En línea....!
Maderamen.com.ar
La Industria Maderera en Línea
Información actualizada día a día
Año XXI Nº 143- Abril 2015

- *Existe un proyecto para la incorporación de diseño en el sector equipamiento y mobiliario para el hogar, presentado por el Ministerio de Industria de la Nación y la Federación Argentina Industria de la Madera y Afines (FAIMA) cuyo plazo de inscripción, al cierre esta edición, vencía a mediados de abril.* Ver Pag. 7

INDUSTRIA ARGENTINA
ORGULLO NACIONAL

- *Presentes Otoño 2015, 30° edición de la exposición de decoración y diseño, se desarrolló del 11 al 14 de marzo en el predio porteño de La Rural. Hubo 295 expositores y miles de visitantes, entre comerciantes, distribuidores, mayoristas, hoteleros y gastronómicos de todo el país.* Ver Pag. 6

D&F Muebles

Diseño y Fabricación de Muebles

Entrevista exclusiva

Mehring S.A. diversificó sus ventas en todo el país y evalúa mercados limítrofes para exportar

D&F Muebles mantuvo en exclusiva un extenso diálogo con Carlos Correa, gerente de Mehring S.A. y directivo gremial empresario por su labor en la Cámara de Industriales Madereros y Afines de Esperanza (CIMAE), que del 1 al 4 de octubre organizará una nueva edición de la feria EXPODEMA. "En los últimos diez años nosotros hemos dado un giro importante en la parte comercial: tratar de orientarnos a tener muchos clientes de poco peso relativo dentro de la facturación de la firma", le dijo a este medio durante la jornada inaugural de la feria Presentes.

"No hemos tenido, gracias al enorme esfuerzo que venimos haciendo desde el año pasado, una caída tan significativa en enero y febrero, que a veces se da. En nuestro caso han seguido ingresando pedidos y las órdenes de compra no han sufrido una fuerte caída por la estacionalidad, como sí ocurrió en otros años", fueron las primera palabra de Correa en el diálogo exclusivo con D&F Muebles.

- Hubo un informe de CAME que reflejó que las ventas de muebles para el hogar crecieron casi un 6 por ciento en febrero -respecto de febrero de 2014- en los comercios minoristas (ver nota aparte). Y una de las razones de este crecimiento fue, según el informe, el impacto positivo del plan Ahora 12. ¿Ustedes lo sintieron así?

- Sí (con énfasis), sí, sí. El Ahora 12 ha sido un éxito rotundo (ver recuadro). Si bien no hay datos -yo nos los pude encontrar rápidamente, al menos-, de los S10.000 millones que se llevan

Continua en Pag.: 4-5

Feria Internacional del Mueble Argentino, FIMAR, realiza su octava edición

Ver en Pag.: 11

FITECMA 2015 se realizará del 23 al 27 de junio en Costa Salguero

Ver en Pag.: 12

Informe universitario

El Mueble Habitable, investigación proyectual y forma de apropiación de un sitio

* Por Arq. María José Verón

"El mueble es por antonomasia un caracterizador de época"
[Jean Baudrillard, en El sistema de los objetos].

Un mueble habitable es una forma de colonizar el objeto arquitectónico partiendo desde el vacío puro, por medio de una estrategia, teniendo en cuenta envolventes, aperturas, lo exterior e interior, la topología del lugar. No el espacio como lo interpreta la Modernidad, sino el vacío inconmensurable y complejo de la contemporaneidad. Es una práctica proyectual que busca la investigación y nuevas formas de apropiarse de un sitio, para transformarlo en habitable. Centramos la estrategia en el desarrollo de prácticas programáticas, en los equipos, su significación y su capacidad de determinar y habilitar el objeto arquitectónico.

Renders de la propuesta de Juan Pablo García hecha a raíz del ejercicio que se llamó "Un Mueble Habitable para Tríptico".

Durante el segundo semestre los alumnos trabajaron en este ejercicio que llamamos "Un Mueble Habitable para Tríptico". Cada alumno debía resolver en un equipo o sistema de equipos todas las posibles actividades, ocasionales o permanentes, que realice el grupo de habitantes o eventuales visitantes. Se asignó una grilla con múltiples combinaciones -un habitante o grupo- que debían ser caracterizados por los alumnos a los efectos de dar respuesta a las necesidades y requerimientos planteados, más una materialidad que fue también determinada. Fue fundamental la realización y el estudio de un programa cualitativo y cuantitativo.

Es en estas aguas en las cuales navegamos en la Cátedra de Equipamiento B, materia de nivel V de la Carrera de Arquitectura de la Facultad de Arquitectura, Urbanismo y Diseño de la Universidad Nacional de Córdoba (UNC).

El futuro de nuestras ciudades se está gestando justamente en las (en nuestras) facultades de arquitectura. Debemos

Continua en Pag: 8-9

Tendencia

Crece la incorporación de diseño en la industria del mueble argentina

* Por Elisabet Arn

Cada año al comenzar a escribir para D&F Muebles, elegimos juntos temas que consideramos de interés para nuestros lectores. Este año hicimos un repaso de las acciones institucionales, y nos encontramos con que dos de las provincias que producen mayor cantidad de muebles en Argentina, Santa Fe y Córdoba, incorporaron al diseño como un tema de agenda. Si el diseño no está acompañado de una correcta política empresarial, no dará el retorno económico deseado. Tendencias de consumo.

Nos pusimos en comunicación con el Lic. Gustavo Viano, vicepresidente primero ADEC (Agencia para el Desarrollo Económico para la ciudad de Córdoba). Esta entidad está conformada por más de 20 cámaras industriales, 6 universidades, instituciones de apoyo a la empresa y el municipio de la ciudad de Córdoba. Vale decir, uno de los actores más importantes a nivel político-empresarial de la ciudad.

Sofá Collerette descubierto.

Viano nos cuenta, "se estableció con el nombre de Córdoba Ciudad Diseño un eje estratégico para el desarrollo de políticas transversales con el objetivo de

Continua en Pag : 2-3

Tendencia

Crece la incorporación de diseño en la industria del mueble argentina

De Pag.:1

*** Por Elisabet Arn**

impulsar el diseño para mejorar la competitividad de las empresas, ligando éstas acciones a la ciudad de Córdoba. O sea, con una cierta identidad regional".

En este marco se estableció la realización de una Bienal de diseño desde el año pasado, que contó con la presencia de destacados referentes a nivel internacional, como el salteño Francisco Gómez Paz-Gómez Paz es diseñador

Detalle de apertura en el producto Bahiut Mafalda, de RAD Mesas.

egresado de la Universidad Nacional de Córdoba y actualmente reside en Milán, donde trabaja para algunas de las firmas más reconocidas en el mundo del mueble y la iluminación. También viajó desde Florencia, Italia, Biagio Cisotti, ampliamente reconocido por muchos en Argentina, quien una vez más transmitió algo de su experiencia como Director Artístico de reconocidas firmas italianas.

En la provincia de Santa Fe dos de las universidades más prestigiosas, la Universidad Nacional del Litoral y la Universidad Católica, han creado hace poco tiempo la carreras o licenciaturas en Diseño Industrial.

Actualmente la Cámara de la Madera de la ciudad de Cañada de Gómez, Santa Fe, en forma conjunta con FUDECA (Fundación para el desarrollo de Cañada de Gómez) y la Facultad de Arquitectura, Diseño y Urbanismo de la Universidad Nacional del Litoral encararon la realización por única vez de una Tecnicatura en Diseño de Mobiliario a distancia, exclusivamente en Cañada de Gómez (ver aparte).

Por otro lado, la misma cámara de Cañada de Gómez (CIMA) realizó un acuerdo con COSMOB - Centro Tecnológico Legno Arredo de Italia- a través de la Cámara de Comercio Argentino Italiana de Rosario, para el desarrollo de proyectos de Diseño "Made in Italy" para empresas locales.

Gustavo Viano, vicepresidente primero de la Agencia para el Desarrollo Económico de la ciudad de Córdoba)

Todas estas acciones generan un fuerte impacto en pos de la incorporación de diseño en la producción, que seguramente veremos en los años venideros.

Nueva etapa

Estamos finalmente frente a una etapa en la cual las empresas comenzarán a incorporar cada vez más acciones de diseño, debido a una creciente oferta de diseñadores y fuertes acciones que posicionan a nuestra disciplina como una de las maneras de "ganar mercados" con una inversión comparativamente baja.

Quiero destacar aquí que si el diseño no está acompañado de una correcta política empresarial, no dará el retorno económico deseado.

Creo que algunos de los aspectos importantes a tener en cuenta a la hora de contratar un diseñador son:

- Crear un equipo de trabajo, conformado por quienes están a cargo de producción, comercialización y, si lo hubiera, un responsable del área marketing;

- El líder del equipo deberá alinear la estrategia de la empresa con el diseño del producto. Por ejemplo, si la empresa fabrica muebles de madera maciza y su estrategia es fortalecer su imagen en ese sector, el producto debería expresar al máximo las cualidades materiales de las maderas utilizadas, y las mejores cualidades tecnológicas y manuales disponibles en la empresa, alejándose de tintas, terminaciones o sistemas constructivos que confundan madera maciza con enchapados;

- Definir claramente y de forma sintética el producto a diseñar (mercado al cual se dirige, canales de venta y medios de transporte, precio estimado, materiales y tecnologías disponibles y/o accesibles de parte de la empresa);

- Comunicar el nuevo producto adecuadamente. Si es un producto muy diferente a los existentes en el catálogo, la empresa deberá diseñar una estrategia de presentación que destaque este cambio, de manera que el cliente pueda absorberlo y no sienta desconfianza del mismo ("¿Se venderá este producto?");

- El diseñador y el equipo de trabajo deben tener presente al usuario: en el diseño de mobiliario ocurre algo distinto al diseño de otro tipo de productos (por ejemplo, electrodomésticos) Por lo general, el usuario o comprador medio argentino piensa el mueble desde el espacio que necesita resolver; vale decir, no piensa en sillas, piensa en comedor y se siente más seguro comprando una propuesta de amoblamiento completa, antes que elementos separados que luego debe combinar;

- La empresa, tanto como el diseñador, deberían comenzar a trabajar abriendo la mente y liberándose de prejuicios: los mejores trabajos surgen cuando tanto el diseñador como el empresario son capaces de discutir nuevas ideas, buscar usos diferentes a materiales conocidos, o incorporar nuevos materiales o tecnologías (en un marco razonable);

- Por último, la innovación debe ser controlada: si consideramos segmentos de mercados no exclusivos (que son los más numerosos) generalmente tienen éxito los productos que son diferentes, pero "no tanto". Es importante encontrar ese punto justo en donde la innovación se lee como "bello" y no como "raro".

Tendencias de consumo en el sector del mueble

Cuando hablo de tendencias me refiero a comportamientos de consumo que se rigen en último término por necesidades y deseos básicos de los seres humanos, y que se manifiestan de distintas maneras debido a los cambios sociales y culturales. Comprender este aspecto permite descubrir oportunidades de innovación en los productos y negocios.

Analizar las expectativas del usuario -o tendencias- y el potencial que posee la empresa para satisfacerlo es un ejercicio importante para desarrollar estrategias y ganar mercados.

- Productos y empresas sostenibles:

Creo que es una de las tendencias que tendrán mayor impacto en la sociedad en un mediano plazo, no sólo por la importancia que reviste el tema (algunos especialistas pronostican una nueva revolución industrial, con drásticos cambios de paradigmas) sino porque es sensible a los medios de comunicación masivos. O sea, a los grandes formadores de opinión.

Me interesa ampliar la definición a Empresas Sostenibles, dado que el consumidor comienza a empoderarse frente a las marcas y juzga el comportamiento empresarial, evaluando si contaminan, utilizan trabajo esclavo, etc. Esto en países del primer mundo se observa con mayor claridad que en nuestra sociedad. No obstante, comienzan a aparecer como hechos "más o menos aislados" movilizaciones de asociaciones civiles frente a empresas de dudosa reputación (tal el caso de Monsanto);

Sofá diseñado por Inga Sempe para LK Hjelle.

- Productos con historia: evolución de lo artesanal

Grandes marcas internacionales de muebles invierten importantes esfuerzos por recuperar métodos artesanales de producción con una lógica industrial, de manera de incorporar materiales, técnicas o formas que evoquen el pasado y que estéticamente aportan "calidez" a la imagen del producto.

- Confort/bienestar

Confort es un término con el cual quiero significar "más que cómodo, tanto que me produce bienestar". Este concepto es una tendencia incipiente en el sector del mueble local, dado que el consumidor argentino no está entrenado en estos aspectos a la hora de comprar. Componen esta tendencia aspectos concretos y tangibles del producto: ergonomía, prestaciones que ofrece, etc., como aspectos intangibles: la marca, prestigio del lugar donde el consumidor lo compra, la atención y servicios, etc.

Un claro ejemplo de esto es el auto, que para los hombres es un importante elemento de bienestar.

Sofá Collerette, de la firma Casamania, con diseño de Les M Design.

- Seguridad:

La seguridad es una necesidad que nos acompaña desde la caverna, el instinto de supervivencia que nos ha llevado siempre a protegernos es propio y natural. Cada vez más este aspecto forma parte de los tips a considerar a la hora de comprar mobiliario infantil (el sector más sensible). No obstante, en otros países existen estadísticas de la cantidad de accidentes domésticos que llevan a la muerte a personas -por ejemplo, de la tercera edad-, que comienzan a transcurrir mucho más tiempo en sus hogares y con mayores dificultades motrices.

Pero si hablamos de seguridad, podemos derivar también en salud y allí abrimos nuevamente el abanico. Como diseñadora creo que cada vez más debemos conocer las normas internacionales vinculadas al tema y ponerlas en práctica para ofrecer al mercado y la sociedad productos adecuados, que no atenten contra su salud o integridad física.

- Tecnología

Es una tendencia consolidada hace años. El desarrollo tecnológico es cada vez más acelerado; en poco tiempo hemos cambiado radicalmente algunos espacios. Por ejemplo, la oficina varió desde la CPU y monitor con tubo , a la pantalla plana, luego el "all in one", la notebook, la tablet y ahora a los teléfonos inteligentes. Sin dudas, el sector de mobiliario de oficinas es el que presenta mayores desafíos.

Mientras tanto, en los hogares desaparecieron los televisores de mi niñez, que requerían de una mesa sí o sí. Había un solo televisor por casa, por lo tanto "mirar la tele" era un hecho social.

Esto se cambio por televisores que "flotan" sosteniéndose prácticamente solos. Ahora todos tenemos más de una televisor, en distintos espacios de la casa, con las proliferaciones de puf, y divanes cada vez más chatos y gigantes, porque desde el abuelo al nieto todos "se tiran a mirar la tele".

Cambiaron radicalmente los sistemas de audio que ahora se reducen a parlantes coloridos, cada vez más pequeños y potentes.

Durante los momentos de ocio, grandes y chicos nos conectamos a instrumentos tecnológicos. En pocos años los niños pasaron de jugar a la pelota en la esquina a la playstation o las redes sociales, paradójicamente nos encaminamos a estar cada vez más conectados, pero cada vez más solos.

Me imagino que dirán: "¿y esto que tiene que ver con el mueble?". Hoy para un joven que se va a vivir solo es más importante tener un buen sofá antes que un comedor con mesa y sillas.

- Domótica

Así como la tecnología penetra los hogares y oficinas, también forma parte de la arquitectura. Cada vez más hablamos de casas inteligentes... ¿Por qué no pensar en muebles inteligentes? Si podemos prender las luces de la casa a distancia, a través del celular, ¿por qué no pensar en cerrar con llaves el cajón de un escritorio a distancia? Las marcas líderes en el mundo trabajan hoy en estos aspectos.

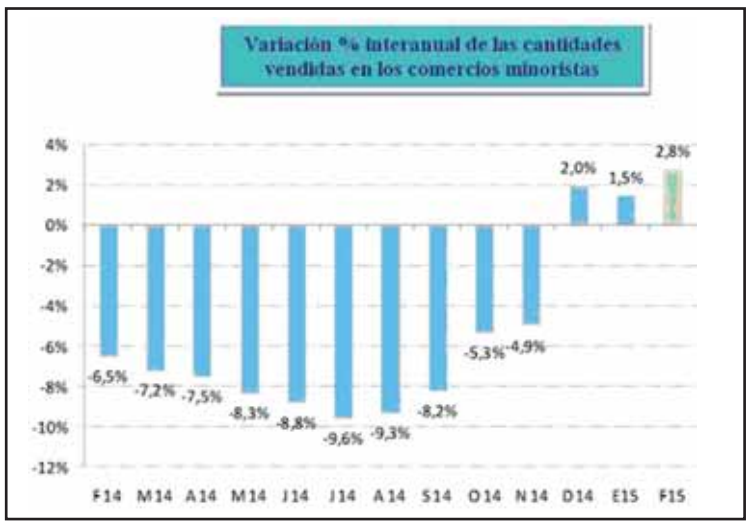
* Elisabet Arn (arn.estudio@gmail.com) es diseñadora e integra el Estudio Arn-Salum.

Fotos: Elisabet Arn y archivo D&F Muebles.

Informe de CAME

Ventas minoristas de muebles para el hogar aumentaron un 5,7 por ciento en febrero en cantidades vendidas

Las cantidades vendidas por los comercios minoristas subieron 2,8% en febrero frente a igual mes de 2014, informó la Confederación Argentina de la Mediana Empresa (CAME). Un rubro que creció significativamente en febrero fue el de Muebles para el hogar, en el que las cantidades vendidas subieron 5,7% frente a igual mes de 2014. Entre las razones que cita CAME para explicar las mayores ventas están los descuentos, las compras con tarjetas de crédito y las facilidades sin interés en 12 cuotas que ofrecieron una gran cantidad de comercios del país con el plan Ahora 12.



El gráfico de barras la tendencia creciente en el trimestre diciembre 2014, enero y febrero de 2015 en contraposición a los datos negativos que se había registrado entre febrero y noviembre de 2014.

Para CAME, la suba respondió a varios factores. Por un lado, se tomaron decisiones de consumo que venían postergadas en esos productos y por otro, hubo buenos precios que alentaron las compras. Es que muchas mueblerías hicieron descuentos para repuntar la demanda. Menos activo en cambio se movió el rubro 'Muebles de oficina', donde las ventas anuales (en cantidades) solo subieron 0,2%.

El mercado de consumo se movió tranquilo pero activo durante todo el mes. Ayudó el buen clima, el feriado de carnaval y las expectativas económicas estables que sumaron entusiasmo en la gente y precipitaron compras, algunas que venían demoradas y

Continua en Pag: 16

Entrevista exclusiva

Mehring S.A. diversificó sus ventas en todo el país y evalúa mercados limítrofes para exportar

De Pag. 1

vendidos en 5 millones de operaciones -a un valor de $2.000 por operación, en promedio- es una cifra enorme (NdR: La nota se realizó el 11 de marzo). Y los informes siempre destacan que los mayores beneficiarios fueron los sectores de indumentaria, marroquinería y calzado, materiales de construcción y electrodomésticos. No aparece el mueble mencionado, al menos en los resúmenes. Pero uno lo ve. Uno agarra cualquier publicación y ve que todos los comercios de Argentina publicitan el Ahora 12. O sea, que está dando un muy buen resultado. Y lo vemos en Esperanza, que es una pequeña ciudad. Pero se nota, porque doce cuotas sin intereses una tentación y una posibilidad que se le da a la gente para renovar sus muebles.

Mehring ha participado en 12 ediciones de Presentes.

Participación en Presentes Otoño 2015

- ¿Cuáles son tus impresiones de la participación de Mehring en esta nueva edición de Presentes?

- Nosotros, como siempre, estamos apostando. Apostando con un esfuerzo enorme de hacer 500 kilómetros desde Esperanza, Santa Fe, hasta llegar a exponer en La Rural. Es un orgullo estar en esta feria, que da un marco de referencia muy importante, con una gran cantidad de expositores. La feria convoca a gente de todo el país, más allá de que tengan comercios de muebles, específicamente, hay mucha gente que viene por los distintos rubros que tiene la feria. Y Mehring hace ya más de 12 ediciones ininterrumpidas que venimos cada marzo y agosto. Ya son muchas ferias. Y seguimos apostando a que éste sea un buen año.

Y la verdad que todo suma en ese sentido.

- En el trato que ustedes mantienen con sus clientes, ¿se comentó que el Ahora 12 funcione mejor en alguna zona del país en especial? ¿O es generalizado?

- Es generalizado. Después hay casos como la provincia de Neuquén, o todo el Sur, que la verdad es que está andando muy bien. El petróleo...

- ...por Vaca Muerta.

- Exacto, por Vaca Muerta. La contracara de eso es San Juan (NdR: Por el abandonado proyecto de megaminería Veladero-Pascua Lama, un proyecto de la Barrick Gold compartido entre Argentina y Chile), donde hace cinco años estaban construyendo una ciudad en los cerros y eso hace un año y medio que está frenado. La verdad que eso significó una caída importante en la economía regional de toda esa zona. Pero, bueno, la zona de San Luis, Mendoza está funcionando bien. Todo lo que tenga que ver con la explotación de viñedos está andando, así que vamos a ver si podemos aprovechar esas zonas que andan mejor. Nosotros tenemos muy atomizado el mercado; vendemos en todo el país.

"No hemos tenido, gracias al enorme esfuerzo que venimos haciendo desde el año pasado, una caída tan significativa en enero y febrero, que a veces se da", afirmó Carlos Correa

- No lograron reactivas las exportaciones.

- No. Los incrementos de los costos internos han superado, en nuestro caso, la ecuación del valor del dólar. Siempre estamos alerta porque lo hicimos por más de 20 años, así que la idea sería poder volver a exportar. Estamos haciendo algunos contactos con Uruguay, con Chile, que son mercados a lo que sabemos que podemos ingresar. Es un negocio que debería poder ser posible; con un poco de esfuerzo de nuestra parte quizás lo podamos lograr.

- A nivel productivo de la empresa, ¿en qué momento está Mehring y qué cambios han realizado últimamente?

- Mehring está próximo a cumplir 62 años. Estamos tratando de darle mucho impulso en estas ferias a los nuevos diseños y a las nuevas tendencias en cuanto a acabado terminaciones (lustres, telas). Todo lo que pueda ser diferenciar el mueble es el objetivo de Mehring. Y tratar de marcar alguna tendencia. Por eso estamos tratando siempre de viajar mucho y de estar muy alertas con las novedades que vienen de Europa. En abril vamos a intentar nuevamente visitar la Feria de Milán.

Silla Divi en tono haya.

- ¿Presentaron alguna línea de producto en Presentes?

- Lo último que hemos lanzado es la silla modelo Divi (ver foto) , con dos opciones de mesa, rectangular y cuadrada. Y la colección se completa con las vajilleros Divi. Esas colecciones gustaron y hoy estamos tratando de captar clientes nuevos específicamente para esos productos.

- ¿En qué madera está hecha?

- Los respaldos son en madera multilaminada de guatambú, lustrada en tono de haya. Salvo algunas colecciones en lenga, el resto son en maderas de guatambú.

- ¿Cómo está la provisión de guatambú? ¿Tienen algún inconveniente por presiones contra el uso de madera nativa?

- Sinceramente, no tenemos dificultades: Pero, bueno (pausa)... siempre estamos en el intento de ver cómo funciona la lenga, el paraíso, con el que hicimos un sillón hamaca. También estamos indagando en el eucaliptus cuidado de forestación, que esté sano y bien seco. Es una madera muy noble y muy linda, pero aún no logramos dar con proveedores que tengan una continuidad como para usar esa madera de manera generalizada. Ojalá podamos encontrar una madera alternativa, porque más allá de que el guatambú sea una excelente madera para trabajar y para darle color, la realidad es que el guatambú es una madera nativa y nadie la ha forestado. Por lo cual debemos cambiar y encontrar alternativas.

Vajillero Divi en tono haya.

- ¿Qué nivel de consumo estimado de madera en pie tiene Mehring por mes?

- De madera maciza de Guatambú, no menos de 15.000 mil pies cuadrados mensuales. Tenemos bastante concentrada la provisión. No hay muchos proveedores, porque somos bastante exigentes en cuanto a la calidad del corte, que nos sean árboles chicos, que sea madera en tablones que se puedan trabajar bien.

Economía en general

- A nivel macro respecto de la economía en general,

¿cómo prevés que pueda transcurrir 2015 y cómo se prepararon?

- A nivel macro, éste y el año próximo creo que van a ser años complejos porque va a haber ajustes. No hay ninguna duda de que un dólar oficial en el nivel que está o un dólar libre tal como está, algún ajuste va a haber. Más allá de las cuestiones que se puedan resolver por el lado externo, con la llegada de algún empréstito. Y la idea nuestra siempre es luchar trabajando, ofreciendo novedades, que es lo que ponen nuestros clientes en las vidrieras. Por eso la idea es doblegar todos los esfuerzos para lanzar nuevos productos, con nuevas cuestiones que los diferencien. O sea, darles cada vez más servicios a los clientes, que en nuestro caso son las mueblerías o las casas de decoración.

- Visitan Presentes muchos negocios "multiproducto" de las provincias. ¿También tienen llegada a ellos?

- Sí, sí. Vendemos mucho a casas de decoración y a arquitectos y decoradores, que de pronto nos recomiendan. O ellos mismos nos compran y les revenden a consumidores finales, que es público que viene justamente a esta feria por otros rubros. La verdad es que nosotros en los últimos diez años nosotros hemos dado un giro importante en la parte comercial: tratar de orientarnos a tener muchos clientes de poco peso relativo dentro de la facturación de la firma. De manera tal de atomizar el riesgo. Eso exige este esfuerzo: estar dos veces en Presentes...

Silla Divi en tono laqueado blanco, expuesta en Presentes Otoño 2015 como parte de un juego de comedor.

- Pero les da una cierta tranquilidad.

- Exacto. Porque siempre se cae uno, aparece otro. Si bien nunca nos enfocamos específicamente al mercado del contract, han surgido clientes de este rubro: 1.000 sillas para el Museo del Bicentenario de la Nación, 300 sillas para algún hotel, otras para confiterías, bares y restaurantes. Porque tenemos la flexibilidad, que creo que es una de las mayores fortalezas de la fábrica, de que cualquiera que venga con una silla cualquiera que quiera que le desarrollemos, Mehring la puede hacer. Ahí tenemos una ventana de oportunidades que aprovechamos de una manera importante. Siempre se dan durante el año negocios puntuales.

- ¿Podrías ampliar el concepto de lo que representa para Mehring participar en ferias?

- La idea es siempre esforzarnos en que el cliente pueda vernos en ferias. Sabemos que la feria hoy se ha transformado en una de las mejores formar de vender y de promocionar productos. La venta se puede hacer de manera personal y donde el potencial cliente puede tocar y ver el producto.

Fotos: D&F Muebles

EXPODEMA 2015 se realizará del 1 al 4 de octubre en Esperanza, Santa Fe

Correa le confirmó a D&F Muebles que EXPODEMA 2015 se realizará del 1 al 4 de octubre en Esperanza. "Estamos trabajando fuertemente para que sea una feria que retome el brillo que tuvo en algún momento. Hay un fuerte apoyo del Ministerio de Producción de la provincia y seguramente pediremos que el Ministerio de Industria de la Nación nos acompañe más fuertemente que lo que fue en 2013. Son todas herramientas que el fabricante de muebles tiene que aprovechar para promocionar la industria nacional del mueble. Y que a todos nos vaya lo mejor posible, dentro de lo difícil que es el mercado argentino", señaló.

- ¿Qué elemento distintivo tendrá EXPODEMA respecto de FIMAR, por ejemplo?

- EXPODEMA tiene una particularidad: es un éxito consagrado desde 1978 para los visitantes, que son la familia y el consumidor final. Que en tres días más de 20.000 personas visiten la muestra, para un fabricante o un comerciante que le venden al público, la verdad que es una vidriera única. No la tiene Buenos Aires hoy esa vidriera; no la tiene ninguna ciudad del país. Esperanza es sinónimo de fabricación de muebles. El gran desafío que tenemos por delante es hacer una buena, y esto va a depender estrictamente de las fábricas -y lógicamente de CIMAE con el apoyo económico de convocar a clientes con estadía y transporte pagos-. Vamos a tratar de hacer un esfuerzo grande en eso para que puedan visitar la feria la mayor cantidad de comerciantes posibles. Creo que ésa es la otra parte de la feria: gente orientada a venderles a las familias y gente orientada a venderles a los comercios. El gran desafío es poder hacer que convivan los dos tipos de expositores.

"Ahora 12" llevaba ventas por $10.293 millones a principios de marzo

La última medición intersemanal de Ahora 12, antes del lanzamiento de la segunda etapa, indica que se realizaron 343.491 operaciones, 21% superior al análisis anterior, que fue de 282.974 tickets. Estas operaciones permitieron generar más de $635 millones, 25% más que los $507 millones de la semana anterior, según datos difundidos el 6 de marzo en el sitio oficial del programa Ahora 12, cuyo comunicado se reproduce de manera completa a continuación.

En cuanto a cantidad de facturas emitidas en ese período se destacan los incrementos en Calzado y Marroquinería (30%) y también los rubros Bicicletas, Motos e Indumentaria (20%).

En lo monetario se observó un aumento mayor al 30 por ciento en los sectores Calzado y Marroquinería, Bicicletas y Motos, y Muebles; y de más del 20 por ciento para Materiales de Construcción e Indumentaria.

Al mismo tiempo, el valor promedio de las operaciones realizadas a través del Programa es de $1.901. En el caso de Turismo el monto promedio crece sostenidamente semana a semana.

En el acumulado de tickets emitidos durante las semanas de vigencia del programa, se destacan los rubros Indumentaria (2.980.206 transacciones), Calzado y Marroquinería (903.612), Materiales para la Construcción (553.910) y Línea Blanca (478.598).

Respecto del valor de las ventas, se ubicó primero el ítem Indumentaria ($3.540 millones de pesos) y le siguieron Línea Blanca ($1.938 millones), Materiales para la Construcción ($1.904 millones) y Calzado y Marroquinería ($1.045 millones).

Ahora 12 permite la compra de productos de fabricación nacional de línea blanca, motos, bicicletas, muebles, indumentaria, calzado, materiales para la construcción y turismo en 12 cuotas fijas sin interés, a través de tarjetas de crédito en locales adheridos del país. La nueva etapa del plan se extenderá a diciembre e incluirá colchones y sommiers, libros, anteojos recetados, y artículos de librería.

Diseño y decoración

Presentes realizó en marzo su 30º edición, que contó con la visita de la ministra Giorgi

Presentes Otoño 2015, 30° edición de la exposición dedicada a decoración y diseño, se desarrolló del 11 al 14 de marzo en el predio porteño de La Rural. Hubo 295 expositores y miles de visitantes, entre comerciantes, distribuidores, mayoristas, hoteleros y gastronómicos de todo el país. La muestra es exclusiva para profesionales y está prohibido el ingreso de particulares y de menores de 12. La próxima edición, "Presentes Primavera", será del 19 al 22 de agosto. Información enviada por los organizado-

Ministerio de Industria tuvo un stand para mostrar algunos de los objetos premiados en la última edición de Sello del Buen Diseño.

La exposición internacional Presentes cerró el 14 de marzo hoy su 30° edición, "Otoño 2015". Este año el lema fue "Te conviene" y la muestra se desarrolló durante cuatro días en La Rural. Hubo 295 expositores y cientos de visitantes entre ellos comerciantes, distribuidores, mayoristas, hoteleros y gastronómicos de todo el país.

Hubo 23.187 visitantes en la última edición.

Presentes es una muestra exclusiva para profesionales y está prohibido el ingreso de particulares y de menores de 12. Esta particularidad, además de que no están autorizadas las ventas ni generar órdenes de pedidos, hace que resalte la idea de que en Presentes las empresas exhiben su oferta de productos y se llevan contactos. La mayoría de los expositores declara que participar de una feria de este tipo les garantiza futuros llamados o correos electrónicos para trabajar en los siguientes tres o cuatro meses.

Presentes, al igual que CAFIRA (ver aparte), convocan dos veces al año -a mediados de marzo y a fines de agosto- a compradores de todo el país. Entre ellos, comerciantes, distribuidores, mayoristas, hoteleros y gastronómico.

Un sistema de trasbordo gratuito de combis entre Plaza Italia (La Rural) y Costa Salguero les permite a los visitantes recorrer a las dos ferias en el mismo día.

Inauguración

Participó de la inauguración la ministra de Industria de la Nación, Débora Giorgi, junto a Héctor Kandel, Gustavo Koroyan y Daniel Martínez Font, directores de Comité Ejecutivo, la empresa organizadora de la exposición.

Giorgi visitó el espacio del "Sello del Buen Diseño", en donde se exhiben los productos que fueron premiados en la última edición del concurso, que auspicia Ministerio de Industria. Esta es la primera distinción oficial que ofrece el Ministerio de Industria de la Nación a los productos nacionales que se destacan por su diseño.

En Presentes se reúnen comerciantes, mayoristas, distribuidores, hoteleros, gastronómicos y profesionales de los sectores Decoración, Iluminación, Muebles, Mesa, Bazar, Cocina, Regalos, Utilitarios, Textil para el Hogar y Navidad, para mostrar las últimas tendencias, y desarrollar relaciones comerciales.

"Estamos felices de haber podido celebrar nuestra 30° edición con todos aquellos expositores y visitantes que nos acompañan año tras año, sabiendo que Presentes les conviene porque es un espacio único de contacto e intercambio de experiencias entre comerciantes y vendedores de todo el país", destacó Kandel.

"La exposición muestra variedad de productos, oportunidades y novedades que fabricantes nacionales e importadores lanzan al mercado. Este año además hubo muchas sorpresas. Hacemos una evaluación sumamente positiva de todo lo que sucedió y esperamos ansiosos a la próxima edición del 19 al 22 de Agosto", agregó Martínez Font.

Por último, Koroyan, afirmó: "Buscamos que cada uno que visite la exposición encuentre lo que más necesita. Desde el contacto cara a cara, la posibilidad de comparar productos y precios en un solo lugar y la ventaja de estar actualizados en los distintos rubros. Somos la plataforma que les facilita el negocio".

El evento vincula a los expositores con los distintos visitantes: grandes y pequeños comerciantes del sector, hoteles, restaurantes, arquitectos, decoradores y diseñadores interesados, buscando un espacio de negocio estratégico, mejoras en la organización y logística, así como toda la actualización pertinente del mercado en un solo espacio y a lo largo de cuatro jornadas.

Más información: www.facebook.com/expopresentes o www.presentesonline.com

Fotos: D&F Muebles y gentileza Presentes.

Sorteo de un fin de semana en Sofitel Cardales

Como parte de los festejos de la 30° edición la feria sorteó entre todos los expositores de la edición OTÑ.15 estadías para dos personas por un fin de semana en el Hotel Sofitel Cardales. Los ganadores fueron: Club de Diseño - Tizarrón / Maschetitas (Espacio Azul y Diseño); Fotobugo (Espacio Verde) y N y J Todovidrio y La Dibujería (Espacio Rojo y Rojo polirubro).

Stand del Sello del Buen Diseño y diálogo entre Giorgi y un fabricante

Se exhibieron en el stand de "Sello del Buen Diseño" los productos premiados en la última edición del concurso, que auspicia Ministerio de Industria. Esta es la primera distinción oficial que ofrece el Ministerio de Industria de la Nación a los productos nacionales que se destacan por su diseño.

Débora Giorgi, ministra de Industria de la Nación, participó de la inauguración oficial de la feria.

Giorgi visitó en su recorrido el stand de Michael Thonet y elogió el "estilo inconfundible" de las mesas de arrimo y de las sillas de este fabricante que pasó de ser importador, antes de 2001, a montar una industria y fabricar en el país. Giorgi felicitó a quien estaba en el stand de Thonet en representación de Jorge Drimer, propietario de la empresa, y el representante de Thonet le dijo: "Es muy importante que el Estado esté presente. No queremos volver a episodios donde el Estado esté ausente de las políticas industriales. Ojalá que esto perdure". A lo que Giorgi respondió, ante la presencia solitaria de D&F Muebles como único medio que registró la conversación: "Yo creo que lo que usted ha dicho, para no volver a una Argentina no inclusiva, los principales pilares son aquellos que han visto que su creatividad y su esfuerzo han tenido recompensa".

Distribuidora Thonet SRL produce sillas, mesas y unidades de pared ("wall units", muebles para televisores plasma), básicamente en madera de paraíso que le compran a un intermediario que la consigue en Misiones. La planta industrial queda en Villa Martelli, localidad que integra el partido de Vicente López y limita al sudoeste con el partido de San Martín y al este con el barrio porteño de Villa Urquiza. "Yo hasta el año 2001 era importador cien por ciento -relató el entrevistado a D&F Muebles en agosto de 2011-. Importaba mucho de Italia, también de Malasia y había empezado a importar de Singapur. En el año 2000 alquilé este galpón para tener más espacio, y por suerte después lo pude comprar. Era el depósito de mercadería (...) Y en 2001... Bueno, yo ya pasé a Martínez de Hoz (NdR: primer ministro de Economía de la última dictadura militar), entonces ya pensaba que había que empezar a hacer algo. Entonces, compré cuatro máquinas por leasing para empezar a hacer sillas. Y ahí fue que empezamos en el 2001, antes que se armara el despelote. Ya en el 2002 había que optar y yo me decidí por la fabricación. Tenía ganas de hacer algo" (ver D&F Muebles impreso de agosto de 2011).

Convocatoria

Ministerio de Industria busca destacar el diseño y la producción de equipamiento hogareño

Existe un proyecto para la incorporación de diseño en el sector equipamiento y mobiliario para el hogar, presentado por el Ministerio de Industria de la Nación y la Federación Argentina Industria de la Madera y Afines (FAIMA) cuyo plazo de inscripción, al cierre esta edición, vencía a mediados de abril. El proyecto requiere un monto de un millón de pesos de la cartera pública y se exigirá una contraparte del 20% al sector privado a los fines de poder garantizar el compromiso y la continuidad de las acciones iniciadas.

Con el objetivo de promover el mueble argentino a nivel nacional, mediante la incorporación del diseño como valor distintivo, se identificarán empresas del sector que estén interesadas en participar de este proyecto. La selección de un máximo de diez empresas de todo el país estará a cargo del Ministerio de Industria. El proyecto tiene como objetivo destacar la producción nacional de equipamiento hogareño, al mismo tiempo poner en valor una selección de productos que integrarán los destacados del sector y formarán parte de un apartado del Sello de Buen Diseño Argentino. Las empresas que puedan mostrar solidez en la fase de fabricación y que tengan experiencia en el desarrollo de productos con impronta propia e identidad. No serán deseables empresas que trabajen a medida o sin una estructura comercial definida

Objetivos:

- Promocionar y fortalecer la presencia del diseño en el sector como factor de innovación y mejora competitiva;
- Generar una actividad de articulación entre diseñadores y empresas que permita integrar los diferentes eslabones de la cadena de valor;
- Desarrollar sistemas de productos orientados a satisfacer las necesidades del mercado y medios productivos de las empresas;
- Mejora de la productividad apoyándose en el diseño;
- Generar una estrategia de marca para el colectivo de empresas que participen;
- Propiciar herramientas que fortalezcan la comercialización de los productos emergentes de la actividad;
- Gestar un cronograma de plan de acción con el fin de dar visibilidad a los productos resultantes de la articulación diseñador-empresa.

Destinatarios:

Se seleccionará un máximo de 10 empresas que puedan mostrar solidez en la fase de fabricación y que tengan experiencia en el desarrollo de productos con impronta propia e identidad.

No serán deseables empresas que trabajen a medida o sin una estructura comercial definida.

Por otro lado se les exigirá como contraparte a cada empresa seleccionada, un monto de $20.000 (pesos veinte mil).

Equipo de trabajo:

El equipo de trabajo será tripartito entre el Plan Nacional de Diseño, la estructura de la empresa y el quipo de diseño seleccionado. El desarrollo se realiza en forma participativa y tendrá instancias de presentación y aprobación de las partes. Los roles son definidos por el Plan Nacional de Diseño y son inapelables.

Desde el Ministerio de Industria se abonará los honorarios correspondientes a la consultoría de diseño, mientras que se exigirá a la empresa un rol activo y participativo y la intervención de diferentes actores de su estructura (a saber: Director, jefe de planta, jefe de ventas, jefe de producto, según requiera cada etapa del proyecto).

Criterios de selección de diseñadores

- Experiencia en el rubro especifico
- Desempeño en el rubro
- Portfolio
- Disponibilidad de tiempo y franja horaria

Desarrollo del proyecto:

El proyecto tendrá una etapa de convocatoria abierta para poder seleccionar los 10 estudios de diseño que serán los responsables de las implementaciones específicas. Las empresas se definirán a partir de un acuerdo entre las organizaciones intermedias y el Plan Nacional de Diseño.

Por otro lado, y en forma paralela, se desarrollará una estrategia de comunicación que será ejecutada por un estudio de Comunicación y desarrollo de marca. La necesidad de armar una estrategia de marca se basa en la posibilidad de impactar sobre el mercado en forma más eficiente. Se contemplaran canales de difusión como redes sociales, pagina web, piezas gráficas y presencia en ferias comerciales sectoriales.

Etapas del proyecto:

Desarrollo de Productos

- Etapa 1: Informe N° 1 "Diagnóstico y Relevamiento": Se realizará el diagnóstico de la Empresa, analizando condiciones productivas, productos actuales propios, referentes del mercado y otras particularidades que permitan comprender la dinámica productiva y comercial del establecimiento.
- Etapa 2: Informe N° 2 "Generación de Propuestas": Se formularán propuestas de productos acordes a las características de la Empresa o Cooperativa, su posicionamiento actual y el esperado a partir de la intervención.

Informe N° 3 "Desarrollo de Propuestas": Se desarrollarán las propuestas seleccionadas y se

profundizará el desarrollo en términos de morfología, tecnología, comunicación y ergonomía.

- Etapa 3

Informe N° 4 "Gestión de Modelos y Prototipos": Se asesorará y se realizará el seguimiento de la fabricación de modelos y prototipos, se harán verificaciones y se implementarán acciones correctivas y ajustes para la producción seriada.

Informe N° 5 "Manuales de Fabricación y Gestión de Calidad": Los manuales deberán describir detalladamente el proceso de fabricación de productos, especificando procesos, materias primas e insumos, maquinarias, controles a efectuar, acciones consecuentes y cualquier otra información que se considere relevante.

Sistema de Comunicación Estratégico

- Informe N° 1: "Diagnóstico y Plan Estratégico": Se realizará un diagnóstico de la Empresa, sector industrial, y mercado. Luego, elaborará la estrategia de comunicación considerando objetivos, atributos, beneficios y posicionamiento buscado.
- Informe N° 2: "Generación de Propuestas": Se formularán diferentes propuestas de comunicación estratégica a partir de la descripción de atributos y cualidades buscadas. Se explicitarán conceptos visuales y comunicacionales y referencias estéticas para cada caso. En esta etapa se contemplan actividades como: diseño de marca, piezas gráficas, páginas Web, e-commerce, entre otras que comprendan la comunicación estratégica definida en el informe 1.
- Informe N° 3: "Desarrollo de Propuestas": Se desarrollarán las propuestas seleccionadas y se profundizará el desarrollo en términos de morfologías, tipografías, constantes y variables del sistema gráfico, etc.
- Informe N° 4: "Manual de Marca": Se delimitarán los usos y aplicaciones para las piezas comunicacionales desarrolladas y potenciales.
- Informe N° 5: Se definirá una estrategia de difusión y posicionamiento en el mercado. Se delineará un plan de acción para lograr los objetivos de inserción en el mercado especifico como grupo.

Informe universitario

El Mueble Habitable, investigación proyectual y forma de apropiación de un sitio

* Por Arq. María José Verón

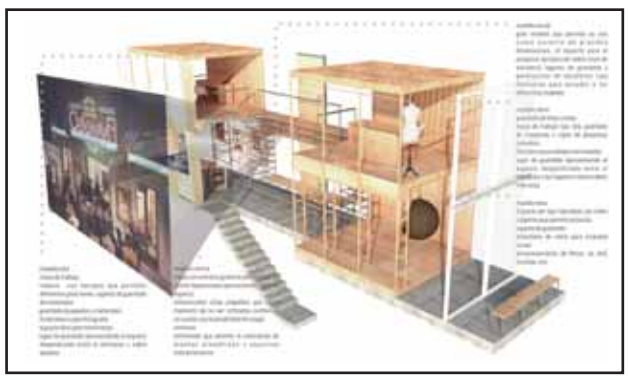
"El mueble es por antonomasia un caracterizador de época" [Jean Baudrillard, en El sistema de los objetos].

De Pag.: 1

prepararnos y enseñar a pensar como para dar respuesta a los permanentes cambios, a los desafíos actuales y futuros. Se debería pensar en un arquitecto que sea flexible, que se acercase a la realidad, darle instrumentos para desarrollar esa autonomía personal con pensamiento crítico reflexivo.

Tres visiones del espacio diseñado por García.

En la Facultad de Arquitectura, Urbanismo y Diseño (UNC) el decano Arq. Ian Dutari expresó que la prioridad es formar "un profesional generalista, con énfasis en el campo del diseño", y que tanto la currícula como la implementación de contenidos en esta casa de estudios "promueven un profesional con un perfil proyectista con herramientas para comprender y resolver problemas de diversas escalas y complejidades".



Bosquejo detallado de la propuesta de Juan Pablo García.

En coincidencia, varios decanos afirman casi sin excepción en la necesidad de que la actividad académica tenga raíces firmes en su territorio y un contacto fluido con la comunidad que los rodea. En un mundo en el que el proceso de globalización puede ser una amenaza a valores e identidades la Universidad debe aprovecharla para poder reconocer y afianzar a través de ella lo local. Es este fenómeno llamado Glocalización el que se debe fortalecer.

La Universidad Nacional debe realizar su aporte contribuyendo al afianzamiento de memorias locales, el rescate de saberes propios, sin dejar de lado la discusión y la reflexión de lo que ocurre en otras partes del mundo. Es decir, ser lo suficientemente global como para fortalecer el factor local.

Todas las instancias de intercambio y articulación tienen como objetivo la excelencia educativa, formar personas con espíritu crítico y propositivo, respecto a los modos de pensar y hacer la Ciudad y la Arquitectura.

Se propone desde Equipamiento B involucrarse de manera comprometida, compleja y concreta con el hábitat doméstico, planteando desde el Equipamiento nuevos modos de habitar lo existente; sus posibilidades de mutación, transformación o re-uso. Se debe tener en cuenta al hombre y al grupo que integra como una sustancia no estática, que se modifica a lo largo del tiempo, modificación que debe ser acompañada por esa otra piel que es la Arquitectura.

Mueble Habitable

El ejercicio de diseño del Mueble Habitable es una posibilidad para reflexionar sobre el hombre contemporáneo. Es una instancia para investigar cómo los equipos colonizan el objeto arquitectónico (OA) y son capaces de habilitarlo.

Conocer los modos de vida no es sólo tema de estudio de sociólogos, psicólogos, antropólogos, sino que nos atañe a los arquitectos de modo directo para utilizarlo como una variable más en la práctica proyectual. Es un insumo directo donde el mundo real ingresa para participar activamente. Habitar la arquitectura hoy es permitir la creación de mundos para el sujeto de este tiempo, construyéndolos a partir de un pensamiento arquitectónico reflexivo.

Zygmunt Bauman introdujo el concepto de "mundo líquido" ("Modernidad líquida") para definir el actual momento de la historia en el que las realidades sólidas se han desvanecido dando paso a un mundo más precario, provisional, ansioso de novedades, con frecuencia agotador. Un mundo que Bauman ha sabido explicar como pocos. Según él, Modernidad significa modernización obsesiva, adictiva, compulsiva. Modernización significa no aceptar las cosas como son, sino cambiarlas en algo que consideramos es mejor. Lo modernizamos todo. Tomamos las reglas, las relaciones, los objetos y tratamos de modernizarlos. No viven demasiado tiempo.

Maqueta con otra propuesta.

Eso es el mundo líquido. Nada encuentra una forma definida que dure mucho tiempo. Hoy la mayor preocupación de nuestra vida social e individual es cómo prevenir que las cosas se queden fijas, que sean tan sólidas que no puedan cambiar en el futuro. No creemos que haya soluciones definitivas y no sólo eso: no nos gustan. Estamos acostumbrados a un tiempo veloz, seguros de que las cosas no van a durar mucho, de que van a aparecer nuevas oportunidades que van a devaluar las existentes. Y sucede en todos los aspectos de la vida. Y eso que es así con los objetos materiales funciona igual con las relaciones con la gente y con la propia relación que tenemos con nosotros mismos, cómo nos evaluamos, qué imagen tenemos de nuestra persona, qué ambición permitimos nos guíe. Todo cambia de un momento a otro, somos conscientes de que somos cambiables y por lo tanto tenemos miedo de fijar algo para siempre. Los cambios van y vienen. Mucha gente está hoy convencida de que ya hay alternativas a esta liquidez, pero que son invisibles porque aún están muy dispersas.

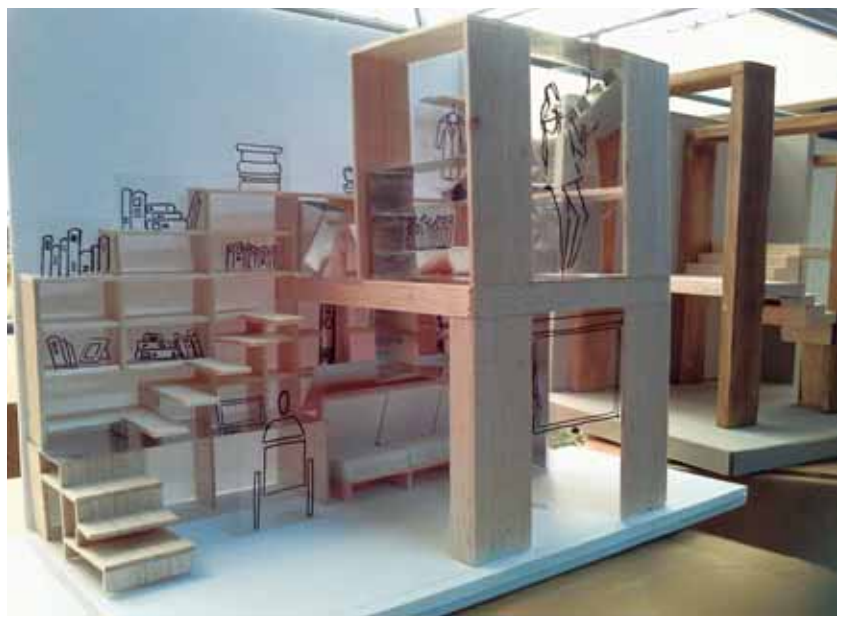


Imagen de una tercera propuesta.

Los núcleos de familias tradicionales como conocíamos hasta hace un tiempo se amplían y mutan en múltiples y diversos modos de conformarse: nuestros posibles clientes para éstos nuevos escenarios de la vida cotidiana pueden ser cualquiera de estos modelos, que en el censo de 1990 fueron llamados Unidades de Convivencia. Nos encontramos cada vez menos con familias conformadas por un padre que trabaja fuera de la casa para mantener un hogar con esposa e hijos, para dar lugar a fami-

Maqueta de una cuarta propuesta generada a raíz de ejercicio "Un Mueble Habitable para Tríptico".

lias que pueden ser ensambladas, parejas homosexuales, familias con menos niños, familias donde los rituales propios de encuentro o aislamiento toman otras características: a ellos debemos dar respuesta.

Bucear en sus comportamientos hasta reconocer practicas, valores, costumbres, hábitos, sin dejar de lado los deseos, los sueños, los imaginarios, es parte de este reto .

Los esquemas a los que estábamos habituados de living/cocina/comedor más dormitorios/baños se caen, se diluyen, así como las prefiguraciones que nuestros padres tenían de cada uno de ellos. Lugares como el baño y la cocina ya no son considerados como espacios aislados, compartimientos estancos sino que, invadidos por la tecnología, se transforman en mucho más que lo habitual hasta ahora.

La tendencia actual de compartir el ritual de cocinar se ve reflejada en espacios donde los limites se diluyen integrándose física y perceptualmente, para convertirse en pequeños laboratorios de experimentación, donde la familia o los amigos se encuentran totalmente vinculados al resto de la casa. Una búsqueda de lo natural, lo orgánico y la revalorización de la optimización de recursos con una clara conciencia de cuidado del medio ambiente que se ve reflejado en sutiles acciones como la aparición de pequeñas huertas, incluso en las viviendas de menores superficies.

Los dormitorios pueden ser desde espacios amplios, que incluyan lugares de esparcimiento, de estudio, hasta mínimos para sólo dar respuesta a la necesidad básica de dormir, cediendo metros cuadrados a las áreas de encuentro. La casa debe tener flexibilidad suficiente para dar respuesta a usos diurnos y nocturnos, a usos en días feriados o de fines de semana. En este marco creemos es válido reflexionar acerca del Mueble habitable; cómo este puede con diferentes estrategias colonizar las viviendas y dar solución a los requerimientos describimos anteriormente.

En este contexto enseñar a pensar cómo dar respuesta a las nuevas forma de vivir implica reconocer claramente el momento y las consecuencias en el habitar. Y más aún, en el soporte físico que será el escenario de este habitante .

Cómo construir lugar en estos tiempos fluidos es el desafío; cómo enseñar a hacerlo es un ensayo permanente. Pensar y ejercitar el hacer una arquitectura de sentido, más que una de espectáculo, es el objetivo.

Ejercicio

Durante el segundo semestre los alumnos trabajaron en este ejercicio que llamamos "Un Mueble Habitable para Tríptico". Cada alumno debía resolver en un equipo o sistema de equipos todas las posibles actividades, ocasionales o permanentes, que realice el grupo de habitantes o eventuales visitantes. Se asignó una grilla con múltiples combinaciones -un habitante o grupo- que debían ser caracterizados por los alumnos a los efectos de dar respuesta a las necesidades y requerimientos planteados, más una materialidad que fue también determinada. Fue fundamental la realización y el estudio de un programa cualitativo y cuantitativo.

Federico Soriano (DMDAA), afirmó: "Componer hoy significa crear los programas. Los inventamos o los proponemos, los mezclamos, les damos soporte o los desnaturalizamos. El programa no equivale a la función. Es más porque no es unívoco ni directo. Es menos porque se define por acciones y actividades (verbos), no por convenciones (sustantivos). Es también mutable, transformable en el tiempo. Tenemos que definir los programas para luego olvidarlos o transformarlos".

Según expresa la Arq. Liberati en el libro de Cátedra OBJETO ARQUITECTÓNICO EQUIPADO, uno de los principales ideales de la sociedad contemporánea en la que vivimos. Es la negación de la existencia de valores absolutos y la aceptación de la diferencia y la pluralidad, como así también la idea de flexibilidad, incertidumbre y complejidad. Esto sienta las bases para un número ilimitado de formas de vivir, y por consiguiente, de habitar.

Sabiendo que el hombre construye su hábitat en la medida que se construye a sí mismo, entendemos que los programas, tal cual los conocemos, están siendo re-programados. Asimismo, conservan mucho de sus objetivos primarios, e incorporan otros que se adaptan al hombre contemporáneo. Para la Modernidad, los programas debían diseñarse a partir del relevamiento de un problema y ofrecer una solución. Hoy, en cambio, los programas son múltiples interpretaciones de distintas realidades, que contemplan complejas acciones programáticas, y dejan libertad para que cada usuario encuentre su forma de habitar.

Se trabajó intensamente en maquetas escala 1 en 20, más detalles ocasionales de estudios de encuentros, nudos, uniones en escala real. Fue fundamental la investigación de las características técnicas, tecnológicas y posibilidades formales de los materiales asignados para realizar el equipo. Como expresó Fernando Porras en el Diccionario Metápolis de Arquitectura Avanzada, los materiales tienen una forma precisa y procesos de fabricación; es materia preparada, elaborada, manufacturada o industrializada. La diferencia es profunda ya que caracteriza dos ideas: en primer lugar, la sustancia propia y luego el carácter del material. Toda materia que usamos en equipamiento tiene orientaciones, un revés y un frente, posiciones, espesores y debilidades.

Estos valores deben ser tenidos en cuenta para proponer dónde y cómo colocar cada material. EL MATERIAL TIENE IMPLÍCITA UNA IDEA ARQUITECTÓNICA.

Fotos: Arq. María José Verón.

* María José Verón (arq.mariajoseveron@gmail.com), arquitecta y docente de la Universidad Nacional de Córdoba, es columnista de D&F Muebles.

Vista general de un sector de la exposición de trabajos al finalizar el curso.

Programa "mueble habitable para Julia y Laura", por Juan Pablo García.

Lanzamiento

Herrajes San Martín presentó un catálogo de herrajes y accesorios para muebles y obras

Herrajes San Martín SACIFI presentó el 11 de marzo en su local de Capital Federal el Catálogo 2015 de herrajes y accesorios para muebles y obras, "Todos los herrajes de mundo en un solo lugar". D&F Muebles fue el único que participó para realizar la cobertura periodística. El catálogo tiene 500 páginas con toda la información sobre 5.000 productos para el fabricante de muebles y de carpintería para obra.

Marcelo Szlifman afirmó respecto del lanzamiento: "El Catálogo 2015 representa un acontecimiento importante para nuestra empresa, ya que reúne miles de productos de decenas de firmas del mercado nacional y los pone al alcance de nuestros clientes. Lo consideramos también un hecho trascendente para el sector del herraje en general, y esto incluye tanto a los clientes como a los fabricantes, distribuidores de herrajes y a todos aquellos que trabajan con la intención de profesionalizar el rubro. Se trata de un libro inédito dentro del sector porque hasta el momento no han aparecido actores que se comprometan con este tipo de trabajos a excepción de algunas grandes empresas".

Marcelo Szlifman comentó que este año Herrajes San Martín (HSM) volverá a organizar jornadas de capacitación. "Confeccionar el catálogo nos llevó aproximadamente dos años y medio. Tiene unos 5.000 productos para los rubros obra y mueble", agregó Marcelo Szlifman, quien además sostuvo que el fuerte de HSM es la comercialización de unos 1.200 productos, del total de 5.000 que se exhiben en el catálogo.

Marcelo Szlifman, director de Herrajes San Martín.

Por su parte, Javier Szlifman dijo que el Catálogo tiene una primera parte institucional, con información sobre las franquicias que tiene HSM, una serie de páginas con auspicios de proveedores y luego el contenido sobre herrajes para muebles, que se organizaron por familia de producto. Y que la parte dedicada a productos para cocina es la más extensa del catálogo. Luego respondió preguntas técnicas hechas por clientes que participaron de la reunión.

El voluminoso catálogo tiene 500 páginas con toda la información para el fabricante de muebles y de carpintería para obra.

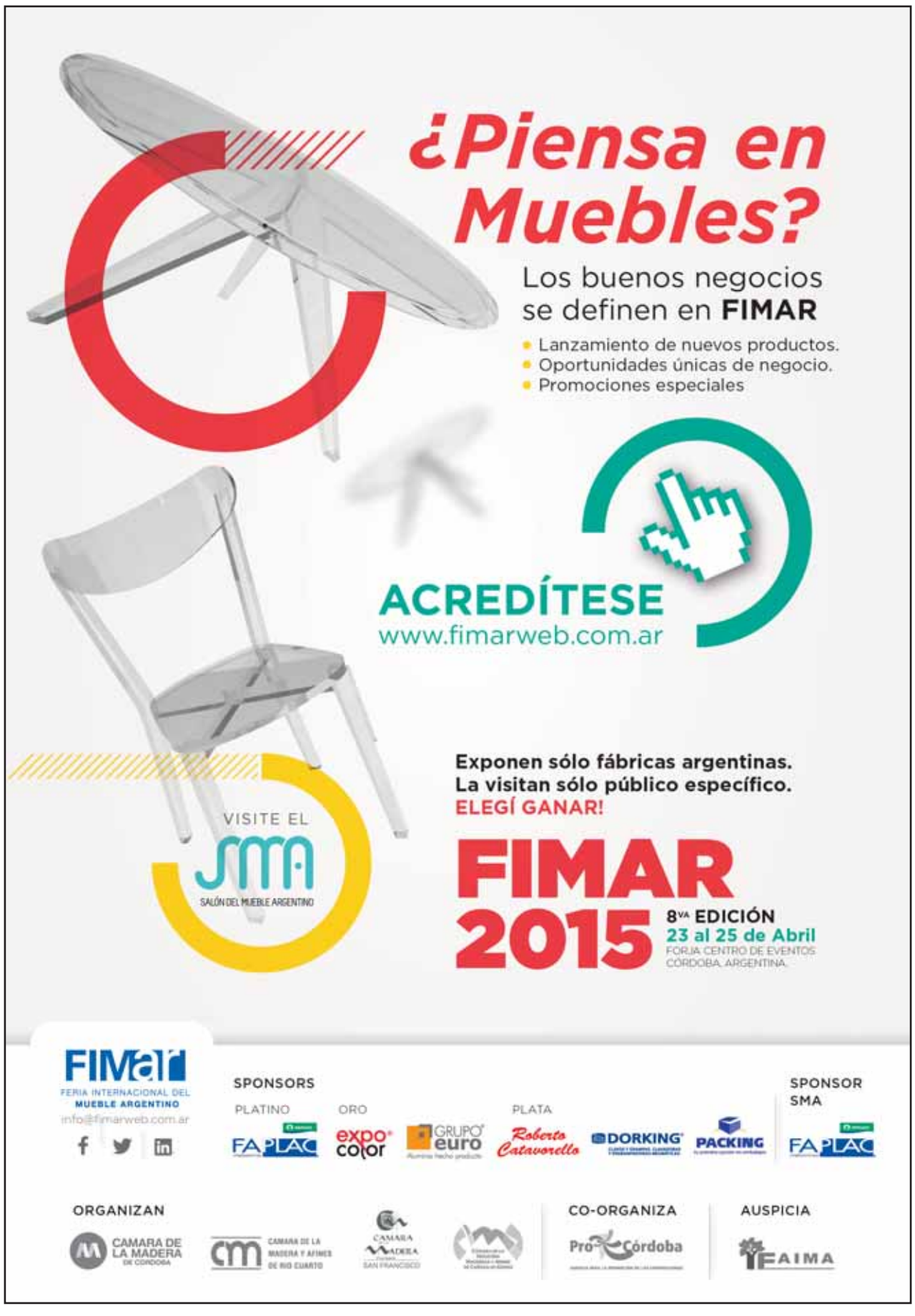
En las primeras páginas del catálogo, Marcelo Szlifman declaró: "Desde Herrajes San Martín apostamos por un constante crecimiento del sector de los herrajes y accesorios para muebles y obras, donde los clientes puedan conocer los productos disponibles fácilmente y acceder a ellos en forma rápida y sencilla. Creemos que los productos de Herrajes San Martín permiten desarrollar una vida más cómoda, encontrando soluciones decorativas y funcionales para nuestra vida cotidiana".

Red de negocios

Herrajes San Martín cuenta con un local en Buenos Aires y cuatro franquicias en el resto del país: La Rioja capital; Reconquista, Santa Fe; Merlo, San Luis; y Carlos Casares, provincia de Buenos Aires.

"Mediante nuestro sistema de franquicias, Herrajes San Martín (HSM) le otorga una licencia al franquiciado para que utilice nuestra marca y para disponer de un local de acuerdo a nuestra imagen y formato. A cambio, HSM se compromete a ser el único proveedor para abastecer al local franquiciado con sus productos de primera línea, a precios especiales, y a brindar un continuo respaldo y asesoramiento para llevar adelante el emprendimiento", señalaron desde la empresa.

Fotos: Gentileza Herrajes San Martín y D&F Muebles.



Nuevos cursos gratuitos en CAFYDMA, nueva sede Las Cañitas

CAFYDMA informó que está abierta la inscripción para los cursos gratuitos que comienzan en mayo (de carpintería y de tapicería) y la preinscripción para los que comienzan en julio, octubre y septiembre.

El detalle es el siguiente: Restauración y tratamiento de superficies (julio y octubre); Carpintería (mayo y septiembre); Ebanistería (julio y octubre); Tapicería I (mayo) y Tapicería II (septiembre). Los cursos son financiados por el Ministerio de Trabajo, Empleo y Seguridad Social de la Nación y se entregan certificados a los alumnos que aprueben la cursada.

Las clases se dictarán en la nueva sede de CAFYDMA ubicada en el complejo Las Cañitas del Ministerio de Desarrollo Social de la Nación (intersección de las calles Báez y Clay del barrio porteño de Las Cañitas). "La sede de CAFYDMA ubicada en el Centro Metropolitano de Diseño continua en funcionamiento y, gracias al esfuerzo de los socios de CAFYDMA, los funcionarios de los Ministerios de Desarrollo Social de la Nación y del Ministerio de Trabajo, Empleo y Seguridad Social de la Nación y la Comisión Directiva de CAFYDMA, hoy la cámara puede contar con dos sedes", señalaron desde la entidad. Informes e inscripción: cursos@cafydma.org o llamando al (011) 4126-2950 internos 3173/3168 (lunes a viernes de 10 a 17).

Exhibición

Feria Internacional del Mueble Argentino, FIMAR, realiza su octava edición consecutiva

FIMAR 2015, 8º Feria Internacional del Mueble Argentino- "adquiere cada vez más alcance nacional e internacional", según fuentes de la organización. La feria se desarrollará del 23 al 25 de abril próximos en Forja Centro de Eventos de la ciudad de Córdoba. D&F Muebles tendrá un enviado especial. Se reproduce el comunicado de prensa oficial.

El Salón Expositivo de FIMAR 2015 continúa sumando firmas argentinas, completando así una nutrida oportunidad para ver y comprar muebles a gran escala. La feria da la bienvenida a DECIRO MUEBLES (Buenos Aires), MELTO COLCHONES (Mendoza) y QUICK LINE MUEBLES (Córdoba).

DECIRO MUEBLES está desde 1990 comprometida en ofrecer productos inspirados en estilos diferentes, elegantes y modernos, fabricados por maestros ebanistas.

MELTO COLCHONES comienza su camino hace más de 40 años, y hoy en su nueva planta de 10.000 m2 cubiertos continúa diseñando y produciendo confortables colchones, sommiers y almohadas.

QUICK LINE suma a la Feria Internacional del Mueble Argentino equipamiento de oficina de visión y calidad, ampliando así la variedad de productos que distinguen al principal encuentro del sector, en su octava edición.

Se espera que esté totalmente completo el sector expositivo, que ocupa unos 10.000 metros cuadrados con los principales referentes de la industria argentina -con mobiliario para el hogar, oficina, comercio, restaurantes y hoteles- el evento continúa incorporando a importantes firmas de las regiones de Cuyo, NOA y Buenos Aires.

De este modo, FIMAR 2015 se consolida en cuanto a cantidad y calidad de expositores como de compradores calificados (operadores comerciales, encargados y gerentes de compras, dueños de mueblerías y grandes superficies, además de profesionales e interesados en el sector del mueble y la prensa especializada).

En esta tendencia la feria estima superar en un 20% la cantidad de empresas participantes que en el 2014 sumaron 140, así como también la cantidad de público calificado que según se calcula será de más de cinco mil visitantes, comercializadores de muebles a gran escala.

Beneficios para expositores

Por su parte, para la edición 2015 los organizadores de la Feria redoblaron sus esfuerzos en acercar soluciones y beneficios para que compradores a gran escala de distintas latitudes puedan asistir.

Entre ellos se destaca la tarjeta FIMAR VIP, que será entregada tanto a expositores como a visitantes calificados para que a través de ella puedan acceder a significativos descuentos en hotelería, transporte, excursiones y gastronomía.

En este marco, Aerolíneas Argentinas, Transportador Oficial de FIMAR 2015, brindará descuentos para participantes y acompañante (uno por participante) en operaciones directas a través de la web desde las siguientes ciudades hacia Córdoba: Bahía Blanca, Bariloche, Buenos Aires, Comodoro Rivadavia, Corrientes, El Calafate, Iguazú, Jujuy, Mendoza, Neuquén, Resistencia, Rio Gallegos, Salta, San Juan, Trelew, Tucumán y Ushuaia.

También la Línea Aérea de bandera ofrecerá a los participantes/invitados del exterior descuentos en pasajes a Córdoba del 5% en clase Economy y 10% en clase Business desde Asunción, Belo Horizonte, Bogotá, Brasilia, Caracas, Curitiba, Lima, Montevideo, Porto Alegre, Río de Janeiro, San Pablo, Santa Cruz de la Sierra y Santiago de Chile. También ofrecerá 10% en clases Economy y Business desde Miami, Nueva York, Madrid, Barcelona y Roma.

Por su parte, para quienes prefieren viajar en transporte terrestre, la firma MercoBus, proporcionará el 20% del servicio de micro de media y larga distancia, desde todo el país hacia Córdoba. Además, la firma Localiza Rent a Car ofrecerá el 20% de descuento en autos de alquiler para poder circular por la ciudad.

Lo que mostrará el Salón del Mueble Argentino

En esta edición, al igual que en la anterior, el encuentro contará con el Salón del Mueble Argentino, un espacio de encuentro entre el diseño, la industria, la estética, el arte y la tecnología. Se expondrán las nuevas tendencias del mercado a través de productos distinguidos por diseño de alto nivel, innovación formal y funcional, y múltiples materiales que revaloran y enorgullecen el trabajo genuino y el talento argentino.

Estarán los productos que han recibido este año el Sello Buen Diseño, en manos del Plan Nacional de Diseño; los prototipos desarrollados en el Posgrado en Diseño de Muebles de la Universidad Nacional de Córdoba; una selección del DAC (Diseño Argentino Contemporáneo; Hause Möbel; Andre Kevin; Scarpatti Amoblamientos; Ivira - Arq Virginia Bianchi; Ducoin - DI Evangelina Docoin y Lucio Peralta, entre muchos otros.

Vista general de ediciones anteriores de la feria.

Con un jurado que se renueva año a año y congrega a importantes referentes del diseño, entrega los PREMIOS "VÍCTOR BENTOLILA" a MEJOR PRODUCTO; y las MENCIONES ESPECIALES: A LA CALIDAD, por un lado, y A LA INNOVACIÓN, por otro.

Como ya se anunció, la Secretaría PyME y Desarrollo Emprendedor de la Provincia de Córdoba acompañará a esta importante exposición de diseño del sector, con el fin de impulsar el desarrollo socio-productivo sustentable, a través del nacimiento y crecimiento de emprendimientos productivos que generen mano de obra calificada.

Ronda de Negocios

Además, están confirmadas la tradicionales Ronda de Negocios, que en el 2014 propiciaron más de ochenta entrevistas entre fabricantes y las grandes cadenas de equipamiento, del norte al sur de Argentina. Para este año se proyecta la participación de unos treinta grandes operadores del sector.

En su última edición, este marco que proporciona un espacio ideal para crear una sinergia única para comprar y vender productos a gran escala y de calidad, posicionar marcas, sumar valor agregado a través de nuevos diseños y lanzar productos, generó un volumen de negocios que superó los $200 millones.

Esta iniciativa es organizada por las Cámaras de la Madera de Córdoba, San Francisco, Río Cuarto y Cañada de Gómez, todas entidades de valiosa y larga trayectoria, y fue declarada de Interés Provincial por los Gobiernos de las Provincias de Córdoba y Santa Fe, y de Interés Municipal por las Municipalidades de Córdoba, San Francisco, Río Cuarto y Cañada de Gómez.

Más información: www.fimarweb.com.ar
Fotos: Gentileza FIMAR y archivo D&F Muebles.

Feria internacional

FITECMA 2015 se realizará del 23 al 27 de junio en Costa Salguero

Como ha sucedido en cada una de las once ediciones anteriores, FITECMA 2015 una vez más, se convertirá en una oportunidad para que empresarios, profesionales, constructores, carpinteros, técnicos, diseñadores, investigadores y funcionarios, puedan acceder a lo más avanzado que se presenta en las ferias internacionales de la cadena de valor madera - muebles. Material enviado por los organizadores.

La cantidad de empresas de los distintos rubros y la diversidad de marcas representadas - que han concretado su participación -, facilitará tomar contacto con soluciones tecnológicas para la optimización de las etapas de primera y segunda transformación de la madera, al igual que acceder a todas las innovaciones en materia de investigación, seguridad, informatización y automatización de procesos productivos.

"Hay que tener en cuenta que en esta oportunidad FITECMA se realizará en el periodo alcanzado por el acuerdo marco que firmaron recientemente el Estado Nacional y el sector privado 2015 y entre las acciones previstas figura facilitar el acceso a líneas de financiamiento para la adquisición de bienes de capital y la construcción de instalaciones; y habrá programas de promoción para ganar mercados internacionales", comentó José Vásquez, director de la feria.

El acuerdo mencionado se inscribe dentro del Plan Estratégico Industrial 2020 anunciado en octubre de 2011 por la Presidenta Cristina Fernández de Kirchner, en el cual se incluye a la cadena madera - muebles entre 11 sectores a desarrollar en el mercado local y en el comercio exterior a lo largo de diez años.

FITECMA 2015 volverá a convocar a empresarios, profesionales, constructores, carpinteros, técnicos, diseñadores, investigadores y funcionarios.

Al mismo tiempo - aclara Vásquez - también cobra importancia la vigencia de la Ley 26190 de promoción de las Energías Renovables, cuyo objetivo para 2019 es incorporar 3.400 MW provenientes de la bioenergía. Para esto fue lanzado el proyecto PROBIOMASA, que en la etapa inicial (2012-2015) espera incrementar el consumo actual de biomasa en 4 millones de toneladas para generación de energía eléctrica y térmica. "Sin duda este sector donde ya comienzan a aparecer proyectos importantes, habrá avanzado considerablemente en el próximo año, posibilitando para la realización de FITECMA, nuevas oportunidades de negocios tanto en la provisión de equipos como servicios".

Stands

La cantidad de empresas que ya compraron sus stands y la diversidad de rubros que abarcan las mismas, están reafirmando el poder de convocatoria de FITECMA y a la vez, están asegurando que la próxima edición, a realizarse del 23 al 27 de junio de 2015 en el Centro Costa Salguero, de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires presentará a los visitantes una amplia gama en innovación tecnológica aplicada en maquinarias e insumos, que le permitirá contar con posibilidades concretas para crecer en eficiencia y flexibilidad de producción, reducir costos y ganar competitividad.

Al mismo tiempo, como viene sucediendo en las últimas cinco muestras, FITECMA 2015 confirmará una tendencia hacia el crecimiento de los metros cuadrados que ocuparán los expositores pertenecientes a los rubros no tradicionales, reafirmándola como la única feria temática de la madera en el país y la más importante de Latinoamérica. En este sentido, en la próxima edición volverán a mostrarse con fuerza actores nacionales y del exterior.

La madera como materia prima y en sus diversos grados de elaboración, se encuentra entre los segmentos que más incrementarán la superficie de exhibición. Y para ellos, al igual que en el caso de los pisos de madera, ha influido el gran impulso de los últimos años donde se registró un crecimiento constante del índice de la construcción en las principales plazas del país, lo que traccionó en forma importante el mayor consumo de madera. En la misma línea, el hecho de que Buenos Aires constituya el principal centro de consumo de productos destinados a la construcción, especialmente para los niveles medio alto, convierten a FITEMA 2015 en una vidriera privilegiada para presentar la amplia gama de productos de madera de reforestación y nativa que se fabrican en la Argentina.

Por otra parte, la mayor inserción de fabricantes y proveedores de herrajes para obra, también ha contribuido para que el rubro de herrajes en general creciera significativamente en metros cuadrados.

Lo mismo acontece con otros rubros de insumos que no solo abordan la industria del mueble, sino también, que direccionan parte de su producción para la construcción, como es el caso de los preservantes para maderas o el de los acabados de superficies (pinturas, lacas, barnices, abrasivos, elementos manuales y automáticos de aplicación, etc.).

Los fabricantes de tableros con la presentación de nuevas líneas de revestimientos y colores, una amplia variedad de chapas, raíces y revestimientos de madera de alto valor; todas las novedades en chapas reconstituidas; las innovaciones técnicas introducidas en la calidad de los productos para el acabado de superficies de la madera; la exhibición de maderas nobles de las principales regiones productoras, y las distintas aplicaciones de las especies de madera en productos finales para la construcción; seguramente conformarán un extendido abanico de posibilidades donde fabricantes, arquitectos, ingenieros, diseñadores, carpinteros, técnicos, empresarios y comerciantes, podrán interactuar en forma directa con las empresas más representativas de toda la cadena de valor madera - mueble del país y del exterior.

Fotos: Archivo D&F Muebles.

Empresas y Empresarios

Grupo Euro S.A. se presentará nuevamente en FIMAR 2015

A continuación se reproduce información enviado por el Departamento Técnico de la empresa.

Grupo Euro S.A. es una empresa nacional con presencia internacional, especializada en el desarrollo y fabricación de productos de aluminio y sus accesorios para la industria del mueble y la obra. Todos sus productos aportan novedades sustentándose en los conceptos de:

- Diseño Estético: Diseño de líneas puras y agradables, para que sea compatible con los mobiliarios y ambientaciones más variados. Compatible con todos los colores de tableros.

- Funcional: Por su facilidad de instalación sin necesidad de herramientas específicas, por su ductilidad en el uso, sencillez de corte y aplicación.

- Competitividad de precio: Sus productos son diseñados para que sean altamente competitivos y agreguen valor al mueble en que se aplican.

- Marketing: Diseñan el packaging, la exhibición y los catálogos de sus productos de manera clara y amigable, facilitando su comunicación y venta. Además de un vasto soporte digital, que da acceso inmediato a la información técnica y tutoriales que explican detalladamente la aplicación y el uso de los productos.

En esta nueva edición de Firmar 2015 lanzarán dos nuevos y revolucionarios productos:

- Euro Uno: Es un sistema integral para diseñar y construir espacios de oficina.

Características: Es una familia de perfiles de aluminio, cada uno con su función específica dentro del sistema, y sus accesorios plásticos para terminación y montaje que conforman un sistema para disponer placas melamínicas o vidrio en manera de superficie de apoyo y tabiquería.

Modo de armado: Una vez proyectado el espacio a desarrollar, se parte fijando los zócalos inferiores utilizando los tacos reguladores como base de apoyo que van amurados al piso en tarugos tipo Fischer disponiendo los zócalos en elegida según vista de planta. Luego, se utilizan los perfiles columna (L, T o cruz) para generar los tabiques separadores con la placa melamínica y colocando los perfiles ángulo para disponer sobre ellos las superficies de apoyo.

La manera de vincular la placa melamínica a los perfiles columna es mediante clipsado: la placa ingresa a presión entre las alas del perfil, aunque también está la opción de atornillar (los perfiles tienen guía V para centrar tornillos).

Se puede combinar placa con vidrio utilizando los perfiles de

transición de placa a vidrio y de perfil columna (L, T o cruz) a vidrio; incluso rematando el tabique separador en vidrio usando el perfil terminación vidrio.

Ya que las placas son insertadas a presión dentro de los perfiles, sólo se requieren herramientas básicas como sierra de corte, eventualmente perforadora y destornillador para fijar si se requiere además fijar las placas con tornillos; también llave Allen para regular la altura de los tacos reguladores de zócalo.

Ventajas de uso en relación a cualquier mueble de oficina: es en extremo sencillo de armar además de ser muy versátil por la gran cantidad de perfiles compatibles entre sí, lo que permite ilimitadas posibilidades de modulación y expansión.

Se puede utilizar para generar espacios distintos a los de oficina de trabajo, como mostradores (ya que hay accesorios plásticos para generar muebles con tapa), etc.

- Sistema SICCO: Es un sistema para armar puertas corredizas de colgar.

Características: Se trata de un sistema basado en elementos y principio de funcionamiento común con dos o más configuraciones

posibles. Un perfil superior que actúa de guía o corredera para ruedas que se vinculan a la placa de melamina, la cual se desliza delimitada en una guía inferior que sólo consiste en una pequeña pieza plástica. Sus dos configuraciones consisten en una guía superior doble o simple y cuenta con accesorios para elevar su valor estético y funcional.

El modelo simple tiene una guía superior en forma de "J", por la que corren los carros con dos ruedas en fila. El modelo doble tiene una guía superior con forma de omega, por el que corren los carros con 4 ruedas, dispuestos en 2 filas de 3 ruedas.

Modo de armado: Esta guía superior puede ser fijada directo al techo, perforando al mismo la guía y colocando tarugos tipo Fischer, o bien puede ser fijada a pared, colocando los soportes para la misma, deslizándose por la parte superior de la guía, que funciona como corredera. Este accesorio es compatible con el sistema simple y doble. Además, también compatible con ambos sistemas, existe un tercer perfil que funciona como

cenefa, clipándose en el frente de cualquiera de los dos perfiles (simple o doble), dándole aún más valor estético al conjunto. Para acentuar aún más esta posibilidad, existen dos tipos de terminales plásticas para las puntas de los perfiles, compatibles también entre doble y simple, con la única diferencia de ser un tipo de tapa para el caso de no usar la cenefa adicional, y otro tipo de tapa para cuando si la utiliza. Luego cada sistema cuenta con su propio carro de ruedas (dos ruedas el simple, cuatro ruedas el doble), que son fijados al canto superior de la puerta con tornillos autoperforantes.

Por último, para el piso ambos sistemas comparten dos tipos de guías plásticas: una para el caso en que se desee ranurar el canto inferior, de modo que la guía queda interna con la puerta corriendo sobre ésta, u otra para el caso en que no se desee ranurar el canto inferior, que consiste en dos partes que abrazan la placa, que corre entre ellas. En cualquiera de los casos, se fija al piso mediante tarugos tipo Fischer.

Elementos necesarios: se debe contar con perforadora, regla, cinta métrica y destornillador.

Ventajas de su uso en relación a las tradicionales puertas corredizas: es un sistema liviano, muy rápido de instalar, de montaje simple y sin necesidad de modificar el vano. Además es flexible en sus configuraciones y terminaciones para adecuarse a cada ambiente y costo proyectado.

Grupo Euro S.A desarrolla ideas, productos y buenos negocios.

Exhibición de diseño

Se realizó la XVII edición de Cafira Innova en el predio porteño de Costa Salguero

Cafira Innova abrió nuevamente sus puertas del 11 al 14 de marzo de 2015, en Costa Salguero. Durante la exposición se observó una gran afluencia de público, lográndose un nuevo récord de visitantes. Además, durante esta edición otoño hubo más diseño, más sorpresas y novedades. Comunicado enviado por los organizadores. La próxima edición se desarrollará del 19 al 22 de agosto en Costa Salguero.

La próxima edición se desarrollará del 19 al 22 de agosto en Costa Salguero.

Al abrirse las puertas de Cafira Innova, una nueva experiencia se forjaba en cada persona que ingresaba a la exposición. La edición XVII, dejó mucho más que un trato comercial, dejó amistades, afectos, y aficiones a una causa común, construir entre todos un espacio donde el diseño se brinda a la sociedad en su máximo potencial.

Esta nueva edición captó la visita de unas 12.000 personas, que recorrieron los stands de expositores de muebles, objetos de diseño y del rubro regalería

La ambientación, la iluminación y la buena música, permitió que el agasajo de sus anfitriones, fuera de manera cálida, natural y espontánea. La puesta en escena de los nuevos espacios de Cafira, permitió al visitante no solo cumplir con su objetivo de trabajar, sino también el disfrutarlo mismo tiempo.

Cafira se consolida cada vez más, y es por eso que ya se presenta la próxima edición, la Sede del diseño, la próxima cita para agendar será para el miércoles 19 al Sábado 22 de Agosto de 2015, con los siguientes horarios: miércoles, jueves y viernes de 10 a 20 y el sábado de 10 a 18. Un encuentro donde sin duda hay que asistir para estar al tanto de las tendencias, donde no faltarán más sorpresas y lo último del mundo de la decoración.

Para mayor información puede visitar: www.cafira.com

Fotos: Gentileza Cafira Innova.

Cafira Innova reúne a proveedores de artículos de decoración, regalería y de muebles.

Proveedores

Breves

FAIMA y la Universidad de General Sarmiento inscriben al Posgrado de Gestión de PyMEs Industriales de la Madera y el Mueble

Con modalidad de cursada semipresencial, el curso está dirigido a profesionales que busquen conocimientos específicos en gerenciamiento de PyMEs del sector maderero. La Federación Argentina de Industria Maderera y Afines convoca a personas interesadas en especializarse profesionalmente en la dirección de empresas de la industria PyME de Maderas y Muebles a inscribirse al Curso de Posgrado semipresencial en Dirección Estratégica de PyMEs Industriales con orientación en Madera y Muebles. La inscripción está abierta hasta mediados de abril y las clases comienzan a principios de mayo. El curso es organizado en forma conjunta por FAIMA y la Universidad Nacional de General Sarmiento (UNGS). La iniciativa busca contribuir a la mejora de la competitividad de las PyMEs en Argentina, promoviendo un mayor profesionalismo en la dirección empresarial específica para la industria maderera y de mueble, adecuándola a las distintas necesidades que demandan los mercados nacionales e internacionales. La currícula promueve la formación de profesionales en áreas como dirección estratégica, análisis financiero, recursos humanos, procesos productivos y administración de la calidad, entre otros. El curso cuenta con una modalidad de cursada semipresencial, es decir, que están contempladas cuatro clases virtuales y una presencial por cada seminario. La cursada se completa con doce seminarios en total. Esta modalidad tiene el objetivo de facilitar el acceso a los profesionales que residan a lo largo de todo el país, donde el sector está representado por las 27 cámaras que agrupa FAIMA. El curso va dirigido a aquellos profesionales que estén interesados en especializarse en la dirección de empresas de la industria PyME; profesionales vinculados con los diversos eslabones de la cadena industrial; personal directivo, propietarios y gerentes de empresas; profesionales con título terciario afines al sector maderero; funcionarios públicos; especialistas de organismos y ONG`s. La capacitación tendrá una duración total de 232 horas, y será dictado por especialistas en gestión empresarial y especialistas del sector de la madera y el mueble. El ciclo está dividido por seminarios, con temáticas vinculadas a dirección estratégica, análisis financiero, recursos humanos, procesos productivos, administración de la calidad, diseño, comercialización y logística, entre otros, específicos para PyMEs industriales. Más información e inscripciones: gestionpyme@ungs.edu.ar o info@faima.org.ar o por teléfono al (011) 4343-4303.

Producción de PyMEs de la cadena madera y muebles cayó 6,3% en marzo, informó CAME

La producción de las Pequeñas y Medianas Industrias cayó 4,7% en marzo frente a igual mes de 2014. Con ese resultado, la industria PYME cumple 20 meses de bajas consecutivas, y acumula una caída promedio de 4,5% en el primer trimestre del año frente a igual periodo del año pasado. En la comparación mensual (febrero vs enero), se registró un retroceso de 0,5% en la medición con estacionalidad. Así surge de la Encuesta Cualitativa Industrial mensual realizada por Confederación Argentina de la Mediana Empresa (CAME) entre 250 industrias PyMEs del país. El panorama general para la industria PyME sigue siendo recesivo, afectado por la menor demanda, costos en alza, deterioro en la rentabilidad, dificultades para conseguir algunos insumos, y un estiramiento en la cadena de pagos que complica la situación financiera. En marzo, 3 de cada 10 industrias declaró que se deterioró su cadena de pagos, con atrasos preocupantes. A su vez, la falta de insumos en algunos sectores están demorando las entregas de los proveedores y complicando la venta justo cuando más liquidez necesita el industrial. Marzo fue un mes 'regular' para el 60,8% de las industrias consultadas y entre 'malo' y 'muy malo' para el 12,2%. Pero a pesar del contexto, hubo dos datos positivos: por un lado, se redujo la cantidad de industrias con caídas anuales en sus niveles de producción, aunque todavía son una minoría las que crecen. Por otro, mejoraron levemente las expectativas y más empresarios esperan que en los próximos seis meses la producción pueda repuntar. En cambio, la rentabilidad sigue comprometida, y en marzo el aumento de costos promedio industrial fue 2,7%, pero la mayoría no trasladó inmediatamente a precios finales esas subas, sino que lo irán haciendo siguiendo el pulso de la demanda. A su vez, las inversiones siguen frenadas, y cayó a sólo 11% el porcentaje de industrias con desembolsos previstos para este año. La mayoría de esas inversiones son para ampliar la oferta y no la capacidad tecnológica. Por sectores, las bajas interanuales más acentuadas de marzo se registraron en: 'Productos de metal, maquinaria y equipo' (-7,8%), 'Madera y muebles' (-6,3%), 'Papel, Cartón, edición e impresión' (-6,2%), 'Productos de caucho y plástico' (-5,9%), y 'Calzado y marroquinería' (-5,1%). Los principales resultados de la encuesta de marzo 2015 fueron:

- La cantidad de PyMEs del panel con caídas anuales en sus niveles de producción se redujo a 54,8%, alcanzando el menor nivel en cinco meses, lo que dentro de la coyuntura bajista actual, es un dato relativamente positivo. De las 250 pequeñas y medianas empresas industriales relevadas en marzo, 137 declararon variaciones anuales negativas en su producción (14 menos que en febrero);
- Sin embargo, la cantidad de empresas en alza se mantuvo en los mismos niveles del mes pasado (17,6%), abarcando a un conjunto de industrias minoritario. La contrapartida de la menor cantidad de industrias PyMEs en baja en marzo, fue un aumento de empresas con variaciones nulas en sus niveles de pro-

D&F Muebles

Una clara propuesta editorial

Director - Editor
Eduardo Rodrigo
Propietario

Dep. Administrativo
Claudia Lucero
Area de Redacción
Noticias y Entrevistas de Actualidad
Lic.Fernando Maya
Dto.Ventas
Jorge Manteiga
A.del Valle 1066 (1852) Burzaco - Bs.As. Argentina
Tel.:(11)4238-9818
E-mail: dfediciones@maderamen.com.ar
Tirada: 4000 ejemp. Bimestrales
Distribución: Todo el país y Paises limítrofes (MERCOSUR)
La dirección no se responsabilizapor los conceptos vertidos en los trabajos firmados

La Asociación Latinoamericana de Diseño (ALADI) le otorgó a D&F Muebles un diploma de reconocimiento "en mérito a su valioso aporte para el desarrollo del Diseño en Latinoamérica"

22 Años de Vida Editorial

D & F Muebles

SUSCRIBASE

Apellido.....
Nombre.....
Empresa..... Cargo.....
Direccion.....
Ciudad.....Provincia.....C.Postal.....
Pais.....Tel.:.....
Fax.:.....E-mail .....
Actividad de la Empresa.....
Valor de la suscripcion:
Por 6 (seis) Numeros despacho simple.....$ 35 (IVA Incluido)- mensuales
Por 6 (seis) Numeros al exterior.....u$s 60-
Enviar cheque o giro postal a la orden de Eduardo Horacio Rodrigo
A.del Valle 1066 (1852) Burzaco Bs.As -Argentina Tel 011-4238-9818- E-mail: dfediciones@sion.com

ducción: el 27,6% de las industrias declararon en marzo haber producido las mismas cantidades que en marzo del año pasado (en febrero 22% habían finalizado sin variaciones anuales en sus volúmenes físicos de producción);

- En marzo se observó nuevamente una mejora en las expectativas de producción para los próximos seis meses: el 27,2% de las industrias relevadas cree que la producción de su empresa mejorará, cuando en febrero ese porcentaje era de solo 19,2% y en enero de 13,7%. De todos modos, sigue siendo alta la proporción de PyMIs que creen que la producción se mantendrá en los niveles actuales (68%), que de por sí son niveles bajos. Sólo 4% de las industrias PyMEs cree que la actividad podría seguir deteriorándose;

- A pesar de que hubo menos empresas con bajas en la producción anual en marzo, eso no se trasladó a una mejora en la rentabilidad. La proporción de empresas con rentabilidad positiva se mantuvo estable, en 41,2%. Lo mismo sucedió con la proporción de empresas con rentabilidad nula y negativa, que se ubicaron en 49,6% y 9,2% respectivamente, niveles muy similares a febrero;

- Muchas industrias vienen realizando todo tipo de movimientos en la empresa para sostener su rentabilidad en zona positiva o como mínimo, nula. Esas acciones han permitido la supervivencia del empresario en los últimos dos años. De todos modos, el incremento constante en los costos de producción y la demanda en baja, dificultan cada vez más esa tarea, por lo que se vuelve 'urgente' el inicio de un nuevo ciclo de recuperación y crecimiento;

- En marzo, el 48% de las industrias consultadas declaró que su rentabilidad empeoró frente a febrero y otro 45,6% que se mantuvo igual. Sólo el 6,4% de las empresas manifestó alguna mejoría en esa variable;

- En marzo, los costos de producción del principal producto de la empresa para el promedio de las industrias del panel aumentaron 2,7%, 0,4 puntos porcentuales más de lo que subieron en febrero (2,4%) pero por debajo de la suba de enero (4% mensual). A su vez, el promedio de aumento de los precios de venta al público fue de 1,6%, aunque el 46% de las industrias que tuvo aumentos de costos en marzo mantuvo sus precios de venta sin cambio, es decir, no trasladó esas subas a los precios finales;

- Sobre el comportamiento de cada industria frente a modificaciones de costos y precios, en marzo 47,9% de las industrias consultadas declaró incrementos en sus costos de producción y otro 38,4% 'costos estables'. En cuanto a los precios de ventas, sólo el 27,4% de las industrias consultadas aplicó aumentos, mientras que el 60,3% los mantuvo sin cambios;

- Sobre el empleo, el comportamiento general de los industriales continúa siendo el de sostener sus planteles. En general, las industrias, sobre todo PYMES, tratan de mantener el empleo, principalmente el empleo calificado, no solo por el alto costo de los despidos, sino por el costo que luego tiene la recontratación y capacitación de personal cuando el ciclo se revierte. En marzo, el 72,8% de las industrias relevadas declaró que mantuvo su personal, un 5,6% que hizo algunos ajustes, y un 1,6% que incorporó;

- Sobre la evolución del empleo para los próximos tres meses, prevalece cierta incertidumbre: el 30,1% no contesta a la pregunta principalmente porque las decisiones sobre esa variable dependerán de cómo continúe la economía. Aún así, el 64,4% asegura que tiene previsto sostener sus planteles.

Las ferias IMM Colonia y LivingKitchen tuvieron 146.000 visitantes en Alemania

Las ferias IMM Colonia y LivingKitchen se desarrollaron en paralelo del 19 al 25 enero y tuvieron 146.000 visitantes de 138 países, informó Notifix. Hubo en el predio ferial de Colonia 102.000 visitantes profesionales (3.000 más que en 2013), miembros de la industria nacional e internacional, lo que significa que el dúo feria superó el extraordinario desempeño registrado en la versión de 2013. "Estas cifras demuestran que el atractivo internacional de los dos eventos en Colonia ha crecido aún más y que el dúo feria es, sin duda, la plataforma más importante para el mercado interno, así como para el mercado internacional", concluye Gerald Böse, presidente y Director General de Koelnmesse GmbH. "Esta es una gran validación de Colonia como destino ferial y confirma la eficacia de la IMM Colonia y de LivingKitchen como herramientas de marketing", agregó. Este año, IMM Colonia y LivingKitchen se presentaron como eventos muy internacionales. De los 102.000 visitantes de la industria, alrededor de 56.000 procedían de Alemania y aproximadamente 46.000 del extranjero (un aumento del 13 por ciento). En total, el porcentaje de visitantes del extranjero fue de 45 (basado en las cifras de los días de visitantes industriales). Dentro de Europa, el aumento de las cifras de visitantes internacionales se registró en particular de España (aumento de 27 por ciento), el Reino Unido (crecimiento de 20 por ciento), Italia (11 por ciento de aumento) y los Países Bajos (crecimiento de 13 por ciento). Las cifras de visitantes procedentes de Francia, Escandinavia y Polonia también mostraron un buen crecimiento y aplacaron la caída en los visitantes de Rusia. También se apreció un aumento significativo en las cifras de visitantes de la industria procedentes de China (+32 por ciento) y de los EE.UU. (+47 por ciento).

Industria y Planificación destinan $60 millones para optimizar el uso de energía de PyMEs

A través del programa Fonapyme "Eficiencia Energética", el Ministerio de Industria junto con la cartera de Planificación Federal ponen a disposición de las PyMEs $60 millones para financiar proyectos de inversión destinados a optimizar el uso de energía, informó FAIMA. La primera convocatoria del año para la presentación de proyectos venció el 31 de marzo, pero estaba previsto que el plazo se ampliara si no se hubieran agotado los fondos disponibles para la actual convocatoria. Las empresas interesadas pueden acceder a créditos de entre $100 mil y $1,5 millones (con un máximo del 70% del proyecto), con un plazo máximo de 7 años para su cancelación y a una tasa de interés anual del 9%, fija y en pesos. Hay un plazo de gracia de 12 meses. Serán considerados de carácter prioritario aquellos proyectos cuyo desarrollo determine una mejora objetiva de eficiencia energética, entendiéndose por tal: 1. Eficiencia en sistemas térmicos (vapor, agua caliente, hornos y/o secadores); 2. Eficiencia en sistemas de refrigeración; 3. Eficiencia en sistemas motrices; 4. Eficiencia en iluminación; 5. Eficiencia en procesos productivos. Pueden participar PyMEs que tengan como mínimo dos años de antigüedad y que se encuadren dentro de los siguientes sectores y rangos de facturación: Sectores y ventas totales anuales (sin IVA) contemplados en la convocatoria: Industria, Agroindustria y Minería: hasta $ 183.000.000; Servicios Industriales: hasta $ 63.000.000; Construcción: hasta $ 84.000.000

ALADI presentó el documento "Diseño e igualdad de oportunidades en América latina 2014"

La realidad de un sistema de competencia abierto, planteado para el desarrollo de los escenarios de trabajo actuales y aquellos próximos a generarse, aún en su potencial conflictiva, instala en forma concreta la necesidad de la igualdad de oportunidades para el universo de participantes, sostiene el documento de la Asociación Latinoamericana de Diseño. Ámbitos existentes y otros en formación, caso Mercosur, Pacto Andino, Acuerdos Bilaterales, obligan a este análisis. En este contexto el planteo de género en el desarrollo profesional ocupa un valor de especial relevancia. Destacamos que los parámetros indicados mantienen una fluctuación relativa respecto del estudio inicial de 2003 y a través de los años intermedios al presente. Conforme a los estudios actualizados periódicamente por la Asociación Latinoamericana de Diseño ALADI, se concluye que el 72% de los estudiantes latinoamericanos de diseño, en todas sus especialidades, son mujeres. Un 65% cursando en instituciones públicas y un 78% en instituciones privadas. Este porcentaje no encuentra, al profesionalizarse, una correspondencia de mercado equilibrada y disponible a aceptarlas en su concepto global. Persisten los desequilibrios en las oportunidades de trabajo, honorarios y condiciones, así como debido a características culturales inherentes a países o regiones. Un porcentaje importante de ese 72% no encuentra en el mercado el espacio profesional correspondiente a su formación. Es así que el 29% no se desempeña en la especialidad y de ese grupo, el 14% posiblemente nunca lo hará. Para desempeños equivalentes, una profesional de diseño percibe en promedio un 20% menos de honorarios. El 24% de los casos de egresados la profesional organiza, pone en marcha y mantiene su propio estudio. Sólo el 8% llegará a puestos de decisión y peso gerencial en ámbitos específicos en la gestión privada. Los casos informados en la administración pública continúan no incidiendo porcentualmente. El 44% de las docentes de diseño en universidades públicas y privadas son mujeres. El 10% de las instituciones y carreras dedicadas a la enseñanza del diseño en Latinoamérica cuenta con la conducción de mujeres. Entre los dieciséis países miembros de ALADI hay actualmente tres comités nacionales a cargo de diseñadoras profesionales. Recordamos que en el programa de Becas ALADI ITALIA 2003 participaron seis becarias de sendos países sobre un total de quince becas otorgadas. La Secretaría de Relaciones Internacionales de la ALADI y su Comité de Representantes continúa integrada por cuatro mujeres. A partir de las experiencias del primer informe 2003 presentado por la Secretaria de Relaciones Internacionales de la ALADI ante la Presidencia de la Cumbre de Mujeres en Marruecos, posteriormente en Corea y en sendos Congresos ALADI, nuestra organización, profundiza esta política de gestión a efectos de obtener y asegurar la inserción de las profesionales de diseño a paridad de condiciones en el contexto profesional del continente. Firman el documento Beatriz C. Segni -secretaria de Relaciones Internacionales de ALADI- y Prof. Paolo I. G. Bergomi -presidente de ALADI-.

maria jose veron
[arquitecta]
investigación, docencia y producción en torno al diseño
mjoveron@hotmail.com : : www.facebook.com/mjoveron : : t. @mjoveron : : + 54 351 156574075
proyectos de arquitectura, interiorismo, imagen corporativa

Maderamen.com.ar
Empresas en línea...!
Encuentre mayor información sobre estas empresas en:
http://www.maderamen.com.ar/muebles/
Un portal de noticias con el respaldo de más de 22 años con el sector

Informe de CAME

Ventas minoristas de muebles para el hogar aumentaron un 5,7 por ciento en febrero en cantidades vendidas

De pag.: 3

otras que se hicieron anticipadas aprovechando las oportunidades del mercado.

Fue el tercer mes consecutivo que subieron las ventas minoristas en la comparación interanual, "aunque todavía la demanda se mueve dubitativa, y con muchas disparidades entre comercios del mismo rubro.

El consumidor busca precios, compara, y cuida sus gastos antes de decidir sus compras", resaltaron desde CAME.

Los rubros más dinámicos fueron 'Electrodomésticos', 'Indumentaria', 'Alimentos y bebidas' y 'Muebles para el hogar'. Aunque la mayoría de los productos que integran la canasta de consumo minorista finalizaron con un comportamiento positivo en febrero.

El consumo se volcó principalmente hacia los locales que ofrecieron financiamiento y aquellos comercios que pusieron descuentos generosos para activar la venta. En el resto, el tránsito de gente fue más escaso.

Con el resultado de febrero, las ventas minoristas medidas en cantidades iniciaron el primer bimestre del año con un aumento de 2,2% frente al mismo periodo del año pasado.

Principales variaciones

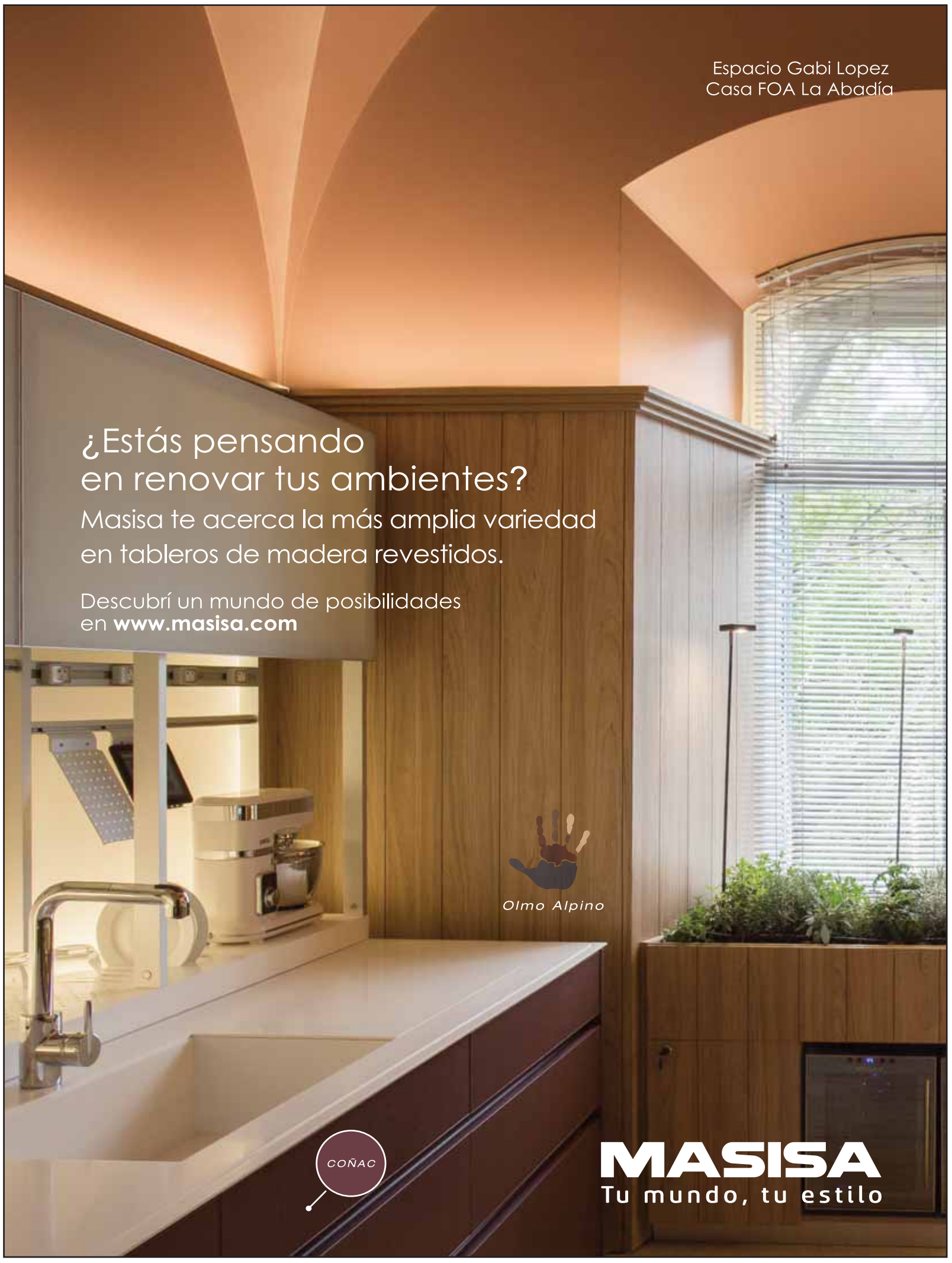
Las siguientes fueron las principales variaciones en los volúmenes físicos de ventas en febrero 2015 frente a igual mes de 2014, relevadas en 1.350 comercios minoristas del país:

- Las cantidades vendidas por los comercios minoristas subieron por tercer mes consecutivo, al registrar un aumento anual de 2,8% en febrero. El 2015 se inicia así con el consumo en alza y marca un panorama alentador para los primeros meses del año;

- De los 20 rubros relevados, 15 finalizaron en alza y 5 en baja. Los principales aumentos anuales ocurrieron en 'Electrodomésticos' (+7,9%), 'Muebles para el hogar' (+5,7%), 'Indumentaria' (6,6%), y 'Bijouterie' (+4,3%). Los principales rubros en baja, en cambio, fueron: 'Perfumería' (-2,7%), 'Neumáticos' (-2,3%), 'Farmacias' (-1,7%) y 'Joyerías y relojerías' (-2,4%);

- En 'Electrodomésticos y artículos electrónicos' las ventas cobraron impulso en el inicio de año, y las cantidades subieron 7,9% anual. Fue muy buena la venta de aires acondicionados, ventiladores de techo, heladeras, lavarropas, smartphones, tablets, televisores smart, entre otros. Sin dudas que la posibilidad de comprar en cuotas sin interés fue un gran estímulo para esos productos. El programa Ahora 12 funcionó muy bien en este rubro, y algunos comercios ofrecieron hasta 18 cuotas sin interés con determinadas tarjetas y en determinados días del mes;

- En 'Indumentaria', un rubro que siempre es un termómetro para conocer el ánimo del consumidor, las cantidades vendidas subieron 6,6% anual. Las ventas se concentraron en los comercios que ofrecieron liquidaciones y cuotas sin interés.

- Un rubro que se movió por debajo de las expectativas en febrero fue 'Jugueterías y artículos de librería', donde las ventas en cantidades subieron 1,6% frente al mismo mes del año pasado, pero comparadas contra un febrero muy malo como fue el año pasado, cuando las ventas cayeron más de 7% anual. El dinamismo más débil en este rubro se debió en parte a que hubo desplazamiento de ventas hacia los hipermercados y a la competencia que ofreció la venta ilegal en la vía pública de esos productos.

Imágenes: Gentileza CAME.