas extractores como el **Virtus Mult 60 DD Matt** y la **campana Haiku Black Matt**. La propuesta se completa con **Raw**, una superficie resistente a arañazos y huellas, presente en productos como la **placa Ratio Connex 804 Plus Raw** y la **NikolaTesla Switch Glow RAW**.

NikolaTesla: más espacio y nuevas soluciones

La familia **NikolaTesla** incorpora la plataforma SUIT S, con solo 19,4 cm de altura, que libera espacio en el mobiliario y amplía la flexibilidad de diseño. Dentro de la gama destaca **NikolaTesla FIT XL SL Raw**, una placa de gran formato con sistema extractor oculto, silencioso y automático.

TheKub: máxima versatilidad

TheKub es una campana modular en formato cubo de 32 cm con iluminación Full LED integrada. Permite hasta diez configuraciones diferentes para adaptarse a instalaciones murales, suspendidas, en isla o con repisas.

Tecnología integrada

Las tecnologías **ID Technology** y la interfaz **Matrix** fueron presentadas como dos desarrollos innovadores que exploran nuevas formas de interacción mediante control preciso de temperatura, modos automáticos y una experiencia visual basada en gráficos e información en tiempo real.



Quooker lleva su sistema integral de agua a EuroCucina



En el marco de **EuroCucina 2026**, dentro del Salone del Mobile de Milán, **Quooker** presentó su sistema integral de agua para la cocina contemporánea. La marca mostró una propuesta basada en el concepto de ofrecer agua hirviendo, refrigerada, filtrada y con gas desde un solo grifo.

Un sistema completo en torno al agua

La presentación se centró en el **sistema conectado** de Quooker, capaz de suministrar agua a 100 °C de forma instantánea, junto con agua fría filtrada directamente desde el grifo. Este sistema se complementa con **Quooker CUBE**, que permite obtener agua refrigerada y con gas, también filtrada, ampliando las funcionalidades del mismo punto de uso. De este modo, la

cocina se organiza en torno a una única solución que integra diferentes tipos de agua en un solo sistema, reduciendo la necesidad de dispositivos adicionales.

Cube como extensión del sistema

Quooker CUBE tuvo un papel destacado dentro de la presentación al reforzar el concepto de sistema integral. Su integración permitió mostrar cómo el usuario puede acceder a agua con gas y refrigerada directamente desde el grifo, ayudando a reducir el uso de botellas y manteniendo siempre el agua refrigerada y filtrada, con o sin gas. Durante el evento, el sistema completo se presentó como una única unidad funcional pensada para el uso cotidiano en la cocina.

La tecnología bajo el fregadero

Quooker mostró también la tecnología que hace posible el sistema: un **depósito compacto instalado bajo el fregadero con aislamiento al vacío**, diseñado para suministrar agua hirviendo al instante con un consumo energético optimizado. Combinado con el filtrado y, en su caso, con CUBE, el sistema ofrece una solución completa para todas las necesidades de agua en la cocina.

Un stand concebido como cocina en funcionamiento

El espacio de más de 350 m² en Fiera Milano fue concebido **como una cocina en funcionamiento** más que como un showroom tradicional. Los visitantes pudieron ver el sistema en uso real a través de showcookings y demostraciones de coctelería. En estas activaciones se mostró cómo el sistema se integra en la rutina diaria, desde la preparación de alimentos hasta la elaboración de bebidas, destacando su versatilidad en distintos contextos de uso.

Una propuesta centrada en la experiencia

La participación de Quooker en EuroCucina 2026 puso el foco en la **experiencia de uso** más que en la tecnología en sí misma. La marca presentó su sistema como una solución integrada que busca simplificar la cocina diaria mediante la combinación de comodidad, seguridad y eficiencia en un único punto de agua.





SNAIDERO Snaidero presentó una propuesta basada en el concepto de “sinestesia”, que une cocina y sala de estar en un único espacio sensorial y continuo. La marca apuesta por ambientes abiertos donde materiales, color y función dialogan. Mostró nuevas composiciones como Elementi, Orbita y Quadra, además de ampliaciones en sistemas como Modula y Rialto, junto a la evolución del diseño Ola. El objetivo es integrar estética, funcionalidad y percepción multisensorial en el hogar contemporáneo.

www.snaidero.com/es/

SCAVOLINI Scavolini basó su propuesta en la idea de la ciudad contemporánea y la vida doméstica integrada, bajo el lema “LIVE IT-MADE TO BE LOVED”. Mostró proyectos como Flair, Stilo y Poetica, que combinan cocina, salón, baño y otros espacios en sistemas coherentes y modulares. Flair destaca por sus formas curvas y fluidas; Stilo por la socialización y la continuidad entre ambientes; y Poetica por la fusión entre tradición y diseño actual. También presentó la colección de accesorios “Every Time”, vestidores, y soluciones de lavandería y living.

www.scavolini.com/es/



STEEL Steel, distribuida por DAKE en España, llevó una propuesta que reinventa la cocina profesional adaptada al hogar contemporáneo. Destacó Mistral, un sistema compacto “todo en uno” con inducción flexible, horno multifunción y campana integrada, pensado para máxima eficiencia y silencio. También mostró Gea, un sistema modular que permite crear cocinas personalizadas tanto para interior como exterior. La propuesta se completa con Ascot, de estética clásica y elegante, basada en materiales nobles e inspiración en la cocina profesional tradicional.

www.steel-cucine.com/es

WHIRLPOOL Whirlpool presentó la nueva Colección Matt, una gama de cocina con acabados mate y diseño integrado que apuesta por el confort, la armonía visual y la interacción intuitiva. La tecnología 6TH Sense y la inteligencia artificial son el eje de esta propuesta, presente en soluciones como el horno con función Cook4 para cocinar varios platos simultáneamente y las placas de inducción con campana extractora MattProtect integrada.

<https://www.whirlpool.es/>





NOVARA Novara aprovechó para reforzar su especialización en cocinas de exterior bajo el concepto “Inspiring Outdoor Living”. La firma presentó la evolución de sus colecciones más representativas, como Pura, N3 y la tecnología Q-Xtrem, incorporando mejoras técnicas y nuevas soluciones orientadas al confort, la durabilidad y la personalización. Además, dio a conocer una nueva colección desarrollada junto a un estudio de interiorismo y avanzó una completa línea de mobiliario de exterior, concebida para crear espacios integrados donde cocina, mobiliario y entorno conviven en una propuesta global para la vida al aire libre. www.novaraoutdoor.com/

MIELE Miele presentó en EuroCucina 2026 su visión “Designed to Move with You” donde el espacio culinario se adapta a las necesidades cambiantes de los usuarios. Entre las novedades destacó Dreams, su primera cocina exterior modular, junto con innovaciones como las placas de inducción inteligentes KM 8000, el asistente CulinaryCoach y nuevas soluciones para cocinas compactas. La marca también mostró sistemas de extracción integrados y nuevas propuestas de refrigeración, reforzando su apuesta por una cocina conectada, flexible y centrada en la experiencia cotidiana.

www.miele.es/



BORA Bora llevó a EuroCucina 2026 su visión “More than Cooking”, que concibe la cocina como un espacio de bienestar, conexión y calidad de vida. La marca mostró la nueva generación de sus sistemas de extracción integrados Bora Pure, ahora con acabados mate, controles más intuitivos y mayor conectividad, así como la evolución de Bora Professional 3.0. También destacó el nuevo sistema de vacío independiente Bora QVac Move y sus soluciones para cocción, refrigeración e iluminación.

www.bora.com/es-es

OPERA La integración invisible y las superficies multifuncionales marcaron la propuesta de Opera en FTK - Technology For the Kitchen. La firma representada por DAKE en España presentó Prima Color, una solución de aspiración integrada que combina tecnología y personalización mediante nuevos acabados como Sand, Gold, Stone y Storm. Además, mostró Materia, un sistema de inducción invisible que convierte la encimera en una superficie continua y versátil, optimizando el espacio y la experiencia de uso.

www.operahsg.com/en/



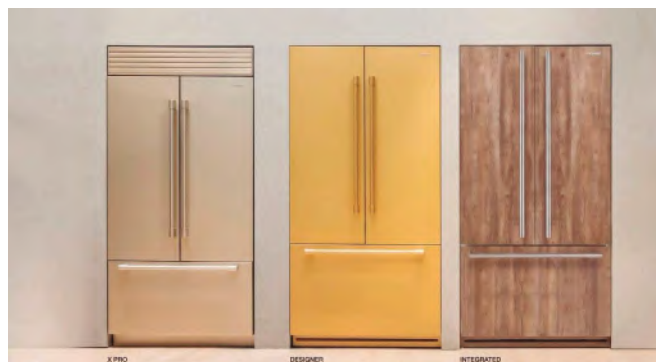


SMEG Smeg presentó una propuesta centrada en la fusión entre diseño, tecnología y emoción. Destacó la colección Musa, desarrollada con BorromeoDeSilva, que introduce un lenguaje estético esencial y sofisticado, junto al concepto Isola, creado con Stefano Boeri Interiors, que convierte la placa en el centro visual de la cocina. La exposición se completó con Portofino en acabado mate, la gama FAB Moonlight, la evolución de Dolce Stil Novo, soluciones outdoor y la colaboración Porsche x Smeg, reafirmando la cocina como objeto de diseño integral.

www.smeg.com/es

FHIABA La integración arquitectónica y la personalización premium marcaron la propuesta de la marca distribuida por DAKE, Fhiaba. La firma amplió su gama de refrigeración con nuevos modelos French Door, diseñados para una mayor organización interior, capacidad e integración en las cocinas contemporáneas. Entre las novedades destacó el sistema Push, que elimina los elementos de apertura visibles para lograr una estética más limpia, así como el nuevo acabado Negro Obsidiana. La propuesta se completó con humidores bajo encimera y bodegas con iluminación ámbar.

www.fhiaba.com/



LG La innovación en electrodomésticos integrados fue el eje de la propuesta de LG Electronics. La firma presentó los nuevos frigoríficos integrables Fit & Max, con mayor capacidad interior, gestión inteligente del espacio y funciones avanzadas de conservación asistidas por IA. También mostró una nueva generación de hornos LG InstaView, con tecnologías de vapor, cámara con IA y soluciones modulares para optimizar el espacio. La oferta se completó con nuevas placas de inducción Full Flex y una placa con sistema de extracción integrada, diseñadas para aportar flexibilidad, precisión y una integración total en la cocina. www.lg.com/es/

BEKO presentó el ecosistema digital HomeWhiz, orientado a optimizar el consumo energético y de agua mediante el seguimiento en tiempo real del uso de recursos y la gestión inteligente de los electrodomésticos desde el smartphone. La compañía también mostró HomeWhiz Energy & Water Management, una solución que ofrece información detallada sobre los consumos para fomentar hábitos más eficientes. Además, dio a conocer un innovador concepto de frigorífico modular, configurable y adaptable a diferentes necesidades, espacios y estilos de vida.

www.beko.com/es-es





LA CORNUE La artesanía, la exclusividad y el lujo atemporal definieron la propuesta de La Cornue en EuroCucina 2026. La firma presentó novedades para su colección CornuFé, el modelo compacto Castel 90 y piezas emblemáticas como La Flamberge, reafirmando su apuesta por cocinas de alto valor estético y carácter único. Su propuesta puso el foco en la cocina como una experiencia emocional, donde tradición, diseño y materiales nobles se combinan para crear espacios personalizados y sofisticados. En España, la marca está representada por DAKE.

www.lacornue.com/es-ES

SKS Signature Kitchen Suite (SKS) destacó con su primer congelador y frigorífico en columna integrado de 36 pulgadas, con diseño «panelable» y funciones AI como AI Ice Pro y AI Fresh para una conservación óptima. En cocción, presentó su nueva placa de inducción SKS Full-Flex de 36 pulgadas, con zonas flexibles y funciones inteligentes que elevan la experiencia culinaria.

www.sksappliances.com/en-us/



NOBILIA Nobilia presentó una colección centrada en la creación de hogares totalmente coordinados, ampliando su propuesta más allá de la cocina. Entre las principales novedades destacaron la línea Sakura, inspirada en el estilo Japandi; nuevos tonos naturales como Sand, Macchiato, Coffee y Taupe Grey; y 13 nuevos frentes con acabados mate antihuellas y texturas de inspiración natural. También sobresalieron el sistema sin tiradores Line ONE, la innovadora solución giratoria FurnSpin y la renovación del estilo Cottage, reforzando la tendencia hacia espacios cálidos, integrados y funcionales.

www.nobilia.de/es/

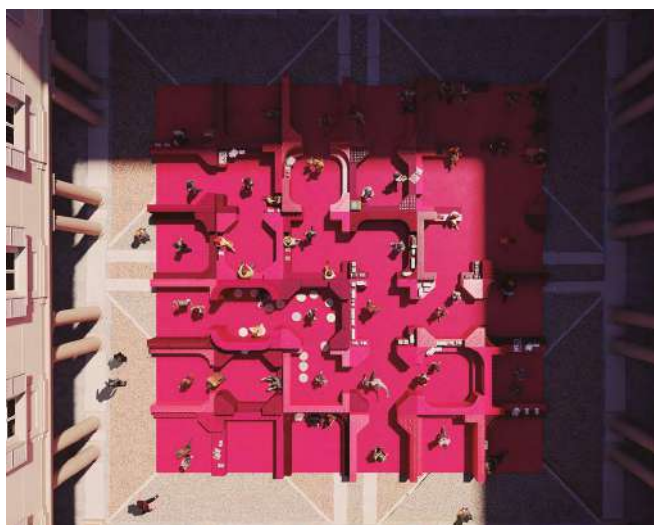
FEBAL CASA Febal Casa presentó sus propuestas de cocina dentro de una visión de hogar integrado. Destacó la cocina Onda, desarrollada con Zaha Hadid Architects, con una isla escultórica y materiales sofisticados; la cocina Origina, organizada en configuraciones en C con islas simétricas y acabados metálicos y cerámicos; y la cocina Modula, que apuesta por la funcionalidad con columnas a techo, nuevos acabados y soluciones de gran continuidad estética. También sobresale la cocina Italiana, diseñada para el mercado internacional, con equilibrio formal, doble equipamiento y elementos metálicos y vitrinas integradas, reforzando una cocina funcional, elegante y totalmente coordinada.

www.febalcasa.com/es/



La Milano Design Week ha mostrado cómo la cocina evoluciona hacia un espacio cada vez más integrado, inteligente y emocional. En el Fuorisalone, las principales marcas del sector han presentado propuestas donde diseño, tecnología, bienestar y arquitectura convergen para dar forma a una nueva manera de habitar el hogar

Fuorisalone: el hogar como ecosistema sensorial



La Milano Design Week ha consolidado el **Fuorisalone** como el principal escenario de experimentación del diseño contemporáneo, un espacio donde las marcas ya no presentan únicamente productos, sino sistemas completos de pensamiento sobre el habitar. En un contexto marcado por la transformación tecnológica, la búsqueda de bienestar y la redefinición de la vida doméstica, la cocina y el hogar se reconfiguran como entornos integrados, emocionales y profundamente conectados con la experiencia cotidiana.

Lejos de la lógica del objeto aislado, el diseño se desplaza hacia una **visión de ecosistema**, donde arquitectura, tecnología, materialidad y emoción operan de forma conjunta. El hogar deja de ser una suma de estancias para convertirse en un sistema continuo, flexible y sensible a los nuevos modos de vida.

En este escenario, firmas como **Arrital, Samsung, SieMatic, Modulnova, Cesar, Elleci, Franke** o **Liebherr** articulan narrativas

que trascienden el producto para centrarse en la construcción de experiencias habitables, donde la cocina emerge como núcleo central de transformación.

Arrital: arquitectura continua del hogar

Arrital ha presentado una visión en la que la cocina se convierte en el origen de un lenguaje arquitectónico expandido hacia todo el hogar. El proyecto **Ak_Project**, firmado por Franco Driusso, junto con el **sistema Lift** y la evolución de **Feeling Home**, plantea un ecosistema coherente en el que materiales, luz y proporciones construyen continuidad entre cocina y salón. El sistema Lift introduce una funcionalidad oculta que aparece únicamente cuando es necesaria, reforzando la idea de eficiencia invisible. La **boiserie Planar** y el **sistema Pass** transforman la pared en un elemento activo de transición, donde los límites entre espacios se diluyen progresivamente. La cocina deja de ser un volumen autónomo para convertirse en estructura organizadora del espacio doméstico.

Esta lógica se extiende al salón a través de **Feeling Home**, que traslada el mismo lenguaje mediante un sistema de uniones precisas, geometrías controladas y luz integrada. La continuidad estética se convierte en principio fundamental, eliminando rupturas visuales y funcionales.

En paralelo, Arrital ha presentado la evolución de **Alu Bridge**, un sistema estructural que integra iluminación, conectividad y almacenamiento en un único gesto arquitectónico. Su nueva versión aligerada mediante un elemento central de vidrio refuerza la permeabilidad espacial y la relación fluida entre funciones, consolidando la idea de un hogar sin fronteras rígidas.

Samsung: diseño emocional y vida conectada

Samsung, por su parte, ha reinterpretado la cocina desde una perspectiva tecnológica y emocional con la instalación “Design is an Act of Love”, estructurada como un recorrido inmersivo en el que la inteligencia artificial actúa como mediadora entre personas y espacio doméstico. Las experiencias centradas en Culinary Intelligence y los entornos conectados plantean una cocina donde los electrodomésticos dejan de ser dispositivos aislados para convertirse en sistemas integrados que responden a hábitos, contextos y necesidades cambiantes. La propuesta refuerza la idea de una cocina híbrida, donde lo físico y lo digital operan de forma simultánea en la construcción de la experiencia cotidiana.

SieMatic: la cocina como experiencia sensorial

SieMatic ha presentado “Colourful Tomorrow”, una investigación sobre la cocina como espacio de percepción ampliada. Su propuesta redefine el entorno culinario como un lugar donde luz, textura, aroma y sonido construyen una experiencia sensorial total.

El **sistema SLX** introduce una iluminación integrada que transforma vitrinas y superficies en volúmenes de profundidad material, mientras que el **programa SG6** explora la relación entre naturaleza, ergonomía y bienestar a través de configuraciones modulares de alta precisión. El **enfoque biofilico** atravesó toda la propuesta, integrando materiales naturales y soluciones técnicas en una estética de lujo silencioso. La cocina se entiende como un espacio de equilibrio emocional, donde la funcionalidad se subordina a la experiencia de bienestar.



Modulnova: materia, continuidad y arquitectura

Modulnova presentaba **Artistry** como evolución de su lenguaje proyectual, una visión en la que materia, tecnología y arquitectura convergen en un único sistema coherente. El proyecto apuesta por la continuidad espacial mediante el uso de materiales como Travertino Titanium y acabados tridimensionales que amplifican la percepción táctil del espacio. La **boiserie Atelier** actúa como elemento estructural capaz de transformar las paredes en sistemas habitables, integrando almacenamiento, circulación y arquitectura en una misma superficie continua. La cocina se expande hacia el baño y el salón, consolidando una narrativa doméstica unificada en la que los límites funcionales desaparecen.

Cesar: el sistema como universo doméstico

Cesar ha llevado a Milán una evolución basada en el concepto de multiverso material, donde la cocina deja de ser un objeto cerrado para convertirse en plataforma abierta de diseño. **Maxima 2.2** actúa como sistema evolutivo capaz de adaptarse a múltiples configuraciones, mientras **Tangram** introduce un lenguaje basado en geometrías variables y ritmos matéricos. El nuevo **sistema Chassis** y **Archè** amplía la lógica de la boiserie hacia una arquitectura de pared activa, capaz de integrar funciones, almacenamiento y dispositivos.

Elleci: el diseño emocional del agua

Elleci ha participado con **Opera**, un punto de inflexión dentro de su colección **Élite Kitchen 2026**, redefiniendo el fregadero como objeto emocional y tecnológico. El diseño abandona la rigidez formal para adoptar un lenguaje de formas suaves, orientado al bienestar y a la experiencia cotidiana. El sistema Ghost, los accesorios modulares y la integración funcional transforman la zona de lavado en un espacio ampliado de uso diario. La **gama Studio** refuerza esta visión con electrodomésticos de estética monolítica en vidrio y una paleta cromática concebida como herramienta emocional del diseño.

Tonos como **Racing Green**, **Moonlight** y **Basalt Black** construyen atmósferas que trascienden lo decorativo para convertirse en elementos activos del espacio. La cocina se convierte así en un entorno sensorial donde color, tecnología y materialidad operan de forma conjunta.

Franke: la cocina como jardín sensorial

Franke presentaba “The Pure Garden”, una instalación inmersiva que reinterpreta la cocina como espacio de bienestar inspirado en los elementos naturales. Agua, aire y luz estructuran una narrativa en la que el diseño se entiende como experiencia sensorial.

El **Mythos Water Hub** concentra múltiples funciones en un único sistema, mientras la **gama Pescara** redefine la ergonomía del grifo con soluciones adaptadas a distintos usos. Los sistemas **Mythos Supernova** y **Atlantic** introducen la idea de invisibilidad funcional, donde el equipamiento aparece o desaparece según el momento de uso. Las soluciones de extracción **Galileo** y **Mythos 2gether** consolidan una cocina más limpia, eficiente y abierta, donde la tecnología se integra completamente en la arquitectura sin alterar la experiencia visual.

Liebherr: precisión, frescura y diseño

Uno de los ejes principales de la exposición de **Liebherr** fue la nueva generación de electrodomésticos totalmente integrables en formato **XXL**, diseñada para responder a las nuevas arquitecturas domésticas de gran escala. Con alturas de 194 cm y anchos de hasta 75 cm, estos modelos amplían la capacidad sin renunciar a la integración total en el mobiliario. A ello se suman frigoríficos de 60 cm de ancho, concebidos para proyectos donde la continuidad estética es prioritaria.

Estos equipos incorporan algunos de los avances más representativos de la marca, como los **cajones BioFresh** de mayor capacidad, sistemas de eficiencia energética optimizada y soluciones de diseño como la **iluminación LightTower** o los paneles interiores **SmartSteel**. La experiencia se completaba con tecnologías como VarioTemp, NoFrost, IceMaker y la conectividad SmartDevice, que refuerzan una idea de electrodoméstico inteligente, capaz de adaptarse a los hábitos del usuario y simplificar la gestión del día a día.

En paralelo, Liebherr reforzó su presencia en el segmento de electrodomésticos bajo encimera, una categoría cada vez más relevante en proyectos de cocina compacta y flexible. Estas soluciones combinan dimensiones reducidas con un alto rendimiento funcional, incorporando cajones VarioCool con regulación de temperatura entre 0 °C y +14 °C, sistemas de congelación NoFrost y mecanismos de extracción total que mejoran la ergonomía del uso.



Dentro de esta gama destaca especialmente la **vinoteca bajo encimera**, que introduce un enfoque preciso del almacenamiento de vino a través de dos zonas de temperatura independientes, estanterías de madera de baja vibración y el sistema TipOpen, que permite la apertura mediante un simple toque. Una solución pensada para cocinas sin tiradores, donde el diseño minimalista se combina con una experiencia de uso fluida y sofisticada.

El recorrido se ampliaba con la **serie French Door**, uno de los grandes hitos recientes de la marca, reconocida con premios internacionales como el iF Design Award 2025 y el Red Dot Design Award. Estas soluciones reinterpretan el frigorífico de gran formato con configuraciones de dos y cuatro puertas, integrando compartimentos independientes de refrigeración y congelación que optimizan la organización interna sin renunciar a una estética arquitectónica.

La dimensión material también adquiere un papel protagonista en el discurso de Liebherr. Superficies como SmartSteel aportan una estética técnica y elegante, al tiempo que reducen la visibilidad de huellas y marcas de uso, mientras que TerraSteel introduce una lectura más cálida del acero inoxidable, aportando una sensación más doméstica y acogedora a un material tradicionalmente industrial.

Como culminación del recorrido, Liebherr presentó una selección de su **serie Monolith**, la gama más alta de su catálogo. Estos electrodomésticos premium integran tecnologías avanzadas como BioFresh Plus, PowerCooling, el sistema de agua InfinitySpring y la conectividad SmartDeviceBox, consolidando una propuesta donde control, frescura y diseño convergen en un único sistema.



XTONE

THE LANGUAGE OF TEXTURES AND DESIGN

Las superficies de cocina trascienden la funcionalidad para tomar el protagonismo. Los principales fabricantes las reinventan para que sean más sostenibles, más tecnológicas y con diseños que expanden los límites de la creatividad, en tonalidades que amplían los espacios y verdes que traen la naturaleza a la cocina

Innovación en superficies para un equilibrio entre estética y funcionalidad

El mercado global de superficies en 2026 sigue reflejando una transformación profunda, impulsada por la **innovación tecnológica, la sostenibilidad** y la búsqueda de diseños que equilibren funcionalidad, estética y respeto por el medio ambiente.

Según datos de Fortune Business Insight, el mercado mundial de superficies puede superar los 141.300 millones de dólares en 2026, con un crecimiento sostenido impulsado por la demanda de superficies técnicas y la renovación de cocinas en hogares y espacios profesionales. Asimismo, se observa un **crecimiento del 12,6%** en el sector en España en 2025, según la Radiografía Anual del Sector de AMC, siendo la **categoría con mayor impulso** del año. Este mayor interés en encimeras y superficies técnicas confirma que los materiales innovadores y las soluciones integradas son los grandes protagonistas.

Importancia de los materiales

Las **piedras sinterizadas y porcelánicos de gran formato** ganan terreno, gracias a su capacidad para imitar con realismo extremo las vetas de la piedra natural, ofreciendo a su vez mayor durabilidad, resistencia y versatilidad. Marcas como Xtone, Coverlam Top, Arklam, Cupa Stone y Neolith siguen siendo referentes en este segmento.

Fabricantes como Silestone destacan su tecnología HybriQ+, que integra minerales y **materiales reciclados** en composiciones con hasta un 90% de contenido reciclado en algunos modelos.

Por otro lado, muchos consumidores siguen apostando por la piedra natural, con el cuarzo como **materia favorito para el 78% de los consumidores**, según datos del Observatorio Anual de NKBA, la asociación norteamericana de cocina y baño. Su versatilidad, resistencia a manchas y humedad, así como una amplia gama de acabados lo hacen ideal para cocinas contemporáneas.



RAUVISIO crystal Strong, de Rehau.

Marvel Travertino Navona White, de Atlas Concorde.



Nuevo estándar en sostenibilidad

La sostenibilidad es actualmente un requisito para marcas, distribuidores y consumidores. Las superficies fabricadas con materiales reciclados suponen una de las alternativas más buscadas, pero también aquellas que utilizan **bio-resinas y materiales ecológicos**. Los laminados compactos reciclables de fabricantes como Finsa y Alvic son también una destacada evolución hacia soluciones técnicas con bajo impacto ambiental. En cuanto a las tendencias en texturas y acabados, el minimalismo frío de años anteriores da paso a la **calidez natural**. Este estilo combina líneas limpias con texturas orgánicas y calidez táctil. La mayoría de fabricantes se ponen de acuerdo en que los acabados preferidos son los **mates y satinados**, que reducen la visibilidad de las manchas y huellas. Triunfan especialmente los **efectos hiperrealistas** que imitan la piedra natural, aportando autenticidad y personalidad. Asimismo, el consumidor demanda superficies táctiles con relieve sutil. Las soluciones inteligentes de Cooking Surface, además, invitan al contacto y generan experiencias sensoriales en la cocina.

Atlas Concorde y Xtone son otros ejemplos de cómo el porcelánico puede replicar la calidez o rusticidad de la piedra, con mayor resistencia y menor mantenimiento.

Funcionalidad y personalización

El cliente final prioriza la personalización y la integración total del espacio. Las encimeras continuas, **sin juntas visibles**, son clara tendencia, tal y como apuntan la mayoría de marcas, como Atlas Concorde y Rehau Interior Solutions. Esto se aprecia sobre todo en elementos como la isla central y revestimientos.

En cuanto a colores, los tonos protagonistas en 2026 serán los **verdes suaves** y oliva, inspirados en la naturaleza; el beige, arena y **gris piedra** para acabados atemporales, y el **blanco roto** y acabados *cashmere*, que amplían visualmente los espacios.

Los fabricantes ponen el foco en una estética equilibrada, con superficies que mantienen su **profundidad y riqueza gráfica**, pero con una apariencia calmada que facilita su integración con otros materiales, como la madera, el metal o los acabados unicolor. La cocina se consolida como un espacio en el que las prestaciones y el lenguaje estético trabajan conjuntamente, ofreciendo a arquitectos, interioristas y empresas materiales versátiles para superficies.

www.nkba.org

www.fortunebusinessinsights.com/es



10-13
Nov
2026
València
Spain

El detalle que define la cocina del mañana
The detail that defines the kitchen of tomorrow



Connecting
Global Wood
Innovations



fimma-maderalia.com



Eclectic Veins, la primera colección de ĒCLOS



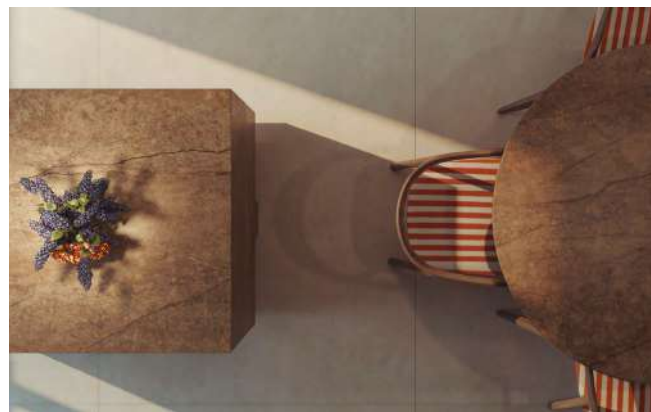
Cosentino estuvo presente en S.Project, dentro del Salone del Mobile.Milano 2026, donde lanzó al mercado ĒCLOS, su nueva categoría de **superficies minerales con diseño integrado por capas** y una gran resistencia al calor. Gracias a la tecnología INLAYR, se fabrica mediante un proceso avanzado que combina minerales y materiales reciclados en una composición con **bajo contenido de sílice cristalina**. Este sistema integra técnicas decorativas avanzadas y procesos de ingeniería robótica de última generación para crear una superficie única que se construye capa a capa, creando composiciones de color, textura y luz con una apariencia más rica y detallada.

El resultado es un producto de alto rendimiento con un **diseño tridimensional**, a diferencia de los patrones superficiales, con vetas y patrones únicos, tacto natural y una profundidad estética sin precedentes. ĒCLOS está desarrollado para soportar **temperaturas de hasta 220°C**, lo que permite colocar directamente sobre la superficie recipientes recién salidos del horno o del fuego.

Primeros colores de ĒCLOS

Su primera colección, *Eclectic Veins*, utiliza **hasta un 88% de componentes reciclados** y está formulada con cero sílice cristalina. En términos de diseño y estética, la colección plasma la energía de los colores de la naturaleza con un carácter ecléctico, asegurando que cada espacio se sienta vivo y único.

La colección presenta **10 colores**: *Sandr, Lumer, Vancor, Veilr, Landr, Wondr, Ivora, Tajnar, Legnd* y *Phantome*. Una paleta que abarca desde diseños basados en capas de vetas sutiles que entrelazan luces y sombras sobre fondos blancos, como *Landr* o *Wondr*, hasta propuestas como *Legnd*, con su composición fluida de vetas en tonos marrones apagados, o *Phantome*, un fondo negro oscuro y liso con tonos verdes cálidos.



Innovación, diseño y emoción táctil con las nuevas superficies de Arklam

La cocina contemporánea se ha convertido en el centro del hogar, un escenario donde Arklam reafirma su apuesta por la innovación y la sofisticación estética con sus dos nuevas colecciones de superficies de masa sinterizada de gran formato: **Taj Mahal** y **Bianco Perlino**. El objetivo de estas propuestas es ir más allá de la resistencia y la durabilidad para crear materiales capaces de transmitir sensaciones y aportar identidad a las encimeras.

Bianco Perlino representa una reinterpretación contemporánea del mármol blanco, combinando un fondo marfil cálido con **delicadas vetas en gris perlado**. Esta colección incorpora la **tecnología Hypertouch**, desarrollada por Arklam para conseguir superficies que se ven y se sienten naturales. Añade un ligero relieve integrado en la pieza para aportar profundidad táctil, realismo y una mejor experiencia sensorial.

Por su parte, Taj Mahal traslada a las encimeras la esencia de las cuarcitas naturales más exclusivas. Su **gráfica de inspiración cristalina**, atravesada por suaves vetas doradas, genera una extraordinaria sensación de volumen y luminosidad. El resultado es una superficie elegante, cálida y atemporal, pensada para proyectos donde diseño y funcionalidad conviven sin límites.

Ambas colecciones están disponibles en gran formato, con piezas de hasta 1.600x3.200 mm y espesores específicos para encimeras. Sus acabados **Hond** (mate) y **Polished** (pulido) permiten crear espacios continuos y limpios, adaptados a diferentes estilos de cocina.

Con Taj Mahal y Bianco Perlino, Arklam demuestra que el futuro de las encimeras ocurre cuando se unen innovación tecnológica, belleza natural y emoción táctil. Superficies que ya no solo se contemplan, sino que se viven.



Arklam

Carretera Alcora, km. 7,5 • 12130 • Sant Joan de Moró • Castellón (España)
Tel. +34 964 913 171 • arklam@arklam.es • www.arklam.com

La nueva era de la inducción invisible e inteligente



Cocinar directamente sobre la encimera sin ver las zonas de cocción parecía imposible hace unos años; hoy evoluciona hacia una nueva dimensión. Cooking Surface vuelve a desafiar los límites de la cocina contemporánea con **Smart Cooking**, la **primera generación de inducción invisible inteligente**.

Smart Cooking representa la evolución natural de una tecnología que ya cambió el mercado con sus primeros productos en 2018. Una innovación que no solo transforma la forma de cocinar, sino también la forma de proyectar, diseñar y vivir los espacios. La invisibilidad deja de ser el destino

final para convertirse en el punto de partida de una experiencia más conectada, precisa e inteligente.

La inteligencia no consiste únicamente en incorporar tecnología, sino en adaptarse a una generación que espera de su cocina el mismo **nivel de personalización y conexión** que de cualquier otro dispositivo. Smart Cooking incorpora recetas y funciones personalizables que permiten cocinar exactamente como a cada persona le gusta. Además, conecta a los usuarios a través de la primera red social integrada en una inducción invisible. Gracias a su conectividad, la placa evoluciona constantemente mediante actualizaciones que amplían sus posibilidades.

Royal Daino Fullvein 3D: cuando la materia alcanza el mismo nivel de innovación

Una tecnología revolucionaria exige una superficie a su altura. **Royal Daino Fullvein3D de ABK Stone** aporta el escenario perfecto para esta nueva generación de cocina invisible. Inspirada en el mármol italiano Daino Reale, esta superficie porcelánica reproduce el veteado en el interior de la masa gracias a la exclusiva tecnología FULLVEIN3D, logrando una continuidad visual extraordinaria incluso tras el corte y mecanizado. El resultado es una pieza de gran riqueza estética capaz de mantener intactas sus prestaciones frente al calor, los impactos, el rayado o las manchas. La unión entre Smart Cooking y Royal Daino Fullvein3D demuestra que el futuro de la cocina ya no consiste en añadir más elementos al espacio, sino en hacerlos desaparecer. Cooking Surface propone menos límites visuales y menos tecnología a la vista para lograr más arquitectura e inteligencia integrada.

Una nueva forma de entender la cocina donde diseño, innovación y materia se fusionan para crear espacios que no solo se habitan, se experimentan. Cuando la superficie desaparece y la tecnología se vuelve invisible, la cocina deja de ser una estancia más de la vivienda para convertirse en el lugar donde comienza el futuro.



Hiperrealismo de la piedra natural



La arquitectura y el interiorismo priorizan ahora materiales que transmitan naturalidad y profundidad visual, más allá de los criterios técnicos. En la cocina, esta exigencia se concentra en la encimera. De aquí surge el impulso en el uso del **porcelánico de gran formato**, capaz de crear planos continuos, reducir juntas y **extender un mismo lenguaje visual** a islas, frentes, mesas o revestimientos. Xtone apuesta por esta tendencia fusionando gráfica, relieve y brillo para imitar fielmente la piedra natural.

Uno de los grandes avances está en la textura. El mercado demanda gráficas atractivas, con materiales que se perciban reales al tacto y a la vista. Xtone ofrece diseños para lograr superficies con mayor profundidad y presencia visual, capaces de aportar naturalidad sin renunciar a las prestaciones que requiere una cocina contemporánea.

Precisamente gracias a los avances en la textura, los materiales porcelánicos de la marca se asemejan o reproducen el acabado de la piedra natural. Además del diseño, ganan peso otros factores como la fiabilidad de la marca, la disponibilidad, la coherencia de la colección y el soporte técnico.

Esta propuesta se amplía con **Altissima by Xtone**, su línea de piedra natural centrada en materiales exclusivos. Esta convivencia entre porcelánico de gran formato y piedra natural permite abarcar proyectos con necesidades distintas.

Nuevos espesores para una cocina más completa

Una de las tendencias en el ámbito de la cocina es la **combinación de espesores**. La encimera requiere presencia, resistencia y seguridad de uso, por lo que los espesores de **20 mm** son las soluciones más adecuadas. Al mismo tiempo, espesores más ligeros como el de **3,5 mm** abren nuevas posibilidades en el revestimiento de mobiliario, frentes, laterales, puertas o elementos decorativos.

En España, Xtone cuenta con **ocho centros de exposición de producto Library** donde profesionales y clientes pueden conocer los materiales de primera mano y seleccionar tablas individualmente. Esta experiencia resulta especialmente útil en proyectos de cocina, donde ver el material en gran formato, interpretar sus vetas y valorar su textura real marca la diferencia en la decisión final.



Cocina en el centro del sistema cerámico One Space



Atlas Concorde integra el diseño de interiores a través de **One Space – The Atlas Concorde Ceramic Ecosystem**, su propuesta en el Salone del Mobile.Milano 2026. Este modelo de proyecto integra pavimentos, revestimientos, grandes losas Atlas Plan y mobiliario Atlas Concorde Habitat en un único sistema coordinado. El objetivo es lograr que las superficies, encimeras y volúmenes de la cocina compartan un mismo lenguaje estético y funcional, respondiendo a la necesidad de crear ambientes coherentes y conectados.

En el ámbito de la cocina, las grandes losas **Atlas Plan** de hasta 160x320 cm adquieren protagonismo al revestir barras, paredes, *backsplash* y pavimentos. Para la barra y el *backsplash* eligieron **Marvel Epic Natural Roots**, caracterizada por vetas blancas, avellana y doradas sobre un fondo beige cálido. En paredes y pavimento, **Travertino Navona White** introduce una nota más sobria, equilibrando la composición y reforzando la continuidad del conjunto. Estas losas de gres porcelánico ofrecen efectos visuales impactantes y garantizan una alta resistencia al calor, arañazos y manchas.

De la encimera de cocina al mobiliario

La innovación de la marca se traslada también al mobiliario de la zona dining. Las losas **Marvel Epic Taj Mahal White** y **Noisette** dialogan en las paredes. La mesa Brooklyn, en dimensiones 300x100 cm, incorpora una encimera **Marvel Diva White Everest**, mostrando cómo el gres porcelánico puede entrar directamente en mobiliario. En la zona living, la mesa Giotto de la colección Tratto by Piero Lissoni está disponible en tres dimensiones con tablero en **Fior di Bosco** en versiones *polished* y *silk*

La propuesta de Atlas Concorde se extiende al diseño *outdoor* para mantener la continuidad material en el exterior. La colección de efecto cemento **Boost Vision**, en el tono camel, en paredes y pavimentos se une al look metal **Corten**, que caracteriza al banco Arco y a la jardinera Hashtag. Con este ecosistema, la marca consolida la cerámica como un elemento de proyecto total, capaz de unificar desde la encimera hasta el mobiliario.



REHAU Interior Solutions reinterpreta las superficies con la gama RAUVISIO crystal Strong

Combinando los avances tecnológicos con la búsqueda de la sostenibilidad y la conexión con la naturaleza, REHAU Interior Solutions presenta la renovada colección **RAUVISIO crystal Strong**, una propuesta que traslada la belleza de materiales naturales como la piedra, la arcilla o el mármol a su tecnología de vidrio inteligente. Mantiene la apariencia elegante y el tacto del cristal, pero con ventajas significativas: su material es más **ligero, resistente, flexible** y se puede trabajar con herramientas convencionales para la madera.

La colección reúne seis decorados inspirados en diferentes expresiones de la materia natural: **Vela, Torino** y **Onice** evocan la profundidad de la piedra y el mármol, mientras que **Creta, Nube** y **Cortena** encuentran su inspiración en la arcilla, las formaciones nebulosas y las vetas orgánicas. Todos ellos están disponibles tanto en acabado mate como en alto brillo, diseñados para ofrecer un efecto tridimensional de gran profundidad visual.

Inspiración de la naturaleza

Las ventajas funcionales de RAUVISIO crystal le dotan asimismo de una amplia versatilidad. Así, permite su aplicación en frentes de mobiliario, revestimientos murales y fondos de encimera. En este ámbito, destaca la versión **crystal Slim**, concebida para aplicaciones verticales y proyectos de renovación. Además, en la versión mate incorpora propiedades antihuella que contribuyen a mantener una apariencia impecable durante más tiempo.

Como parte del enfoque de diseño integrado de REHAU, RAUVISIO crystal Strong se coordina con otras soluciones de la marca. Los decorados encuentran continuidad en las superficies noble mate, en los laminados **RAUVISIO noir** y en los sistemas de almacenaje **RAUVOLET**, creando una estética coherente y uniforme.



REHAU Interior Solutions

Pol. Ind. Camí Ral • C/ Miquel Servet, 25 • 08550 • Gavà • Barcelona (España)
Tel. +34 936 35 35 00 • barcelona@rehau.com • www.rehau.com/crystal

Calma y bienestar en la cocina contemporánea

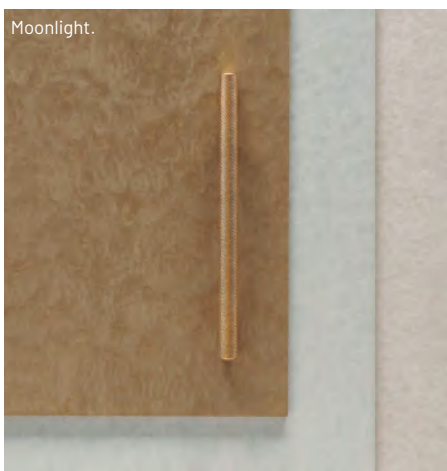


La cocina contemporánea atraviesa un momento de transformación, pasando de ser un espacio funcional a convertirse en un **ambiente emocional**, enfocado en el bienestar y la calidez. En esta transformación, las superficies juegan un rol clave al aportar textura y profundidad mediante materiales inspirados en la naturaleza, como maderas veteadas y tonos tierra. El objetivo actual es crear cocinas abiertas, serenas y acogedoras donde predomine el equilibrio visual.

En este contexto, destacan propuestas que reinterpretan materiales y acabados desde una mirada más contemporánea. Combinaciones con diseños como de las nuevas colecciones 2026 de ALVIC reflejan la creciente apuesta por cocinas más naturales, donde los tonos suaves y las texturas inspiradas en la madera ayudan a crear ambientes más acogedores. Inspirada en el legado arquitectónico de Le Corbusier, Ondara aporta además una visión más sofisticada y arquitectónica de la madera natural. Junto a las texturas naturales, también ganan protagonismo los colores sólidos vinculados a las nuevas tendencias de interiorismo. Tonalidades cálidas, neutras y en acabado supermate como el Zenit 3.0 conviven con propuestas más frescas y actuales como **Verde Matcha**, reflejando la búsqueda de cocinas con mayor personalidad y equilibrio visual.

Por otro lado, crecen las superficies con acabados de efecto visual más innovador. Diseños como **Moonlight** incorporan reflejos nacarados y un efecto tridimensional que genera distintos matices según la incidencia de la luz, aportando dinamismo y un carácter diferencial y exclusivo al espacio. En la misma línea, colecciones pétreas como **Nuvola** exploran nuevas texturas y efectos perlados a través de acabados como Silk Stone, que añaden profundidad visual y sofisticación a encimeras y frentes de mobiliario. ALVIC también incorpora para 2026 nuevas propuestas como la colección **Terra**, una propuesta inspirada en la artesanía y los tonos minerales mediterráneos, concebida para crear cocinas más serenas, luminosas y conectadas con materiales de apariencia natural.

Más allá de las tendencias, el diseño de cocinas parece dirigirse hacia una idea clara: crear espacios más personales y equilibrados. Y en esa nueva concepción del hogar, las superficies se consolidan como una herramienta esencial para construir ambientes con identidad propia, capaces de perdurar más allá de modas pasajeras.



Alta tecnología de Fintop y el poder del total look



La cocina contemporánea exige más que funcionalidad, al convertirse en el epicentro estético y el espacio multifuncional más importante del hogar. Para dar respuesta a esta exigencia, Finsa evoluciona su gama de encimeras de madera **Fintop**. Combina avanzadas soluciones técnicas y una propuesta de diseño unificado.

Fregaderos enrasados sobre base de madera

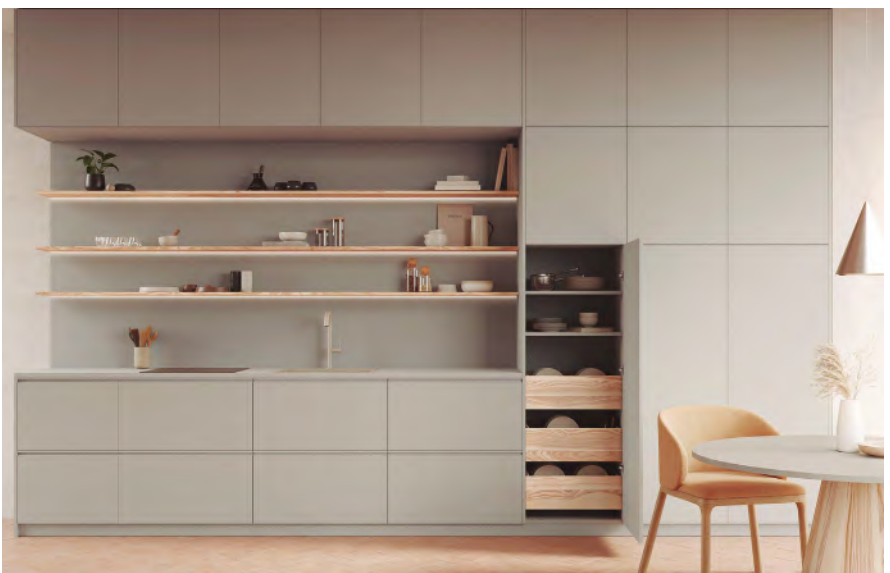
Una de las innovaciones más destacadas de esta gama es su capacidad para incorporar soluciones reservadas hasta ahora a otros materiales. La combinación de diseño, tecnología y prestaciones permite ampliar las posibilidades de la encimera de madera y elevar su nivel estético y funcional. Gracias a la incorporación del tablero hidrófugo de alta densidad **SuperPan High Pro**, tanto la gama de canto recto **Fintop SQ** como las encimeras posformadas **Fintop+** de 38 mm admiten la instalación de fregaderos enrasados. Esta solución elimina el tradicional desnivel entre fregadero y encimera, creando una superficie continua que mejora notablemente la higiene, facilita la limpieza y aporta una estética más limpia y sofisticada. El resultado es una cocina con una imagen de alta gama, donde la continuidad visual y la funcionalidad conviven con la calidez, la versatilidad y las ventajas técnicas de la madera.

La vanguardia del diseño: volúmenes, espesores y texturas

La colección se completa con una propuesta versátil que responde a las principales tendencias internacionales en diseño de cocinas. El resultado son tres líneas con una personalidad propia y claramente diferenciada. Por un lado, **Fintop Xtrim** representa la máxima expresión del minimalismo. Con un espesor de tan solo 13 mm y una cuidada selección de 12 diseños, esta gama aporta una extraordinaria ligereza visual y una sofisticación contemporánea. La pureza de las líneas es protagonista. **Fintop SQ**, la propuesta de canto recto, apuesta por el equilibrio entre robustez y modernidad. La oferta se completa con **Fintop+**, una renovación integral de diseños disponible en los espesores clásicos de 30 y 38 mm. Esta gama combina la solidez y la presencia que demandan los proyectos más tradicionales con las últimas mejoras técnicas de la marca, incorporando en la versión de 38 mm el innovador soporte tecnológico que amplía sus posibilidades de aplicación y prestaciones.

Revolución del 'total look'

El concepto **total look** ofrece espacios equilibrados, con estilo y personalidad. Finsa responde a esta tendencia mediante soluciones integrales, que permiten crear ambientes donde cada elemento dialoga en armonía. Gracias a la coordinación entre encimeras, módulos y el área Finsa Design, los profesionales pueden proyectar cocinas bajo una visión unificada.





CUPA STONE La gama de superficies porcelánicas Ceratop de Cupa Stone ofrece soluciones innovadoras que combinan estética y versatilidad en la arquitectura contemporánea. Entre sus últimas novedades destaca Macadamia Cream, una propuesta que aporta elegancia y calidez gracias a sus tonos suaves y naturales. Esta nueva incorporación se integra armoniosamente en espacios modernos y atemporales, consolidando el compromiso de la marca con el diseño, la calidad y la innovación en el sector.

www.cupastone.es

COVERLAM TOP La colección White Balance reinterpreta la esencia del mármol desde una visión contemporánea. Su gráfica se caracteriza por las vetas doradas, realizadas gracias a CarvedTechnology, que sincroniza dibujo y relieve y aporta un nivel de realismo tanto a la vista como al tacto. El acabado satinado confiere una textura sedosa y elegante que multiplica la sensación de naturalidad y aporta equilibrio a cualquier espacio. White Balance se presenta en espesor 5,6 mm y 12 mm y en formatos 810x3.240 mm y 1.620x3.240 mm, este último en opción *Book*, que permite desplegar las vetas como un efecto espejo y crear superficies continuas y envolventes.

www.coverlambygrespania.com



HIMACS La gama de Solid Surfaces de Himacs incluye quince nuevos colores este año, apostando por la profundidad estética, el diseño biofílico y la sostenibilidad gracias al uso de contenido reciclado preconsumo con certificación SCS. El lanzamiento incluye cinco tonos renovados en la gama Terrazzo: *Ulivo* (en la imagen), *Nuvola*, *Sorrento*, *Marsala* y *Selva*; la ampliación de Calacatta con *Vista*, *Desert Moon* y *Lake Moon*; la gama Solids con los tonos verdes *Urban Sage* y *Lafayette Green*; las tonalidades *Sage*, *Pluma* y *Nero* en la serie Aurora & Marmo; el nuevo modelo blanco cálido *Perna White*, y la nueva placa extra ancha de 1.520 mm para el diseño *Aurora Alps*.

www.lxhausys.com/eu-es



LAMINAM El proyecto *The Art of Top* de Laminam presenta una visión que sitúa la encimera como espacio de arte y la eleva a núcleo estético de la cocina contemporánea. En el marco de esta filosofía y coincidiendo con su participación en la feria S-Project en Milán, la marca destaca su nueva colección RARE, inspirada en piedras raras y preciosas desde el punto de vista geológico. Esta gama destaca por el innovador acabado DNA, una tecnología que modifica la estructura de la tabla para reproducir en relieve las vetas, dinamismo e irregularidades de la naturaleza, logrando superficies únicas.

www.laminam.com/es

MARAZZI *The Top* es la colección de placas de gres porcelánico de gran formato de Marazzi, disponible en formatos 1.600x3.200 mm y 1.620x3.240 mm. Presentada en la feria S-Project en Milán, combina innovación tecnológica, elegancia estética y máxima libertad. Las superficies, disponibles en acabado mate, satinado o brillante, destacan por su higiene, durabilidad y estabilidad a largo plazo. Dentro de la colección, la gama *Stone Look* se amplía con nuevas opciones como *Tivoli*, inspirada en el travertino romano; *Pietra di Sicilia*, con vetas cálidas, y *Silver Root White*, nueva variante clara del mármol turco. Gracias a la tecnología 3D Ink, cada placa expresa una materialidad auténtica y un detalle fiel.

www.marazzi.es



INFINITY El proyecto Arkèon, mostrado también en la feria S-Project en Milán, supera el concepto tradicional de gres porcelánico para configurarse como ecosistema de diseño. La colección celebra la esencia más pura y auténtica del material, ofreciendo una solución de corte sartorial. Dentro de este ecosistema destacan *Fragmentis Burn*, que evoca la fuerza del fuego en la piedra arcaica del Mioceno con una textura intensa y profunda, y *Fragmentis Row*, caracterizada por incisiones geométricas y racionales. Junto a las familias *Fossil*, *Sandstone* y *Plaster*, el proyecto garantiza una estética refinada y continuidad visual en encimeras y mobiliario.

www.infinitysurfaces.it/es



ASCALE El modelo *Appennino Gold* de Ascale se inspira en la majestuosidad de los Apeninos italianos, donde la fuerza de la montaña se encuentra con la calma de los valles. Visto en la feria S-Project en Milán, sus vetas y matices fusionan profundos tonos rojizos con sutiles reflejos cálidos, creando una presencia natural que aporta serenidad y elegancia a los espacios. Cada superficie transmite equilibrio y armonía, con un carácter auténtico y refinado.
www.ascale.es

SAPIENSTONE Breccia Rosa 4D redefine el concepto de mármol rosa con la tecnología 4D de Iris Ceramica Group. Inspirado en la exclusiva piedra natural extraída en Verona, es un mármol estructuralmente distinto: fragmentos de roca compactados por ligaduras cromáticas que dan lugar a una superficie densa, diferente y reconocible. Se encuentra disponible en formato único de 1.600x3.200 mm con grosores de 12 mm y 20 mm, presentada en acabado *Cashmere*.
www.sapienstone.com/es



VENUX Dolce Ceppo reinterpreta la piedra natural con una sensibilidad cálida, neutra y contemporánea. Inspirada en la serenidad del *ceppo* italiano, la propuesta destaca por un fondo claro matizado con delicados fragmentos minerales y suaves contrastes, aportando profundidad y luminosidad a los espacios. Diseñada para adaptarse a todo tipo de ambientes, esta superficie combina con maderas y metales, garantizando continuidad visual y una estética atemporal.
www.venuxsurface.com

NEOLITH *Colosseo, Toscano, Nivola y Pasadena* son los nuevos modelos de Neolith, que refuerzan su propuesta de inspiración natural, donde la continuidad, la luz y la materia definen el espacio. Toscano, en la imagen, captura la esencia de la piedra noble italiana y la traslada a una gama de tonos tierra y marrones en tendencia. Cálido, envolvente y con una riqueza cromática notable, su acabado *Riverwashed* potencia una textura suave y erosionada.
www.neolith.com/es



blink



Mira el video
youtube.com/scilmscilm



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



blink. Para soltar el zócalo 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

scilm[®]
[FURNITURE TECHNOLOGY]



Daniel Marco:
“una feria ya no puede limitarse a ser una exposición comercial”

www.espaciococina.feriavalencia.com

Espacio Cocina SICI 2026 se celebrará del 28 de septiembre al 1 de octubre en Feria Valencia. En esta entrevista, Daniel Marco, director del evento, nos avanza los detalles de la próxima edición.

• **¿Cómo avanza la contratación de stands de Espacio Cocina SICI 2026?**

La evolución está siendo muy positiva y confirma que Espacio Cocina SICI mantiene una posición sólida como el gran punto de encuentro profesional del sector en España. La respuesta del mercado está siendo muy favorable y la previsión es ocupar plenamente el Nivel 3 del Pabellón 3 de Feria Valencia, lo que supone más de 12.000 m² de superficie expositiva bruta.

Además, vemos una representación muy transversal de toda la cadena de valor: fabricantes de mobiliario, equipamiento, electrodomésticos, componentes, superficies y soluciones tecnológicas. Esa diversidad es precisamente uno de los grandes valores de la feria.

Daniel Marco

Director de Espacio Cocina SICI

• **¿Qué cifras de visitantes esperan y cómo están trabajando para conseguir más y de mejor calidad?**

Nuestro objetivo no es únicamente crecer en volumen, sino especialmente en calidad y capacidad de prescripción. Estamos trabajando intensamente en campañas nacionales e internacionales dirigidas a perfiles profesionales estratégicos, potenciando acciones específicas de captación y programas de compradores.

Los estudios de cocina son un colectivo prioritario para nosotros porque son uno de los grandes prescriptores del sector y tienen un peso muy relevante dentro del visitante profesional de Espacio Cocina SICI. Son perfiles que buscan innovación, soluciones diferenciadoras y una visión más global del hábitat, algo que esta edición va a potenciar especialmente.

• **Una de las tendencias en el sector del mueble de cocina es la de su integración con el resto del hogar. ¿De qué manera estas sinergias se ven reforzadas con la celebración de Espacio Cocina SICI en el marco de la feria Hábitat València?**

La cocina ha dejado de ser un espacio aislado para convertirse en uno de los centros emocionales y funcionales del hogar. Y eso hace que la integración con otros espacios sea cada vez más natural.

La celebración conjunta con Feria Hábitat València, Textilhogar y la nueva propuesta 360 by Cevisama genera un ecosistema extraordinariamente potente porque conecta sectores que hoy dialogan

continuamente entre sí: cocina, interiorismo, mobiliario, textiles, baño, materiales, superficies, bancadas y revestimientos.

Especialmente interesante será la relación con el ámbito del baño dentro de 360 by Cevisama. Cocina y baño comparten muchos lenguajes: materiales, acabados, sostenibilidad, innovación, diseño y experiencia de usuario. Los profesionales trabajan ya con una visión integral del proyecto y esta plataforma permite precisamente esa mirada global.

Creemos que esta alianza tiene un enorme recorrido porque responde a cómo se conciben actualmente los espacios y a cómo trabajan arquitectos, interioristas y prescriptores.

• **¿Qué papel cree que juegan las actividades paralelas de su programa de contenidos y qué destacaría del programa de Espacio Cocina SICI 2026?**

Hoy una feria ya no puede limitarse a ser una exposición comercial. El contenido aporta contexto, conocimiento y capacidad de generar conversación sobre el futuro del sector.

En esta edición destacaría especialmente el espacio AMC Kitchen Lab, que será uno de los grandes focos de atracción. Será un entorno pensado para inspirar, generar experiencias y abordar temas como tendencias, diseño, materiales, innovación y nuevos modos de habitar.

Buscamos que el visitante encuentre producto, negocio y también ideas que pueda trasladar a su actividad profesional.

• **¿Cómo valora el trabajo y la colaboración con AMC, entidad coorganizadora de la feria?**

La colaboración con AMC es absolutamente estratégica. Compartimos una visión común de la feria y un objetivo muy claro: construir una plataforma útil y valiosa para las empresas y para todo el sector.

AMC aporta un conocimiento profundo del mercado y una conexión permanente con las necesidades reales de los fabricantes y profesionales. Esa relación tan estrecha es uno de los factores que explica el crecimiento y la consolidación de Espacio Cocina SICI en los últimos años.

Más que una relación organizativa, es un trabajo conjunto de construcción sectorial.

• **¿En qué medida considera que el espacio Kitchen Lab contribuye al éxito de la feria? ¿Será un área con continuidad para las próximas ediciones?**

Kitchen Lab aporta un enorme valor añadido porque transforma la visita en una experiencia. Permite enseñar producto y tendencias desde una perspectiva mucho más inspiracional y emocional.

En esta edición tendremos además la participación de Francesco Rifé, uno de los creativos y diseñadores más reconocidos, cuya capacidad para trabajar la esencia de los materiales, la funcionalidad y la sensibilidad espacial encaja perfectamente con la filosofía del proyecto.

No se trata de incorporar un nombre reconocido por sí mismo, sino de contar con una visión capaz de aportar contenido y generar una propuesta diferencial.

Y sí, creemos que es un formato con mucho recorrido y vocación de continuidad porque se ha convertido en un elemento muy identificativo dentro de Espacio Cocina SICI.

• **Siempre ha dicho que la cocina es la "guinda del pastel" de Habitat por el poder de atracción y la entidad propia del sector del equipamiento de la cocina. ¿Cree que España tiene potencial para contar con una feria de cocinas más grande?**

España tiene una industria de cocina muy potente, con empresas cada vez más competitivas, internacionalizadas e innovadoras. El potencial existe y además el sector ha demostrado una gran capacidad de evolución.

Pero más que hablar únicamente de tamaño, hablaría de valor. El crecimiento debe venir acompañado de una propuesta diferencial y útil para las empresas y los visitantes.

En ese sentido, el modelo que estamos construyendo resulta especialmente atractivo porque no sitúa a la cocina como un elemento aislado, sino integrada dentro de una visión global del hábitat.

Y precisamente ahí está una de nuestras grandes fortalezas: ofrecer una plataforma donde la cocina se conecta con el diseño, el interiorismo, el baño, los materiales y la arquitectura. Hoy el mercado funciona así, y las ferias también deben evolucionar en esa dirección.

La feria Espacio Cocina SICI 2026 avanza hacia su próxima edición con un 95 % del espacio expositivo ya ocupado, consolidándose como la principal cita profesional del sector del mobiliario y equipamiento de cocina en España

Espacio Cocina SICI 2026 confirma una fuerte demanda y roza el lleno



Espacio Cocina SICI, feria bienal dedicada al mobiliario y equipamiento de cocina, ha **completado el 95 % del espacio expositivo** previsto para su edición de 2026 a falta de tres meses para su celebración.

En concreto, el evento tendrá lugar **del 28 de septiembre al 1 de octubre en Feria Valencia**, y ocupará un espacio de más de 11.000 m².

La gran respuesta del sector ante la convocatoria confirma el posicionamiento de esta feria, coorganizada por Feria Valencia y la asociación sectorial AMC, como el **único escaparate profesional en España especializado en mobiliario y equipamiento para la cocina**.

Del mismo modo, la nueva edición se celebrará conjuntamente con **Feria Hábitat València, Textilhogar y la nueva iniciativa 360**

by Cevisama. Esta interconexión entre los sectores del hábitat, el interiorismo, los materiales, el equipamiento y el baño multiplicará las oportunidades comerciales y aumentará la cifra de visitantes profesionales.

Además, esta edición destaca por la calidad y diversidad de los expositores ya confirmados, entre los que se encuentran algunos de los **principales actores nacionales e internacionales** en prácticamente todos los segmentos vinculados a la cocina.

El mueble de cocina como protagonista

Por un lado, el sector del **mueble de cocina** será uno de los grandes protagonistas de Espacio Cocina SICI 2026. Entre los expositores ya confirmados, se hallan Antalia, Aroca, Ártico, ArTre, Creo Kitchens, Cucine Lab, Delamora, Febal Casa, Garbianti, Incastri, Kvik, Marins, Mestremat, Mogar, Nella Design, Neola, Nexo Küchen, Rekker, Saitra, Schüller, Veneta Cucine y Zona.

Ramón Bel, director general de Cucine Lube España y Creo Kitchens, afronta con optimismo la participación en la feria, en la que espera “una gran afluencia de público y, sobre todo, un **visitante con curiosidad e interés por conocer más sobre el mundo de la cocina**”.

Javier Castilla, CEO & Product Director de Rekker, ha señalado que la participación de su compañía en Espacio Cocina SICI 2026 supone “una excelente oportunidad para reforzar nuestra

visibilidad en el sector, presentar nuestras últimas novedades y establecer **nuevas relaciones comerciales**".

Óscar Sánchez, de Veneta Cucine ha destacado que el evento representa "una gran oportunidad para seguir consolidando la presencia de Veneta Cucine en el mercado español, mostrando no solo nuestras novedades y propuestas de diseño, sino también nuestra **visión de la cocina como un espacio de convivencia, arquitectura y estilo de vida**".

Por su parte, **Anatoli Jiménez**, director comercial de Delamora ha comentado que esta próxima edición permitirá a la compañía "generar una **experiencia que cubra los seis sentidos**: los cinco que todos conocemos y un sexto que nos gustaría expresen y descubran los propios visitantes".

Desde **Nexo Kütchen** han afirmado que Espacio Cocina SICI 2026 posibilitará "**consolidar el cambio de marca que realizamos el pasado octubre** y presentarlo de forma directa ante profesionales, distribuidores, colaboradores y prescriptores".

En palabras de **Miguel Ángel García**, director de marketing de Antalia: "Esperamos, una vez más, estar a la altura de lo que representa nuestra marca y **seguir consolidando nuestra posición en el sector**".

En esta línea, desde **Garbianti Group** han indicado que "nuestra participación representa una oportunidad muy importante para seguir **consolidando la evolución** de Garbianti Group dentro del sector de la cocina a nivel nacional".

Participación de grandes firmas de electrodomésticos

Asimismo, en el área de **electrodomésticos** figuran firmas como AEG, Miele, Bora, Cecotec, Cloen, Cobain, Electrolux, FIM, Fulgor, La Sommeliere, Out Company y Teka. Desde AEG han subrayado que, para la próxima edición, esperan "un entorno dinámico donde poder compartir nuestra visión sobre el futuro del espacio cocina: **más conectado, más sostenible y centrado en la experiencia del usuario**".

Pablo Cerra, director de Cloen, ha explicado que la participación de la firma en el evento supone "una oportunidad clave para seguir posicionando la **inducción invisible dual como una nueva categoría** dentro del espacio cocina".

Superficies y encimeras

En cuanto al segmento de **superficies y encimeras**, contará con la participación de marcas como Cosentino, Coverlam, Dekton, Infinity, Laminam, Marazzi, Museum, Neolith, Silestone, Topstar y Xtone.

Eduardo Martínez-Cosentino, vicepresidente de Ventas para Iberia de Cosentino, ha afirmado que encara la próxima edición "con las **mejores expectativas y toda la ilusión**", en un momento clave para el sector, marcado por factores como "la innovación, la sostenibilidad, la implantación creciente de las **nuevas tecnologías** y también los **nuevos hábitos y formas de vida**".

Fregaderos, grifería y equipamiento técnico

En lo que respecta al sector de **fregaderos y grifería**, estará representado por empresas como Poalgi, Primagran y Quooker. Asimismo, Leica y Biesse tendrán presencia en las áreas de **herramientas y maquinaria**, mientras que Somcasa participará en el ámbito del **mueble auxiliar**.

"Espacio Cocina SICI 2026 será una **buena oportunidad para seguir ganando visibilidad** dentro del sector de la cocina en España y para estar cerca de **profesionales clave**", han apuntado desde Quooker.

Ángel Mínguez, CEO de Poalgi, considera la feria "el escenario perfecto para **mostrar nuestra evolución**", y espera que este año sea "un punto de encuentro clave para reivindicar nuestra producción nacional como garantía de excelencia y sostenibilidad".

Digitalización y soluciones tecnológicas para la cocina

También habrá espacio para la **transformación digital y las nuevas herramientas tecnológicas**, con empresas especializadas en software y soluciones digitales como Ardis, Autokitchen, Benidorm Software, Cynclly, Microcad, Teowin, Ulises y Virtual Kitchen.

Finalmente, en el ámbito de **agencias especializadas y centrales de compra**, han confirmado su presencia A3COM y MHK, mientras que en el de **componentes** habrá firmas como Cucine Oggi y Kesseböhmer.

www.espaciococina.feriavalencia.com

FIMMA + Maderalia ultima su próxima edición con previsiones de crecimiento, mayor participación empresarial y un refuerzo de su proyección internacional en el sector de la madera, el mueble y el interiorismo

FIMMA + Maderalia 2026 apunta a la edición más potente de la última década



FIMMA + Maderalia, la bienal de la industria de la madera, el mueble, el interiorismo y los proyectos *contract*, se celebrará del 10 al 13 de noviembre en Feria Valencia y, según su presidente, Alejandro Bermejo, se perfila como “la edición más potente de la última década”.

Certamen en expansión

Bermejo destaca también el **crecimiento del certamen español** frente al estancamiento o la pérdida de impulso que atraviesan otros eventos europeos del sector.

El principal motor del crecimiento del evento es, según Bermejo, el **compromiso de las empresas expositoras**. Las firmas históricas mantienen su fidelidad a la feria y, además, muchas de ellas han decidido ampliar la superficie de sus stands para aumentar su impacto comercial y visual.

A este fenómeno se suma la **incorporación de nuevas empresas** que debutarán en la cita, reflejo del desplazamiento del interés industrial hacia el mercado español.

Entre las empresas ya confirmadas en el área de Maderalia se hallan **Kronospan** y **Blum**, mientras que en FIMMA se suman firmas internacionales como **Weinig Holzher** y **Felder Group**.

Asimismo, destaca el notable **crecimiento de las participaciones agrupadas** impulsadas por asociaciones empresariales y sectoriales, superior al 20% respecto a la edición anterior. Por ejemplo, tendrán presencia AMALU, ASEMAD, AHEC, French Timber Association, AIMMP, AEIM y Club Madera.

Apuesta internacional

La **dimensión internacional** también será uno de los ejes de la próxima edición. De este modo, Maderalia se posiciona como una puerta de entrada estratégica para distintos mercados, especialmente Latinoamérica, Marruecos y el eje formado por Portugal, Italia y España.

En este sentido, la organización ha **triplicado el presupuesto destinado a la captación de visitantes extranjeros** con el objetivo de facilitar el acceso directo de las empresas expositoras a compradores internacionales.

www.fimma-maderalia.feriavalencia.com

La exposición Casa Decor 2026 cerró en Madrid una edición de gran éxito que reunió a más de 41.000 visitantes y 240 profesionales para presentar las últimas tendencias, materiales y propuestas vinculadas al diseño contemporáneo y la sostenibilidad

Casa Decor cierra su 61ª edición con récord de visitantes



La sede de Casa Decor 2026, en la calle San Agustín, 11, de Madrid.

Casa Decor cerró en mayo las puertas a una edición de oro, que la consolidó como un punto de encuentro clave para la creatividad, la innovación y la industria del diseño. Celebrada del 9 de abril al 24 de mayo, la exposición **reunió en Madrid a 41.613 visitantes** y contó con la participación de 240 profesionales entre firmas, estudios de arquitectura, interiorismo y artesanos.

En total, se intervinieron **2.000 m² distribuidos en 47 espacios**, en los que se presentaron tendencias, materiales y propuestas vinculadas al diseño contemporáneo y la sostenibilidad.

Actividad profesional y programación de eventos

El evento albergó un total de **127 actividades**, desarrolladas en espacios emblemáticos como el restaurante de Iris Ceramica Group, diseñado por Raúl Martins, y el auditorio de Valpaint, obra de Miguel Muñoz.

Estos enclaves concentraron una **intensa programación cultural, profesional y social** durante toda la exposición.

Perfil de visitantes y participación sectorial

La edición registró un **notable incremento del público profesional**, que representó el 65 % de las visitas entre semana. Durante los fines de semana, el 35 % de los asistentes correspondió al público general interesado en diseño y tendencias. En cuanto a la composición del público, la organización destacó un **equilibrio de género** (50 % hombres y 50 % mujeres), con una franja de edad predominante entre los 30 y los 50 años.

Participación de firmas y proyección internacional

Casa Decor 2026 contó con **124 empresas oficiales, 47 estudios de arquitectura e interiorismo y 21 artistas y artesanos**, responsables de la creación de casi medio centenar de espacios expositivos.

Del total de empresas, un 30% participó por primera vez, mientras que el 70% restante repetía experiencia. La **participación internacional alcanzó el 46 %**, con presencia de firmas de Italia, Tailandia, Francia, Reino Unido, Países Bajos, Suecia y Suiza, entre otros países.

www.casadecor.es

NÚMEROS DE LA SEGUNDA EDICIÓN DE INTERZUM FORUM ITALY

Los pasados 4 y 5 de junio, tuvo lugar en la ciudad italiana de Bérgamo la segunda edición de la feria Interzum Forum Italy. La muestra contó con la participación de 263 expositores de 26 países y 4.400 visitantes de 71 nacionalidades. Asimismo, el programa de conferencias incluyó más de 25 charlas con más de 40 ponentes.



BALANCE MODERADO DE COVERINGS 2026 EN LAS VEGAS

En su edición de 2026, la feria Coverings, aunque marcada por el contexto económico y geopolítico, demostró seguir siendo uno de los eventos internacionales más importantes de baldosas y piedra en Norteamérica, reuniendo a miles de profesionales de la industria procedentes de todo el mundo en Las Vegas Convention Center, del 30 de marzo al 2 de abril.

LA SEMANA INTERNACIONAL DE LA CONSTRUCCIÓN SUMA YA MÁS DE 460 EMPRESAS EXPOSITORAS

La Semana Internacional de la Construcción, organizada por IFEMA Madrid, y que reúne las ferias Construtec, Veteco, Smart Doors y Piscimad, se celebrará del 10 al 13 de noviembre de 2026 en Madrid. El proyecto ferial contaba a finales de mayo con más de 460 empresas expositoras confirmadas, procedentes de la industria de la construcción, la rehabilitación, la eficiencia energética, las ventanas, fachadas, automatismos y piscinas.



STONEGAL 2026 CONSOLIDA EN VIGO SU PAPEL COMO GRAN ESCAPARATE INTERNACIONAL DE LA PIEDRA NATURAL

Stonegal 2026 se consolidó en su segunda edición como el gran encuentro internacional de la piedra natural, con la participación de más de 120 expositores y la asistencia de más de 6.000 profesionales. Celebrado en el Instituto Ferial de Vigo (IFEVI) del 17 al 19 de junio, el evento reforzó su papel como plataforma de referencia para la industria, la arquitectura y el diseño en torno a la innovación, la sostenibilidad y la proyección global del sector.

"HOTEL HÁBITAT" EXPLORARÁ LAS NUEVAS FORMAS DE HABITAR EN FERIA HÁBITAT VALÈNCIA 2026

Feria Hábitat València 2026 acogerá, del 28 de septiembre al 1 de octubre, una nueva edición de 'Hotel Hábitat', un proyecto inmersivo liderado por el arquitecto mexicano Joaquín Homs que propone una reflexión sensorial y emocional sobre las nuevas formas de habitar los espacios. La instalación, concebida como un "hotel universal" y de fuerte carga simbólica y sostenible, contribuirá a consolidar el evento como un gran escaparate internacional del diseño, la arquitectura y el hábitat contemporáneo.



CONSTRUMAT SE UNE A BARCELONA, CAPITAL DE LA ARQUITECTURA 2026

En el marco de Barcelona 2026 Capital Mundial de la Arquitectura, Construmat, el salón de la construcción de Fira de Barcelona, lanza un ambicioso programa de actividades que servirá como antesala a su 25 edición en mayo de 2027 (18-20 de mayo). La iniciativa incluirá demostraciones en vivo, visitas guiadas y acciones divulgativas centradas en la innovación, la sostenibilidad y la transformación del sector, acercando la construcción a la sociedad y reforzando su papel clave en el futuro urbano.

Julio

01/04 Casablanca (Marruecos)
MADESIGN EXPO 2026

Feria internacional de arquitectura de interiores, decoración y diseño.

www.madesignmaroc.com

08/12 Tangerang (Indonesia)
INDO BUILD TECH EXPO

Exposición de materiales de construcción, arquitectura y diseño de interiores.

www.indobuildtech.com

30/02 Johannesburgo (SA)
DECOREX AFRICA

Salón de decoración y tendencias en interiorismo.

www.decorex.co.za/joburg

05/06 Manchester (UK)
MANCHESTER FURNITURE SHOW

Exhibición internacional para la industria del mueble.

www.thefurnitureshows.com

29/01 Kuala Lumpur (Malasia)
ARCHIDEX

Evento internacional de arquitectura, diseño de interiores y construcción.

www.archidex.com.my

Agosto

05/07 Kuala Lumpur (Malasia)
MBAM ONEBUILD

Evento del sector de la construcción e infraestructuras.

www.mbamonebuild.com.my

07/09 Nueva Delhi (India)
INDEX PLUS

Exposición de interiorismo, arquitectura y diseño en India

www.indexplus.in

19/22 Guadalajara (México)
EXPO MUEBLE INTERNACIONAL

Feria latinoamericana dedicada al mobiliario y la decoración.

www.expomuebleinternacional.com.mx

Septiembre

04/08 Berlín (Alemania)
IFA

Feria de electrodomésticos y electrónica de consumo.

www.ifa-berlin.com

21/25 Löhne (Alemania)
AREA30

Evento sobre diseño, tecnologías y tendencias del sector de la cocina.

www.area-30.de

28/01 Valencia (España)
ESPACIO COCINA SICI

Feria dedicada al sector del mobiliario, equipamiento y soluciones para la cocina.

www.espaciococina.feriavalencia.com

19/24 Bolonia (Italia)
CERSAIE

Exposición internacional de cerámica y revestimientos.

www.cersaie.it

22/25 Verona (Italia)
MARMOMAC

Salón internacional del mármol, la piedra, el diseño y sus tecnologías.

www.marmomac.com

28/01 Valencia (España)
FERIA HÁBITAT VALENCIA

Principal escaparate internacional de la industria española del hábitat.

www.feriahabitatvalencia.com

Fabricantes de muebles de cocina



• **Antalia**

Ctra. de Yuncos a Cedillo del Condado - Km. 2,8 - 45210 Yuncos - Toledo
Tel. 925.021.200
Marca: Antalia
www.antaliacocinas.com

• **AREA-4**

Pol. Achúcarro - Pabellón 10 48480 - Arrigorriaga - Bizkaia
Tel. 946.711.464
Marca: AREA-4
www.area-cuatro.es

• **Ártico Mobiliario, S.R.L.**

Pol. Ruiseñores, 1
Ctra. de Logroño, km 8,5 50011 - Zaragoza
Tel. 976.772.687
Marca: Ártico
www.articomobiliario.com

• **Avant Área Europe, S.L.**

Pol. Ind. Belcaire. Parcela 304 12600 - La Vall d'Uixó - Castellón
Tel. 964.690.800
Marca: Avant Área
www.avantarea.com

• **Bakko Cocinas, S.L.U.**

C/ Tenerife, 1 - 28970 Humanes de Madrid - Madrid
Tel. 685.255.855
Marca: Bakko Cocinas
www.bakko.es

• **Bais Equipamientos de Cocinas, S.L.**

Avda. 16 de julio, nº 50
Pol. Son Castelló 07009 - Palma de Mallorca
Tel. 971.430.657
Marca: Bais
www.bais.es

• **BC3 Cocinas**

Pol. Ind. Pla de la Vallonga, C/ Nieve, 1 - 03006 - Alicante
Tel. 965.115.171
Marca: BC3
www.bc3.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

• **Cincocina, S.L.**

Ctra. Úbeda - Málaga a Km. 37.300 - 23100 Mancha Real - Jaén
Tel. 953.350.240
Marca: Cincocina
www.cincocina.com

• **Cocina Hogar Ordes, S.L. (Grupo Ramón García)**

Lugar O Campo, 2 15685 - Mesía - A Coruña
Tel. 881.255.653
Marca: Ramón García
www.gruporg.eu

• **Cocinas Alve, S.L.**

Ctra. Torrejón - Ajalvir Km 5,200 - 28864 - Ajalvir - Madrid
Tel. 918.843.960
Marca: Cocinas Alve
www.cocinasalve.com

• **Cocinas Elika**

Pol. Atxukarro, 13 48480 - Arrigorriaga - Bizkaia
Tel. 944.118.792
Marcas: Elika
www.cocinaselika.com

• **Cocinas Marin's**

Avda. Llenguadoc, 39 - 41 08915 - Badalona - Barcelona
Tel. 933.997.689
Marca: Cocinas Marin's
www.cocinasmarins.com

• **Cocinas Terol, S.L.**

Pol. Ind. Pla de Terol C/ Apolo - 03520 - Polop Alicante
Tel. 965.870.327
Marca: Terol
www.cocinasterol.es

• **Cuarela**

C/ Ruzafa, 18 - Local 13 03501 - Benidorm - Alicante
Tel. 966.811.133
Marca: Cuarela
www.cuarela.com

• **Delamora Espacio Integral, S.L.**

Pol. Ind. Uranga. C/ Roble s/n 28942 - Fuenlabrada - Madrid
Tel. 916.085.363
Marca: Delamora
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

• **Diomo Cocinas**

Ctra. de Yuncos a Cedillo del Condado, Km. 2,8 - Yuncos 45210 - Toledo
Tel. 925.021.200
Marca: Diomo
www.diomococinas.com

• **Disenove, S.L.**

Centro de Empresas Guardo Nave 8 - 34880 Guardo - Palencia
Tel. 979.850.500
Marca: Disenove
www.disenove.com

• **DOCA**

Pol. Ind. Valldepins, 20 Ulldecona - Tarragona
Tel. 977.721.783
Marca: Doca
www.doca.es

• **Dupplo**

Avda. de Sanlúcar S/N Parque Emp. Oeste - 11408 Jerez de la Frontera - Cádiz
Tel. 956.140.506
Marca: Dupplo
www.dupplo.es

• **Estudio de Cocinas Iroko S.L.U.**

Lugar A Cerca, 56 (Nave Ind.) 36620 - Vilanova de Arousa Pontevedra
Tel. 986.543.543
Marca: Iroko
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

• **Fustes Mauri, S.L.**

Avda. Robert Graupera, 190 43580 - Deltebre - Tarragona
Tel. 977.489.378
Marcas: Fustes Mauri y Mau Cocinas
www.fustesmauri.com

• **Garbianti Española, S.L.**

C/ Mirasierra, 75 - 28950 Moraleja de Enmedio - Madrid
Tel. 916.094.161
Marca: Garbianti
www.garbianti.com

• **Grupo Afar Cocinas, S.L.**

Carretera de la Estación a Maraunas, s/n 14620 - El Carpio - Córdoba
Tel. 957.190.936
Marca: Grupo Afar
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.g10muebles.com

• **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.fergom.es

• **Hélice Cocinas**

Ctra. El Jimenado, Km 3 Torre Pacheco - 30700 - Murcia
Tel. 968.336.488
Marca: Hélice Cocinas
www.helicecocinas.com

• **Huelva Kit Luz, S.L.**

Pol. Ind. San Diego - Naves 4 y 5 21007 - Huelva
Tel. 959.074.566
Marca: HKIT
www.hkit.es

• **IK FURNITURE**

Pol. Ind. Los Gallegos, C/ Perdiz, 12-14 Fuenlabrada - 28946 - Madrid
Tel. 916.976.826
Marca: Cándido Iglesias Vázquez
www.ikfurniture.es

• **IMDCabinets, S.L.**

C/ Rocafort, 68, baixos 08271 - Artés - Barcelona
Tel. 622.357.498
Marca: IMDCabinets
www.imdcabinets.com

• **INKO**

Pol. Industrial La Trocha, s/n 29100 - Coín - Málaga
Tel. 952.453.354
Marca: Inko
www.inkococinas.com

• **KVIK España**

Rambla Cataluña, 60 2ªA 08007 - Barcelona
Marca: KVIK
www.kvik.es

• **L'EIX**

Passatge Strauss, 7-11 Pol. Ind. Can Jardí 08191 - Rubí n Barcelona
Tel. 936.998.561
Marca: L'eix
www.leix.es

• **Lino Alonso, S.A.**

Ctra. de Matapozuelos, 21
47239 - Serrada - Valladolid
Tel. 983.559.124
Marca: Lino Alonso
www.linoalonso.com

• **Loba Cocinas**

Pol. La Grela.
C/ Gambirinus, 93
15008 - A Coruña
Tel. 981.607.971
Marca: Loba Cocinas
www.lobacocinas.com

• **Logos S. Coop.**

P. I. Elbarrena s/n
20247 - Zaldibia - Gipuzkoa
Tel. 943.884.050
Marca: Logos
www.logoscoop.com

• **LUBE INDUSTRIES, S.R.L.**

Via dell'Industria, 4
62010 - Treia (MC) - Italia
Marcas: Lube - Creo
www.cucinelube.es

• **Mader Maker Group, S.L.U.**

C/ Llevant, 13
46850 - L'olleria - Valencia
Tel. 962.220.674
Marca: Cuimö
www.cuimococinas.com

• **Magama, S.L.**

C/ Pere el Cerimoniós, nº 5
46930 - Quart de Poblet
Valencia
Tel. 961.533.461
Marca: Magama
www.magama.es

• **Mobalpa**

Fournier Redes. C/ Ulises, 87
28043 - Madrid
Marca: Mobalpa
www.mobalpa.es

• **Mobles Novum**

Disseminat Escomas, 3727
43480 - Vila-Seca - Tarragona
Tel. 638.240.931
Marca: Mobles Novum
www.moblesnovum.com

• **Modul Cuin, S.A.**

Ctra. Córdoba n Almería,
Km. 158,8
23560 - Huelma - Jaén
Tel. 953.391.025
Marca: Modul Cuin
www.modulcuin.com

• **Muebles ALA, S.L.**

C/ Camino de Seseña
45222 - Borox - Toledo
Tel. 925.528.133
Marca: Muebles ALA
www.mueblesala.com

• **Muebles Aroca, S.L.U.**

Ctra. Úbeda n Jaén Km, 40
23100 - Mancha Real - Jaén
Tel. 953.048.134
Marca: Aroca
www.mueblesaroca.com

• **Muebles OB, S.A.U.**

Camino de Córdoba, Km. 2
14420 - Villafranca de Córdoba
Córdoba
Tel. 957.191.200
Marca: OB Cocinas
www.obcocinas.es

• **Naturia Kitchen, S.L.**

Calle de Río Jarama, 20
28970 - Humanes de Madrid
Madrid
Tel. 916.049.315
Marca: Naturia Kitchen
www.naturiakitchen.com

• **Nectali Cocinas, S.L.**

C/ Timanfaya, 15,17,19
28970 - Humanes de Madrid
Madrid
Tel. 916.064.243
Marca: Nectali
www.nectali.com

• **Nel'la Design, S.L.**

Pol. Espaldillas
Avda. Espaldillas 2, nº10
41500 - Alcalá de Guadaíra
Sevilla
Tel. 952.474.876
Marca: Nel'la Design
www.nella.es

• **NEXO KÜCHEN, S.L.**

Ctra. Málaga a Marbella, A355
Km 15 - 29100 - Coín - Málaga
Tel. 952.112.539
Marca: Nexo Küchen
www.nexokuchen.com

• **Nivel Diez Decor, S.L.**

C/ 31, nº 715 Catarroja
46470 - Valencia
Tel. 963.777.327
Marca: Nivel Diez
www.niveldiezdecor.es

• **Nuor La Llave, S.L.**

C/ Marie Curie, 3 - 08970
Sant Joan Despí - Barcelona
Tel. 934.771.318
www.nuorlallave.com

• **Pedro Pino Martínez, S.L.**

Camino Viejo de Córdoba, s/n
14420 - Villafranca de Córdoba
Córdoba
Tel. 957.190.011
Marca: Pino "Eldondevivir"
www.livingpino.com

• **Postmobel, S.L.**

C/ Ganade, 2 - Ponteareas
36861 - Pontevedra
Tel. 986.644.060
Marca: Postmobel
www.postmobel.com

• **Rafer Cocinas, S.L.**

C/ De Rocinante, 11 - 28970
Humanes de Madrid - Madrid
Tel. 916.041.133
Marca: Rafer
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

• **Schueller Ibérica, S.L.U.**

Avda. Pío XII, 26 - 28
28016 - Madrid
Marcas: Schüller, next125,
Systemo
www.schueller.de/en

• **Snaidero Rino, S.P.A.**

Viale Rino Snaidero, 15
33030 - Majano (Udine) - Italia
Marca: Snaidero
www.snaidero.it

• **SoCoo'c**

Fournier Redes. C/ Ulises, 87
28043 - Madrid
Marca: SoCoo'c
www.socoooc.es

• **Stilinea Cocinas, S.A. (MOBALCO)**

C/ Venecia, 16 - 15940
Pobra do Caramiñal - A Coruña
Tel. 981.843.240
Marca: Mobalco
www.mobalco.com

• **Transformados de la Madera Jesús Sola, S.L.**

Pol. Industrial El Parral, 34
31520 - Cascante - Navarra
Tel. 948.850.545
Marca: Sola Cocinas
www.solacocinas.com

• **Veneta Cucine, S.P.A.**

Via Paris Bordone, 84
31056 - Biancade (TV) - Italia
Tel. 936.754.846
Marcas: Veneta Cucine y
Caranto
www.venetacucine.com

• **Verrochio Habitat, S.L.**

Camino de Iryda
Sector S1-T6, Km 0,7
Pilar de La Horadada - 03190
Alicante
Tel. 966.767.866
Marca: Verrochio
www.verrochio.com

• **Yelarsan, S.L.**

Partida Los Llanos, s/n
03110 - Mutxamel - Alicante
Tel. 965.922.579
Marca: Yelarsan
www.yelarsan.es

• **Zania Design**

C/ Abat Oliva, 62-64
08242 - Navas - Barcelona
Tel. 938.733.310
Marca: Zania Design
www.zaniadesign.es

• **Zona Cocinas, S.L.**

Ctra. Córdoba - Málaga, Km.76
14900 - Lucena - Córdoba
Tel. 957.860.303
Marca: Zona Cocinas
www.zonacocinas.es



• **ARBE STOLANIC, S.L.**

Pol. Ind. Los Vientos,
C/ Gregal, 27
46119 - Náquera - Valencia
Tel. 960.074.966
Marcas: Cooking Surface Prime
y ABK STONE
www.cookingsurface.com

• **Arklam**

Ctra. Alcora Km 7,5 - 12130
San Joan de Moró - Castellón
Tel. 964.913.171
Marca: Arklam
www.arklam.com

• **Ascale**

Ctra. Castellón, 117
12110 - L' Alcora - Castellón
Tel. 964.777.700
Marca: Ascale
www.ascale.es

• **BSH Electrodomésticos España, S.A.**

Pol. Empresarial Plaza. Ronda
del Canal Imperial de Aragón,
18-20 - 50197 - Zaragoza
Tel. 976.578.000
Marcas: Bosch, Siemens, Balay
y Gaggenau
www.bsh-group.com

• **Cemevisa 2000, S.A.**

Barrio Euba, s/n
48340 - Amorebieta - Vizcaya
Tel. 946.308.313
Marca: KC
www.cemevisa.com

• **CLOEN EUROPA, S.L.**

Carrer Martí L'Humà, 28
46930 - Quart de Poblet
Valencia
Tel: 961.815.749
Marca: Cloen
www.cloencordlesstechnology.com

• **CNA GROUP**

C/ Anabel Segura, 11, Edif. A
3ª planta - 28108
Alcobendas - Madrid
Tel. 938.521.818
Marcas: Cata, Nodor, Edesa
y Apelson
www.cnagroup.es

• **Cosentino, S.A.**

Ctra. Baza-Huércal Overa, km. 58
04850 - Cantoria - Almería
Tel. 950.444.175
Marcas: Silestone, Dekton,
Sensa by Cosentino
www.cosentino.com

• **Dake**

Avda. Mogent, 40 - 08170
Montornès del Vallès - Barcelona
Tel. 902.260.006
Marcas: Dake, Blanco, Aga,
La Cornue, InSinkErator,
Josper, Opera, Fhiaba, Steel,
U-line, Varimixer, Viking,
Westin y Novy
www.dake.es

• **Electrodomésticos Iberia, S.L.**

Parque Empresarial
"Las Mercedes"
C/ Campezo, 1, Edificio 9,
Planta 1ª - 28022 - Madrid
Tel. 810.510.010
Marcas: Amica, Fagor
www.fagorelectrodomestico.com

• **Electrolux España, S.A.U.**

Avda. Europa, 16
28108 - Alcobendas - Madrid
Tel. 902.676.837
Marcas: AEG, Electrolux,
www.electrolux.es

• **Elica SPA**

Rambla de Catalunya, 15 1ª-2ª
08007 - Barcelona
Tel. 933.719.896
Marca: Elica, Turboair
www.elica.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

• **Frecan, S.L.U.**

Ctra. B-142 Polinyà a
Sentmenat, Km. 8,4 - 08181
Sentmenat - Barcelona
Tel. 937.936.622
Marcas: Frecan, FrecanTEK,
FrecaAIR y Gutmann
www.frecan.es

• **Ibestone LAM, S.L.**

C/ Buenos Aires, 121
50198 - La Muela - Zaragoza
Tel. 976.910.432
Marcas: Laminam
www.iberstone.com
www.laminamspain.es

• **Inoxpan, S.L. (Pando)**

Pol. Ind. Nord
C/ Can Carmany, 1
(Anterior Ctra. Terrassa - Mataró)
08310 - Argentona - Barcelona
Tel. 937.579.411
Marcas: Pando, Pando Integral
Cooking y Orpan
www.pando.es

• **Levantina y Asociados de Minerales, S.A.**

Autovía Madrid-Alicante Km. 382
03660 - Novelda - Alicante
Tel. 965.609.184
Marcas: Naturamia, Techlam.
www.levantina.com

• **LG ELECTRONICS ESPAÑA, S.A.U.**

C/ Chile, 1, Km 24 -A6 - 28290
Las Rozas de Madrid - Madrid
Tel. 912.112.200
Marca: LG
www.lg.com/es

• **Liebherr Ibérica, S.L.**

Pol. Ind. Miralcampo
C/ Aluminio, 6 y 8 - 19200
Azuqueca de Henares
Guadalajara
Tel. 949.348.730
Marca: Liebherr
www.liebherr.com

• **Marmolería Pefersa, S.L.**

C/ Carabete, 18 - 39311
Cartes - Cantabria
Tel. 942.819.242
Marca: PFStone
www.grupopefersa.com

• **Miele, S.A.**

Avda. Bruselas, 31
28100 - Alcobendas - Madrid
Tel. 916.232.029
Marca: Miele
www.miele.es

• **Poalgi, S.L.**

C/ Xaloc, 11
Parque Ind. Ciutat de Carlet
46230 - Carlet - Valencia
Tel. 962.558.256
Marcas: Poalgi, Corian®
www.poalgi.es

• **Quooker España, S.L.**

C/ Narcís Monturiol, 5
08960 - Sant Just Desvern
Barcelona
Tel. 930.464.700
Marca: Quooker
www.quooker.es

• **Roca Sanitario, S.A.**

Avda. Diagonal 513 - 08029
Barcelona
Tel. 933.661.200
Marca: Roca
www.roca.es

• **Smeg España, S.A.**

C/ Hidráulica, 4 - 08110
Montcada i Reixac - Barcelona
Tel. 935.650.250
Marca: Smeg
www.smeg.es

• **Solits Design**

Pol. Ind. Can Roquetes
C/ Can Mimó 22 - 08202
Sabadell - Barcelona
Tel. 937.102.780
www.solitsdesign.com/es

• **Teka Industrial, S.A.**

C/ Cajo, 17 - 39011 - Santander
Tel. 942.355.050
Marcas: Teka, Küppersbusch
www.teka.es

• **Vinobox, S.A.**

C/ Estocolmo, 15 - 28232
Las Rozas de Madrid - Madrid
Tel. 916.360.318
Marca: Vinobox
www.vinobox.es

• **XTONE**

Ctra. Nacional 340 Km 54
12540 - Vila-real - Castellón
Tel. 964.525.200
Marca: XTONE
www.xtone-surface.com

**Fabricantes e
importadores de
componentes de
muebles de cocina**

•Barpimo Coatings, S.A.

C/ San Fernando, 116
26300 - Nájera - La Rioja
Tel. 941.410.000
Marca: Barpimo
www.barpimo.com

•Cucine Oggi, S.L.

Pol. Ind. Codonyers. Calle 7, nº 5
46220 - Picassent - Valencia
Tel. 963.300.344
Marcas: Forma e Funzione,
Rockenhausen, Ebb, Sige,
Wesco, Luisina, Peka, Hailo,
L&S, Ninka, Mixal/Furnital, Atim,
Gierredue
www.cucineoggi.com
www.cucinehomegroup.com

•Dossia, S.A.

Ctra. de Cabra s/n - 14900
Lucena - Córdoba
Tel. 957.509.308
Marca: Dossia
www.dossia.es

•DB Group, S.L.

C/ Mario Vargas Llosa, 2 - 28850
Torrejón de Ardoz - Madrid
Tel. 916.555.385
Marcas: DB Group, Kautät
www.dbgroupherrajes.com

•Emuca, S.A.

Pol. Ind. El Oliveral c/H, 4
46394 - Riba - Roja del Turia
Valencia
Tel. 961.667.019
Marca: Emuca
www.emuca.es

**•Financiera Maderera, S.A.
(FINSA)**

Ctra. Nacional 550 Km, 57 - 15707
Santiago de Compostela - La Coruña
Tel. 961.667.019
www.finsa.com

•Grass Iberia, S.A.

Pol. Ind. Tabernabarrí, 7B
48215 - Iurreta - Bizkaia
Tel. 943.788.240
Marca: Grass
www.grassiberia.com

•Grupo ACB Components, S.L.

Ctra. N-341, km. 79
14900 - Lucena - Córdoba
Tel. 957.511.667
Marca: ACB
www.grupoacb.com

•Grupo Alvic

Alcalde Juan Vallejo, 27
23660 - Alcaudete - Jaén
Tel. 953.685.020
Marca: Alvic
www.alvic.com

**•GTV España Herrajes
e Iluminación, S.L.**

Avda. de Aragón, 30
Planta 8 - 46021 - Valencia
Tel. 96 113 44 41
Marcas: GTV, HÖGERT,
STOLMET y ENZEIT
www.gtv.es

•Häfele Herrajes España, S.L.

C/ Electrónica 33-35, P.I.
URTINSA II - 28923 - Alcorcón
Madrid
Tel. 916.448.021
Marcas: Häfele, Ninka, Nehl,
Schüco, Hawa, Accuride
www.hafele.es

•Hettich Iberia, S.L.

Pol. Ind. Etxezarreta, 3
20749 - Aizarnazabal
Gipuzkoa
Tel. 943.897.020
Marca: Hettich
www.hettich.com

•ICA Iberia S.A.U.

Polígono el Collet 401 Nave n.2
12580 - Benicarló - Castellón
Tel. 964.491.574
Marcas: Sherwin Williams,
Sayerlack, ICA, Oscar Nolte
y Klumpp
www.icaspa.com

•ICRO ESPAÑA, S.L.U.

Pol. Ind. Fuente del Jarro,
C/ Ciudad de Alcoy, 6
46988 - Paterna - Valencia
Tel. 961.320.112
Marcas: Icro, Icrowood,
Icrotech
www.icro.it

•Industrias Químicas IVM, S.A.

C/ El Perelló, 19 P.L. Masía del Juez
46900 - Torrent - Valencia
Tel. 961.588.550
Marcas: Ilva, Milesi
www.ilvabarnices.es
www.milesi.es

**•Industrias Químicas
Novalk, S.L.**

C/ Huesca, 5 - 14900
Lucena - Córdoba
Tel. 957.509.829
Marcas: Novalk, Aqua Nova
www.novalk.es

•Industrias Rehau, S.A.

Pol. Ind. Camí Ral
C/ Miguel Servet, 25 - 08850
Gavá - Barcelona
Tel. 936.353.500 / 933.653.502
Marcas: Raukantex, Rauvisio
y Rauvolet
www.rehau.es

•Kesseböhmer GmbH

Mindener Str. 208 - 49152
Bad Essen - Alemania
Marca: Kesseböhmer
www.kesseboehmer.world

•Lamiarte

Pol. Ind. San Bartolomé II
Fuente Tójar s/n
14880 - Luque - Córdoba
Tel. 953.518.390
Marcas: Andukit, Toop,
Logikacocinas
www.grupolamiarte.com

•Maderas Elvira, S.L.

C/ Mármol, 6
Pol. Ind. La Torrecilla Grande
45220 - Yeles - Toledo
Tel. 925.545.881
Marcas: Egger, Finsa, Formica
y Kronospan
www.maderaselviraweb.com

•Maderas Puyma, S.L.

Pol. Ind. Dehesa del Cebrián,
Km 377 - Parc. PPI VII - 14420
Villafranca de Córdoba
Córdoba
Tel. 957.190.449
Marcas: Maderas Puyma
www.puertaspuyma.es

•Menage Confort

Pol. Ind. Malpica - Alfindén.
C/Sauce, 82 - 50171
La Puebla de Alfindén - Zaragoza
Tel. 976.108.676
Marca: Menage Confort
www.menage-confort.com

•Plastimodul, S.L.

C/ León, 11 Pol. Ind. L'alfaç III
03440 - Ibi - Alicante
Tel. 966.550.009
Marcas: Modulbox, Stylebox,
Multibox, Modulmatic, E-Leva
Moduclassic, Modultop,
www.plastimodul.com

**•Representaciones
Mondragón, S.L.**

Camí Assagador, 13
46930 - Quart de Poblet
Valencia
Tel. 961.988.650
Marcas: Vibo, Trial, FBS,
Donati, Scilm, AGS, FIT.
www.mondragonline.com

**•Riversa Postformados
La Ribera, S.A.**

Pol. Martín Grande, 2.
26550 - Rincón de Soto - La Rioja
Tel. 941.141.915
Marca: Riversa, RiverPANEL,
RiverTOP, RiverPULL y
RiverFORMING
www.riversa.net

•Salice España, S.L.U.

C/ Aiguafreda, 4
Pol. Ind. Ametlla Park
08480 - L'Ametlla del Vallès
Barcelona
Tel. 938.468.861
Marcas: Salice y Atim
www.salicespana.es

•Sensio Lighting

Calle del Ave, 1. Bloque 3, Bajo C.
28770 - Colmenar Viejo
Madrid
Tel. 638.546.516
Marca: Sensio
www.sensiolighting.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

**•Sonae Arauco España -
Soluciones de madera, S.L.**

C/ Ulises, 18 - 4ª planta
28043 - Madrid
Tel. 918.070.700
Marcas: Innovus Decorative
Panels, Core & Technical, 3DF
y AGEPAN SYSTEM
www.sonaearauco.com

•SPLASS

C/ Artesanos, 16
46900 - Torrent - Valencia
Tel. 962.126.128
Marca: SPLASS
www.splass.es

•TitusPlus Iberia, S.L.U.

C/ Luxemburg, 16
Les Franqueses del Vallès
08520 - Barcelona
Tel. 938.715.404
Marcas: Lama, Titus, Titusonic,
Tekform by Titus, TeraBlack
www.titusplus.com

•Transformad, S.A.

Ctra. de Valencia km 10,5
Pol. Ind. Milenium, Nave 1
50420 - Cadrete - Zaragoza
Tel. 938.400.066
Marcas: Tmatt, Crystal, Strati
www.transformad.com

Fabricantes de muebles de hogar



• **BESFORM**

C/ Isaac Peral. Nave 3-H
08420 - Canovellas - Barcelona
Tel. 938.491.523 / 938.467.960
Marca: Besform
www.besform.com

• **INCASTRI, S.L.**

Pol. Ind. Río Gállego, C/ A, 19
50840 - San Mateo de Gállego
Zaragoza
Tel. 976.186.222
Marca: Incastri
www.incastri.es

• **UECKO**

C/ Belmez, 22 - 28946
Fuenlabrada - Madrid
Tel. 916.099.394
Marca: Uecko
www.uecko.com

Fabricantes de mesas y sillas



• **Bailén Home Fusion, S.L.**

Paraje de los Sorianos 58 B - Nav
03369 - El Mudamiento
Rafal - Alicante
Tel. 966.752.376
Marca: Bailén
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

• **Mesinor, S.C.**

C/ de la Finca, B-16
26250 - Santo Domingo
de la Calzada - La Rioja
Tel. 941.340.043
Marca: Mesinor
www.mesinor.com

**Empresas colaboradoras/
software**



• **ARDIS ProSolid3d**

Av. Barcelona '92, Nº 3, Oficina B.
46900 - Torrent - Valencia
Tel. 961.588.219
Marcas: ARDIS, TopSolid, 3cad
CNC Creator, ERP, Odoor_Darley
www.prosolid3d.com

• **Benidorm Software, S.L.**

C/ Roldan 3-3-24
03501 - Benidorm - Alicante
Tel. 965.861.673
Marcas: VirtualKitchen,
Virtualges, Wurthdesign,
diseño2000
www.benidormsoft.com

• **Dassault Systèmes**

C/ de Estébez Calderón, 3-5
28020 - Madrid
Tel. 915.467.140
Marca: HomeByMe Enterprise
www.enterprise-home.by.me

• **imos AG**

Planckstraße, 24
32052 - Herford - Alemania
Marca: IMOS IX
www.imos3d.com

• **Iscar Software -**

SketchUp Gold Reseller
C/ Hoyos, 73- 47420
Íscar - Valladolid
Tel. 983.620.347
www.iscarnet.com

• **ITM OnCloud, S.L.**

Ronda General Mitre, 120
08021 - Barcelona
Tel. 934.618.131
Marcas: KPSPMAX, KPSPMAXweb
y FOR2HOME
www.itmoncloud.com

• **Kitchendraw España, S.L.**

C/ Travesía La Paz, 4
30160 - Monteagudo - Murcia
Tel. 968.851.355
Marcas: KitchenDraw, Insitu
www.kitchendraw.es

• **Microcad Software, S.L.**

C/ Sierra de Grazalema, 27
29016 - Málaga
Tel. 952.600.890
Marcas: AutoKitchen,
Quick3DPlan
www.microcadsoftware.com

• **SKASE**

C/ Castillejos, 342 1º, Puerta 4
08025 - Barcelona
Marca: SKASE
<https://skase.io/>

• **ULISESDESIGN, S.L.**

Pol. La Grela, C/ Gambrinus, 93
15008 - A Coruña
Tel. 627.513.679
Marca: Ulises
www.ulisesdesign.com

• **Velneo, S.A.**

Pol. Ind. A Granxa, Rúa D,
Esquina Paralela 3,
Parcela 256C- 36400 -
O Porriño - Pontevedra
Tel. 986.932.163
www.velneo.com

Empresas colaboradoras



• **A3COM Marketing & Comunicación, S.L.**

Polígono Ave María
Parcela 2.7 a 2.9 - 23740 - Andújar
Jaén
Tel. 953.514.162
www.a3com.es

• **Biesse Ibérica**

Pol. Ind. de La Marina.
C/ Tecnología, s/n
Gavà - 08850 - Barcelona
Tel. 932.631.000
Marca: Biesse
www.biesse.com

• **Feria Valencia**

Avda. de las Ferias, s/n
46035 - Valencia
Tel. 963.861.132
www.feriavalencia.com

• **Formica, S.A.**

Ctra. Valencia - Alicante Km. 252
46470 - Albal - Valencia
Tel. 961.262.800
Marca: Formica
www.formica.com

• **GAOR Tecnología y Maquinaria, S.L.**

Pol. Ind. La Polvorista
C/ Noroeste, 1 - 30500
Molina de Segura - Murcia
Tel. 968.634.282
Marca: Panotec
www.gaortm.es

• **Homag España, S.A.U.**

C/ Salamús, 2
08480 - L'Ametlla del Vallès
Barcelona
Tel. 937.017.100
Marcas: Homag, Imos
y Weinmann
www.homag.com

• **Juracor**

Avda. La Rioja, 15 - 14900
Lucena - Córdoba
Tel. 957.509.500
Marcas: V-Lack, Lijalux,
Colaflex, Spraylac, Milesi,
Durante Adesivi, Sames, Pizzi,
Konig, Festool, Klinspor.
www.juracor.com

• **Key Solutions Sig, S.L.**

C/ Dalia 289 - 28108
Alcobendas - Madrid
Tel. 918.279.945
www.keysolutions.es

• **Otzarreta Comunicación, S.A.**

Pol. Ind. Abendaño
C/ Abendaño, 5 20800
Zarautz - Guipuzkoa
Tel. 943.894.022
www.otzarreta.com

• **PMS Instalaciones**

Antonio Alzaga, 39, 2A
48980 - Santurtzi - Bizkaia
Tel. 946.041.942
www.pmsinstalaciones.com

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
Marca: Antalia
www.antaliacocinas.com/distribuidores/
#estudios-antalia

• **Antalia Alcobendas**

Avda. Dr. Severo Ochoa, 36
Alcobendas - 28100 - Madrid
Tel. 914.900.774
Marca: Antalia
www.antaliacocinas.com/distribuidores/
#estudios-antalia

• **BODELEC**

C/ Muntaner, 15 - 08036
Barcelona
Tel. 934.524.181
Marca: Bodelec
www.bodelec.es

• **Cocinas CJR**

C/ Posadera Aldonza, nº7 Bajos
24007 - León
Tel. 987.236.697
www.cocinascjr.com

• **Creaco Estudio, S.L.**

C/ de Apodaca, 16
28004 - Madrid
Tel. 634.782.436
Marcas: Antalia, Cosentino,
Pando, Dake/Blanco,
Cuccine Oggi y Cancio
www.creaco.es

• **Èggo Stores Spain, S.L.**

C/ Playa de Liencres, 2
Edif. Londres, Of. 1
28290 - Las Rozas - Madrid
Tel. 910.608.943
Marca: Èggo
www.eggo.es

• **Facce Cocinas**

Juan Bravo, 68
28006 - Madrid
Tel. 913.090.014
www.facce.es

• **Ferroplas Comercial, S.L.**

Avda. Castilla y León, 16-20
09005 - Burgos
Tel. 947.240.224
www.ferroplas.com

• **Formas Cocinas**

C/ Lorca, 1 - 30500
Molina del Segura - Murcia
Tel. 608.490.582
Marcas: Hélice e Inko
www.formascocinas.es

• **GRUPO ARQA**

C/ Doctor Montserrat, 18
Bajo dcha. 46008 - Valencia
Tel. 663 72 52 56
www.grupoarqa.com

• **Grupo K3**

Ctra. General 143
Valle San Lorenzo
38626 - Arona
Santa Cruz de Tenerife
Tel. 922.722.087
Marcas: Alvic, Grupo ACB,
TopForm y Teka
www.k3canarias.es

• **HAUS LOOK**

C/ Limonero, 22 - 28020
Madrid
Marca: Haus Look
www.hauslook.com

• **Ixina España, S.L.U.**

C/ Velazquez, 64, 7ª izq.
28001 - Madrid
Tel. 900.110.528
Marca: Ixina
www.ixina.es

• **Laudioforma, S.L.**

Pol. Ind. Santa Cruz, 2
01400 - Llodio - Álava
Tel. 946.860.026
www.lauscontract.com

• **Mobalpa Alcorcón**

Avda. Europa, 22. Local 5.
28922 - Alcorcón - Madrid
Tel. 918.971.566
Marca: Mobalpa
www.mobalpa.es

• **S.L. Sirococinas**

C/ Oslo, 45, Portal 3, ático B
28922 - Alcorcón - Madrid
Tel. 722.630.050
Marca: Bozeto
www.slsirococinas.com

COCINA INTEGRAL



Síguenos



NEXO KÜCHEN
PORTADA



BLUM
CONTRAPORTADA



SERVICANTO
INTERIOR PORTADA



INTERIOR CONTRAPORTADA

ANUNCIANTES EN ORDEN ALFABÉTICO



ALVIC 21



ARKLAM 65



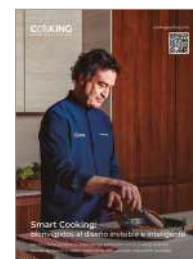
ARREDO 13



ATLAS PLAN 37



BC3 15



COOKING 11
SURFACE



ÉCLOS 9



ELLECI 33



F. SICAM 47



FERIA FIMMA 63
MADERALIA



FERIA SICI 23



FINSA 25



GRASS 45



HETTICH 19



L&S (D'TEC) 35



MHK (BOSCH) 31



QUOOKER 7



REHAU 69



SC HERRAJES 27



SCHUELLER 29



SCILM (D'TEC) 75



VENETA CUCINE 17



XSTONE 61



COCINA INTEGRAL



Cocinas que cuentan
tu historia



Cocinas que inspiran
tu vida





Las dos caras de la cocina: estética y funcionalidad