

En línea....!

maderamen.com.ar

La Industria Maderera en Línea

Información actualizada día a día

Año XXI N° 151- Octubre 2016

“Qué busca un comprador extranjero en el mueble argentino.

“Estoy buscando ciertos productos aquí en Argentina. Sé que el cuero argentino es muy bueno y que en Argentina hay muchas fábricas de muebles de ese tipo”, dijo Boham. Ver Pag. 10



“Los principales distritos del país en principio habrían prestado su acuerdo para transformar ingresos brutos provinciales en un IVA provincial o en un impuesto a última vez, llámelo como quiera”, afirmó Avalor. Ver Pag.: 11



D&F Muebles

Diseño y Fabricación de Muebles

Entrevista exclusiva

Genoud Foresto Industrial S.A. y un presente volcado al mercado interno

D&F Muebles se entrevistó con Héctor Genoud, presidente de Genoud Foresto Industrial S.A.

“Se está entregando hoy a 15 o 20 días; estuvimos cerca de 90 días a 120 días de entrega en algún momento. Era un lío importante para el cliente que no tenía stock. Hoy estamos trabajando mucho más cómodos, seguimos fabricando y luego se vende”, dijo el entrevistado en su stand de FIMAR Buenos Aires.

“Este año no estuvimos en FIMAR Córdoba. Decidimos estar en FIMAR Buenos Aires porque nos



Stand de la empresa en FIMAR Buenos Aires. “A muchos les resulta más fácil venir a Buenos Aires porque los vuelos son directos, por ejemplo desde el sur. Muchos nos dijeron que la forma de llegar es más cómoda”, dijo el entrevistado.

parece un poco mejor la puesta. Estamos más cerca (NdR: Genoud tiene sus instalaciones en Pergamino, provincia de Buenos Aires). No

Continúa en Pag.:2-3

D&F Muebles en Barcelona

Perdidos en IKEA, una experiencia de compra descomunal

D&F Muebles envió en exclusiva a una corresponsal a uno de los locales comerciales de IKEA

Barcelona para experimentar la una compra desde el lado del consumidor en el gigante de la venta de muebles. La visita resultó completamente diferente a hacerlo en cualquier local de Argentina e incluyó largos recorridos por pasillos laberínticos, fotos y algunas compras. IKEA es una empresa sueca fundada por Ingvar Kamprad cuando tenía 17 años, en 1943. Es líder en la venta de muebles económicos para el hogar y pionera mundial en la venta de muebles listos para armar.



El recinto expositivo de IKEA resulta avasallante. Se pueden ver decenas de cocinas y habitaciones armadas como si fuera un set de filmación.

Ir a comprar muebles y objetos de decoración para el hogar en IKEA es una experiencia completamente diferente a hacerlo en cualquier local de Argentina. Lo primero que viene al pensamiento es una comparación con los grandes locales como Easy, pero es un cotejo humilde ya que solo haría referencia al tamaño de las instalaciones y a una vaga idea de lo que en realidad se experimenta al visitar este establecimiento de tamaño monstruoso.

Antes de ir a una de las tiendas comerciales de la firma nórdica, es necesario

Continúa en Pag: 6-7

Exclusivo

Balance de FIMAR Buenos Aires 2016 en la voz de seis fabricantes expositores

Ver en Pag.: 4

Entrevista exclusiva

Actualidad de Richezze, con menos ventas y la instalación de una línea comprada en 2015

*POR ELISABET ARN

Ver en Pag.: 5

Con el respaldo de **PlacaSur**

EUROHARD

LÍNEA COMPLETA DE HERRAJES PARA MUEBLES

www.euro-hard.com.ar • Tel.: (5411) 4002-4400 • 4238-4000

Entrevista exclusiva

Genoud Foresto Industrial S.A. y un presente volcado al mercado interno

De Pag.:1

quisimos estar en las dos ferias porque con una vez por año nos parece suficiente y acostumbramos a presentar productos nuevos en los eventos. Entonces, hasta que el producto se conoce, se ve su reposición y si funciona a no, hay que esperar. Queremos que nuestros clientes vengan a ver lo nuevo que hacemos. A muchos les resulta más fácil venir a Buenos Aires porque los vuelos son

directos, por ejemplo desde el sur. Muchos nos dijeron que la forma de llegar es más cómoda”, dijo el entrevistado al comienzo de la conversación.

- Justamente le iba a preguntar por su opinión sobre FIMAR Buenos Aires.

- Mucha gente nos dijo que es mucho más cómodo, que vienen por otras cosas, como visitas a familiares. También aprovechan y visitan la feria CAFIRA. Por otro lado,



Héctor Genoud, presidente de Genoud Foresto Industrial S.A.

Hemos hecho cinco o seis cambios en nuestros muebles.

- ¿Cómo está la actualidad de la fábrica, sea productiva o de otra índole, y cómo está para ustedes la coyuntura económica?

estuve hablando con al gente de Presentes y los expositores me decían: “Ustedes vinieron y tienen stands más lindos que nosotros”. A todos les gustaba la idea de organizarse conjuntamente con FIMAR, que de alguna manera está completando a Presentes: regalería, más decoración y muebles. Que son muebles de fabricantes.

- ¿Qué está presentando Genoud Foresto Industrial S.A. en esta edición?

- Hicimos varias reformas de muebles, sillas nuevas, aparatos para televisor, mesas, escritorios.

- Se está vendiendo. Nosotros no dejamos de fabricar. Se está entregando hoy a 15 o 20 días; estuvimos cerca de 90 días a 120 días de entrega en algún momento. Era un lío importante para el cliente que no tenía stock. Hoy estamos trabajando mucho

bueno, tenemos muchos clientes y siempre funciona esta forma.

- De alguna forma, usted me está diciendo que bajaron los pedidos pero eso no los complica. Incluso al revés, ¿hasta los beneficia un poco?

- Claro. Un poco los beneficia a los clientes. Para la empresa si tiene muchos pedidos, es mejor. Pero al cliente lo perjudica porque no es fácil vender poniendo como fecha de entrega 90 días. Hoy es mucho más fácil, más cómodo, nadie se pierde ventas. Las cosas no están del todo bien. Algunas zonas están mejor, otras peor y lo van cambiando. Acá se ve mucho entusiasmo, la gente está comprando. Están convencidos y todo apunta a que esto va a seguir, diríamos, en una meseta más baja de la que había antes, pero yo creo



La empresa desarrolló una aplicación para dispositivos conectados a Internet (“App”) que permite visualizar, en tiempo real, cualquiera de sus muebles funcionando en un ambiente.

mejor y otras peor. ¿Cuáles son los nichos que tienen mejor rendimiento?

- No sé, pero por ahí hay cambios de acuerdo al mes. No puedo decir qué nicho funciona y cuál no. A veces sale un viajante y todo va mal, y viene otro y dice que vendieron bien. Y después se da al revés. Hay lugares, como el sur, en los que la gente se queja. Pero siguen comprando. En Chubut y en Santa Cruz hay lío porque les falta plata, hay muchos empleados públicos.

- ¿Cómo está la actualidad de la fábrica? ¿Qué cantidad de personas está trabajando y cuántas líneas de fabricación tienen en estos momentos?

¿Estratégicamente piensan mantener esta situación o piensan hacer algún cambio a futuro?

- Hay 120 personas en la empresa. Últimamente se trabaja de manera normal, como antes. Hasta el año pasado por ahí se trabajaba alguna horita más para agilizar fechas de entrega. Por ahí se trabajaba algún sábado. Se hacían esfuerzos para que haya la mayor cantidad de gente posible trabajando. Ahora no hay problemas; todos trabajan. Las partidas se siguen haciendo igual que antes.

Una app incluye a Genoud en el mundo en el que todo pasa por el teléfono móvil

AppGenoud es promovida por la empresa como “una herramienta para descubrir el potencial de cada ambiente”. Para que el cliente esté seguro a la hora de realizar su compra, la empresa desarrolló una App que permite visualizar, en tiempo real, cualquiera de sus muebles funcionando en un ambiente. Se pueden intercambiar los colores de las maderas y los tapizados para que se adapten a diferentes gustos, obteniendo más opciones que en nuestro catálogo. Desde el teléfono celular o desde la tablet el cliente puede descargar la aplicación desde GooglePlay o App Store



Genoud trabaja una línea Contemporánea, integrada por muebles más rectos muy tradicionales, y también incorporó “una línea tipo vintage” desde el año pasado que “ha gustado muchísimo”.

más cómodos, seguimos fabricando y luego se vende. Nos ocupamos de la venta. Cuando hay que apurarla, la apuramos. Y

que hay que acostumbrarse a un poco menos de lo que teníamos antes.

- Usted me decía que algunas zonas andan

AL SERVICIO DE LA INDUSTRIA DEL MUEBLE Y EL CARPINTERO

GRIZZLY
El Guardián de la Madera

Lacas y barnices
Productos de lustre
Diluyentes
Tintas al solvente y al agua
Ureicos
Poliuretanos

Felipe Pastre 2086 (1686), Hurlingham, Buenos Aires, Argentina.
info@Grizzlypinturas.com.ar / ventas@Grizzlypinturas.com.ar
Tel: (54-11) 5435-0610 / Cel: 15-3467-3486 / 15-3813-4320
www.grizzlypinturas.com.ar

F.C.M.
www.fdm-srl.com.ar
Desarrollos que satisfacen su necesidad

Diseño de perfiles de aluminio para cocinas y vestidores, tiradores, manijas y accesorios. Perfiles porta Led's. Inyección y matricería.

Visite www.fdm-srl.com.ar para conocer nuestras novedades

Perfiles porta Led's

Actuador Lineal

Manijas

Chubut 4443/49 - Ciudadela C.P.1702 - Buenos Aires, Argentina.
Tel: (5411) 4653-3159 / 4488-3718 - Fax: 4647-3090 - ventas@fdm-srl.com.ar

VERAM
MÁQUINAS PARA LA INDUSTRIA MADERERA

ESCUADRADORA EV - 260 i

**TUPI - ESCUADRADORAS
LIJADORAS - ASPIRADORES
CARRO ESPIGADOR - GARLOPAS**

AMPLIA FINANCIACIÓN Y DESCUENTOS EN EFECTIVO

Praga 3249 - Bº Estación Flores.
Tel/Fax: (0351) - 4660032. Córdoba - Argentina
www.verametalurgica.com.ar

Distribuye:
Vera H. Av. Sabattini 2856 - Córdoba / Tel: (0351) - 4582962.
Vera Rio IV. Urquiza 25 - Rio IV - CBA Tel: (0358) - 4643715

Cuando no se vende tene-
mos espalda como para
hacer stock. Pero nosotros
no podemos fabricar de a
partidas chicas porque
tenemos maquinaria para
hacer partidas grandes,
siempre.

- ¿La maquinaria que
antigüedad tiene y cuáles
son los tipos de madera
que trabajan?

- Usamos madera de
paraíso y algo de MDF
enchapado. Tenemos seca-
dero propio para secar la
madera. Y en cuanto a
equipamiento últimamente
se han comprado maquina-

impacta eso en la empresa?

- La madera no aumentó.
El MDF, tampoco. Si han
aumentado, lo han hecho
muy poquito y no se notó.
Hay cosas que han bajado,
porque teníamos un dólar
de \$16 y ahora tenemos un
dólar de \$15. Nosotros no
hemos subido los precios
de diciembre hasta ahora.
Al contrario, algunas cosas
bajaron. O sea, para noso-
tros hay una estabilidad.
No lo vemos como la infla-
ción que realmente está
pasando, que es la inflación
del consumo, la de los
impuestos. A la empresa no

hasta agosto. Para nosotros
tener ocho o nueve meses
de estabilidad es impresio-
nante, muy bueno.

- Esto que usted me dice
no sé si lo compartirán sus
colegas. Es la primera per-
sona que plantea que no
tuvieron grandes aumentos
en la materia prima y que
esa estabilidad lo ha bene-
ficiado. ¿Usted percibe lo
mismo o hay otros colegas
que están en la misma
situación en la que está
usted?

- No conozco, pero la
madera no aumentó para
nosotros. Nuestros provee-
dores no aumentaron,
entonces yo no aumenté.
De MDF son empresas
grandes, y si aumentaron,
aumentaron 2 por ciento, 3
por ciento. Han bajados los
precios de algunos herrajes.
Y no es tan importante la
suba de otros productitos.
La mano de obra sí es
importante para nosotros,
pero como sabemos que
necesitamos vender pode-
mos soportar no aumentar
ese pequeño porcentaje.
Esperemos a ver qué pasa
después de agosto y segura-
mente en septiembre ten-
dremos algún toquecito,
pero muy chico.

- Recuérdeme las líneas
que produce Genoud
Foresto Industrial.

- Es una línea llamada
Contemporánea, integrada
por muebles más rectos
muy tradicionales, con
mesas, sillas, aparadores.
También ahora hicimos una
línea tipo vintage, que
sacamos el año pasado y
ahora le hicimos algunas
reformas. Incluye mesas,
sillas, estantería, aparado-
res, escritorios. Ha gustado
muchísimo, tiene colorido.
La gente la lleva y se
vende. Tiene buena reposi-
ción.

- En algún momento la
empresa exportaba. ¿La
empresa exporta en la
actualidad?

- Se exportó durante
mucho tiempo en su
momento, a Nueva York
por ejemplo. Después bus-

camos otros mercados de
América del Sur y llega-
mos a muchos países de
América del Sur, también
de América Central:
República Dominicana,
Panamá. En vez de ir a
hacer empresas, fuimos a
vender muebles y vendi-
mos. Y vendimos. Pero no
fueron operaciones muy

respecto de lo que pide la
gente o lo que marca la
actualidad? Si hay mayor
exigencia de calidad, si la
gente mira más los precios
y pide líneas más económi-
cas, por ejemplo.

- Lo de las líneas más
económicas yo creo que es
un error. Cuando la gente
no compra, no compra. Lo

la gente de FIMAR tendrá
que evaluar la respuestas
a la encuesta que nos
dejan a los expositores
para saber nuestra opi-
nión. Y veremos si la opi-
nión mía se acerca más a
la general, o si por ahí
estoy confundido. Pero yo
creo que a todo el mundo
le gustó y le parece intere-
sante venir a Buenos
Aires, un lugar donde
como se dice: "Dios está
en todos lados pero atien-
de en Buenos Aires". Y a
nosotros nos queda muy
cómodo porque estamos
cerca. Y especialmente a
la gente que viene de visi-
ta. A veces muchos vienen
por los rubros bazar y
decoración, y se dan una
vuelta por el sector mue-
bles. Está también la otra
feria de regalería y enton-
ces les resulta más cómo-
do porque en dos o tres
días hacen todo su traba-
jo.

- Ustedes estando en
Buenos Aires incluso pue-
den captar cierto público
de Presentes.

- No lo sé. Siempre hay
clientes nuevos que se
van haciendo en las
ferias. Y no vino tanta
gente de Buenos Aires
como uno se hubiese ima-
ginado. La mayoría de los
visitantes que vino son
del interior.

Fotos: D&F Muebles y
gentileza Genoud Foresto
Industrial S.A.



Genoud trabaja una línea Contemporánea, integrada por muebles más rectos muy tradicionales, y también incorporó "una línea tipo vintage" desde el año pasado que "ha gustado muchísimo".

importantes.

- ¿Y en la actualidad?

- En la actualidad, no.

No, porque en estas opera-
ciones que venían de arras-
tre el precio se nos fue
muy alto en dólares. Hoy
está mejorando un poco,
pero tenemos mucho mer-
cado interno y no nos inte-
resa tanto la exportación.
No lo dejamos de lado
pero no nos interesa tanto.

- Entre sus clientes mue-
bleros, ¿cuáles son los
temas que más se escuchan

que se escucha es que en
vez de entrar 10 personas,
entran tres personas al
negocio. Entonces son
menos para poder vender-
les. Si antes de 10 les ven-
dían a cinco, hoy de tres le
venden a uno. La venta ha
bajado un poco.

- ¿Quisiera hacer algún
comentario adicional? Ya
me dijo que la feria le
gustó y que volvería.

- La feria es buena. Las
principales empresas
están. Creo que después

Una empresa de más de cinco décadas

"Tecnología, mucha experiencia y buena madera" es el título de la presentación que la empresa hace de sí misma en su página web.

Y afirma a continuación: "Tenemos más de 50 años de experiencia en la fabricación de muebles de madera y contamos con una de las plantas industriales más tecnificadas de Argentina. Durante estos años hemos logrado desarrollar y ajustar el proceso producción que nos permite contar con un importante stock y responder satisfactoriamente a los pedidos de nuestros clientes.

"Este proceso integra etapas de diseño, desarrollo, producción y control de calidad para lograr un mueble final de óptimas condiciones.

"Desde su llegada la madera tiene un trato especial, pasando por un horno de secado, donde permanece hasta su punto exacto de madurez. Luego empieza su recorrido por el taller de trabajo, en una tarea dividida por tipo de proceso, planificada en el área de Diseño y Producción.

"En la planta de 20.000 metros cuadrados de superficie, la utilización de maquinarias de última generación es el paso previo al delicado trabajo de personal especializado. La mano del verdadero carpintero le pone un sello 0de calidad y garantía a cada uno de nuestros muebles.

"Lustres, tapizados y anexos ponen el toque final antes de ser embalados y dispuestos en amplios depósitos especialmente climatizados, listos para su despacho y comercialización".

rias de control numérico
con buena capacidad de
producción. En ese sentido
siempre tratamos de estar
al tope de lo que se puede.

- ¿Cómo está la actuali-
dad de los costos? Sobre
todo de diciembre a la
actualidad, donde hubo
algunos cambios. ¿Cómo

le hace tanto que aumente
un poco la luz o que
aumente el gas. El gasto
mayor está en otras cosas,
como en la mano de obra.
La mano de obra ha
aumentado pero se ha com-
pensado con algunas cosas
que han bajado. Tenemos
estabilidad de diciembre

TORNILLOS CASER

CASER-Fix Tornillos Resaca Chiselhead para MADERAS INDUSTRIALIZADAS	CASER-Resc Resaca Autoataornillante MULTIPROPOSITO
CASER-Wall Tornillos Resaca Drywall Perfil Agudo para MADERAS Y METALES DELGADOS	CASER-Plast Resaca para Fijar sobre PLASTICOS
CASER-Drill Tornillos Autoataornillantes Perfil Medio MULTIPROPOSITO	CASER-Max Tornillos Para Ensamble de MUEBLES
CASER-Form Tornillos de Campo y Resaca TRILIBRA AB para formación de Resaca	CASER-Mag Tornillos Especiales Rotales con Pico Normalizado (MM / MM / MM)

CASERMEIRO
FABRICA DE TORNILLOS

ROSARIO - SANTA FE - ARGENTINA // TEL 0341 317-8656 / 430-4231
info@e-casermeyro.net / www.e-casermeyro.net

Miró le da vida a tus maderas.

MIRÓ
LACAS & BARNICES

Para que vos solo te preocupes por disfrutarlas.

Miró Lacas y Barnices maderas nuevas para siempre.

Esnaola 3524 | San Justo | Buenos Aires | Argentina | Tel./Fax: 011 4651-8785 | Tel.: 011 4482-0438
Nextel: 54*555*3749 | miro@mirosrl.com | www.mirosrl.com

Exclusivo

Balance de FIMAR Buenos Aires 2016 en la voz de seis fabricantes expositores

D&F Muebles participó con stand propio de FIMAR Buenos Aires 2016 y allí dialogó con actores del sector muebles para conocer de primera mano sus impresiones respecto de la actualidad. Fue en el último día, lo que permitió que las empresas pudieran realizar un balance de lo que fue la feria. Opiniones variadas y mayor o menor grado de optimismo respecto de lo que se puede esperar para los próximos meses.



"Fue una muy buena feria, con mucha afluencia de comerciantes y mayormente vino gente que no iba a Córdoba", dijo Juan José Rodríguez, propietario de La Esperanza.

- Juan José Rodríguez, La Esperanza (Cañada de Gómez, Santa Fe).

- ¿Qué balance puede hacer de la primera edición de FIMAR en Buenos Aires.

- El balance es positivo, por lo menos en cuanto a cantidad de comerciantes. Después las operaciones dependen de cada uno, de la fábrica. Fue una muy buena feria, con mucha afluencia de comerciantes y mayormente vino gente que no iba a Córdoba. Por ejemplo, de Río Grande,

Ushuaia, Bahía Blanca, Neuquén. Es un momento para aprovechar y hacer clientes nuevos. Sirvió para hacer contactos. En cuanto a volúmenes de ventas, por ahí no cubrieron las expectativas o estuvieron cerca. Pero también hay que adjudicárselo un poco al momento que está atravesando el país ahora. Pero hacer un contacto o un nuevo cliente después depende de cada uno cómo lo potencie.

- ¿Recibieron a visitante de Capital Federal y Gran

Buenos Aires?

- Sí, pero en realidad esperábamos más. Un aspecto a tener en cuenta es que coincidió con el Día del Niño y eso en el rubro que estamos nosotros, amoblamiento juvenil, implica que muchas casas que trabajan estos muebles también venden juguetes. El juguete se vende en el Día del Niño y en Navidad, entonces eso jugó un poco en contra. La gente de Cuyo no vino pero sí va a Córdoba, así que a partir de ahora va a ser ardua la discusión sobre dónde y con qué periodicidad organizar

FIMAR.

- Lo consulto sobre el actual momento económico y cómo impacta en producción, ventas y demás variables.

- A principios de año las ventas cayeron bastante, lo que era lógico por la devaluación que hubo. Después siguió con el tema tarifas, cacerolazos y hoy la gente no sabe cuánto va a tener que pagar de gas o de luz. Entonces el mercado está un poco retraído, confundido. En la medida en que esto se tranquilice yo creo que vamos a trabajar un poco mejor. Pero las ventas siguen caídas. En un



"Estamos muy contentos. Trajimos un producto que gustó muchísimo. Es la nueva Línea Nórdica que lanzamos al mercado. Y nos premiaron con el Mejor Stand de la feria", diseñada por Estudio Arn Salum, afirmó José Schuck, propietario de Gepetto. En la imagen, junto a su hijo Lorenzo, estudiante de diseño que concibió la Línea Nórdica.

principio cayeron un 30 por ciento a 35 por ciento y hoy rondará entre el 20 por ciento y el 25 por ciento. Va a pasar un tiempo hasta que recuperemos los niveles que teníamos antes. Y si encima este gobierno insiste con la importación de muebles, peor todavía.

- Iba a preguntarle eso.

- Ya están entrando muebles importados. Es como



"Tenés que estar más al lado del cliente, tenés que salir más a la calle; no tenés que dejar de presenciar ninguna feria. Tenés que estar en todos lados para seguir luchándola. No es tan fácil como antes", afirmó Horacio Moriconi, representante de Color Living.

que al gobierno no le interesa la industria, no solamente del mueble, no le interesa la industria en general. No le interesa que se produzca en el país. Piensan que la única manera de bajar la inflación es dejando entrar productos importados y matando a la industria argentina. Se van a dar cuenta, como le pasó al otro gobierno en su momento, que cuando no haya quién cobre un sueldo o una quincena, no va a haber quién pague una cuota. Ya pasó. Y, aparentemente, no están queriendo reconocer algunas cosas. De cualquier manera, nosotros seguimos apostando y dándole para adelante. Pero no vemos mucho apoyo del gobierno.

- José Schuck, Gepetto (Esperanza, Santa Fe)

- ¿Qué balance hace la empresa de la primera edición de FIMAR en Buenos Aires?

- Muy positivo. Estamos muy contentos. Trajimos un producto que gustó muchísimo. Es la nueva Línea Nórdica que lanzamos al mercado. La verdad es que nos sorprendió la aceptación del público. Hicimos buenas ventas, y aparte un montón de contactos que nos van a servir para seguir trabajando y transformarlos en ventas de acá para adelante. Y también nos vimos sorprendidos de que nos premiaron con el Mejor Stand de la feria. Doble gratitud.

- ¿Quién les diseñó el stand?

- El diseño del stand lo hizo el Estudio Arn Salum y el diseño de los muebles lo hizo Lorenzo Schuck, mi hijo, que es un estudiante avanzado de Diseño Industrial. Trajimos para exhibir los muebles básicos de la habitación de un bebé: cuando deja la cuna tiene la cama de una plaza, cómoda, chifonier, ropero, escritorio de estudio y la biblioteca. Nosotros nos

caracterizamos por tener varias líneas con distintas escalas de precios.

- ¿Y en qué rango está la Línea Nórdica?

- Está en el medio. Hay que felicitarlo a Lorenzo porque, controlado por el papá, hizo un diseño muy cuidado y también optimizó el precio. Es muy accesible a la gente. Aprendimos que ese tema hay que cuidarlo para poner al mueble cerca de la gente y no irse con el precio.

- ¿Qué opinión tenés de lo que fue este año económicamente? ¿Qué vislumbrás?

- Desde mi punto de vista, muy particular, considero que estamos a menor ritmo pero no parados, no caídos. Yo soy optimista, creo que esto va a cambiar. Hay que acompañar esta opción; no nos queda otra. Y supongo que transcurrirán seis o siete meses más y vamos a empezar a ver resultados positivos. Tiene que empezarse a mover esta economía, que está un poquito estancada. Nada más que eso.

- ¿Y las importaciones?

- En el segmento que estamos nosotros no afecta tanto. Estamos en un segmento medio pero de un mueble que no está tan mecanizado, que no es tan masivo. Entonces, las grandes fábricas de Brasil —que son el cuco de todos los industriales de Argentina— no producen este tipo de muebles. Eso es lo que nos protege a nosotros. Otras fábricas sí tienen que estar preocupadas.

- Horacio Moriconi, Color Living (Villa del Rosario, Córdoba)

- ¿Cómo resultó FIMAR Buenos Aires?

- Bien, bien. Hemos igualado la línea de ventas de FIMAR Córdoba.

- ¿Qué beneficios y qué desventajas notaron en

Continua en pag.: 8

Bulones - Tornillos - Remaches

Roma 220 B1686MHF Hurlingham
Buenos Aires Tel. 4452-0881 / 4662-3870
info@metalurgicatesei.com.ar
www.metalurgicatesei.com.ar

METALURGICA TESEI S.A.
Desarrollo de Piezas Especiales

Calidad superior en herramientas de corte para madera, aluminio, PVC y metales

Más de 70 años brindando soluciones integrales para su herramienta

FRUND STARK

FRUND STARK ARGENTINA
Fábrica: Hernández 328 - Adm. y Ventas: Bolívar 478 - PAER: Gdor. S. Biegri 2140
S2300BDJ RAFAELA (SF) Argentina - Tel. +54 (3492) 422784 (Líneas rotativas)
Fax +54 (3492) 502784 // Of. Córdoba: +54 (351) 153198585
Of. Buenos Aires: Soler 3483 AVELLANEDA Tel. +54 (11) 42068025

www.frund-stark.com.ar
ventas@frund-stark.com.ar

Entrevista exclusiva

Actualidad de Ricchezza, con menos ventas y la instalación de una línea comprada en 2015

*POR ELISABET ARN

Elisabet Arn, diseñadora que se desempeña como columnista de D&F Muebles, dialogó en exclusiva con Hugo Panattoni, gerente Comercial de Ricchezza. Esta fábrica instalada en Cañada de Gómez, Santa Fe, informó que sus ventas interanuales marcan una caída del 20 por ciento y que al cierre de esta edición se estaba instalando "una nueva línea de producción, que reemplaza a una línea vieja", que fue comprada "en octubre del año pasado" y había llegado recientemente a planta.



Primer prototipo de Flex fabricado por Ricchezza.

- ¿Cómo están las ventas de Ricchezza?

- Tenemos entre un 20 por ciento y un 22 por ciento de caída interanual.

- ¿Te preocupa el tema importaciones de muebles?

- Con el gobierno tenemos buen diálogo, ellos nos aseguran que mantendrán el mismo nivel de importaciones que el año pasado, y eso se está cumpliendo. Desde FAIMA se está monitoreando el tema. Me preocupa no ver cuadros capacitados en

aumentos que tuvimos, y el área comercial está más activa que otros años.

- ¿Cómo están sus ventas a Easy?

- Con ellos estamos muy bien. De hecho, han incrementado sus compras a Ricchezza este último período. Hemos visto que tienen una política de precios contenida; sí nos piden más productos personalizados y nosotros atendemos esas nuevas necesidades que nos

base para cama con cajones y un placard nuevo, y tuvo muy buena recepción de parte de los clientes. También agregamos algunas texturas nuevas de melaminas.

- ¿Estás importando más insumos que antes?

- No, en nuestra empresa sólo usamos lacas importadas, dado que no tenemos provisión local de las lacas que necesitamos, y algunos herrajes.

- Entiendo que no participaron en FIMAR Buenos

Aires 2016 (ver nota aparte).

- No, no estamos de acuerdo con que se haga tan seguido. Creemos que debería hacerse cada dos años y generar durante ese tiempo una gran expectativa a los clientes. Nosotros este año vamos a participar en cuatro ferias cerradas de los grupos de compras. Ahí encontramos a todos nuestros clientes, y nos da muy buen resultado.

- ¿Cómo resultó la experiencia del Proyecto



Centro de TV Venezia.

Deseo?

- Fue muy bueno, un gran acercamiento al tema del diseño, y muy buena la difusión que se le dio a los productos y las empresas. Se decidió hacer Flex (ver foto) cuando se analizaron todas las propuestas, dado que a la empresa le interesaba abordar el concepto del mueble curvo y desarmable a partir del uso de la placa, con la tecnología disponible. Flex es un mueble

contenedor, pensado también para separar ambientes. Se produce en módulos, cuya medida tiene que ver con la tecnología utilizada para su producción, concretamente con la línea de pintado UV, que permite una terminación excelente en segundos (ver foto). El producto se transporta desarmado, plano, y mediante insertos de colores se le da la rigidez necesaria para que tome la forma deseada. Para lograr que las placas se

Continúa en pag.: 16



Exposición de Flex en MARQ de Capital Federal en abril, durante la presentación de Proyecto Deseo.

la gestión pública, me da la sensación que no conocen el sector. Como dato te puedo comentar que en el segmento de productos más económicos Brasil, por ejemplo, está entre un 30 por ciento y 50 por ciento por debajo de nosotros. No en productos con mayor valor agregado.

- Muchas empresas nos comentan que están pasando por una situación difícil, ¿cuál es la estrategia de Ricchezza para no tender una caída drástica en las ventas?

- En cuanto a la lista de precios, la hemos tocado lo menos posible. Tratamos de absorber al máximo los

plantean.

- ¿Han cambiado algo en algún sector de la empresa?

- No, en producción se está trabajando normalmente. De hecho, en este momento (NdR: La entrevista se realizó en agosto) se está instalando una nueva línea de producción, que reemplaza una línea vieja. Esta inversión nos permitirá incrementar la producción en un 10 por ciento. Esta línea se compró en octubre del año pasado y acaba de llegar a planta.

- ¿Lanzaron nuevos productos?

- Sí, los presentamos en un evento cerrado que hace la Red Acero. Hicimos una









Representante exclusivo en Argentina de:





"50 años de experiencia en fijaciones"



Automatización
"Sistemas Modulares - BeA"



Presentación para Argentina de CAPE España

Fijaciones | Clavadoras y Grapadoras Neumáticas, Manuales y a Gas | Atornilladores
Puntas | Hojas de Sierra | Accesorios para Neumática | Mesas Neumáticas p/ Tapicería

Líneas Automáticas para Pallets y Carretes | Líneas de Apilado de Madera










CEBE S.A.C.I.F.I.
Jose Cortejarena 3558 • (B1738CPF)
La Reja • Moreno • Buenos Aires • Argentina
Tel: +54 237 469 0377 / 0388 • Fax: 237 469-7440
Ventas: 0810-666-0232 • ventas@cebe-sa.com.ar
www.cebe-sa.com.ar



Un servicio ágil, confiable y económico.
serviotecnico@cebe-sa.com.ar

D&F Muebles en Barcelona

Perdidos en IKEA, una experiencia de compra descomunal

De Pag. 1

prepararse sobre todo si es la primera visita que se realizará. Y lo mejor es hacerlo a través de su sitio web, como no podía ser de otra forma. Lo primero que llama la atención es que no se pueden realizar compras on line; en un mundo completamente digitalizado donde se puede adquirir casi cualquier artículo de cualquier país por Internet y recibirlo en la puerta de tu casa (inclusivo ya en Argentina), este hecho sorprende considerablemente. Aunque como se verá más adelante, no se debe a falta de presupuesto para el desarrollo de un sitio de e-commerce, sino todo lo contrario.

Para preparar la compra,



La arquitectura de IKEA está pensada estratégicamente para que el consumidor tenga que pasar obligatoriamente por todas las secciones. Es decir, es una especie de pasillo laberíntico que va en un único sentido y en el cual sólo se puede avanzar.

se puede hacer una selección de los productos que nos gustan, y la página se encarga de armar un listado con el detalle de precios y el

monto total. También nos dirá si todos los artículos que seleccionamos están dentro del stock de una determinada tienda. El obje-

tivo es imprimirlo y llevarlo para agilizar las compras.

El tema del tiempo no es algo menor al realizar una visita. De hecho, se podría decir que es primordial (en España se dice que IKEA ha separado más parejas que Tinder, haciendo alusión a que las mujeres pueden pasar un tiempo indeterminado haciendo compras allí, mientras que los hombres sólo quieren ir a comprar lo que necesitan, e irse rápidamente). Incluso es común en una charla trivial entre amigos, comentar cuál es la estrategia que cada uno utiliza para ir al IKEA y "perder el menor tiempo posible".

Pero IKEA hace todo lo contrario. Utiliza todas las maniobras a su alcance para que la gente se quede en sus tiendas, como es de esperarse. ¡Y sí que lo logra! Parte de esa estrategia consiste en no tener un sitio de e-commerce, haciendo obligatorio el paso por su establecimiento para todos aquellos que quieran adquirir sus productos. Su reconocida historia y trayectoria confirman que si hay algo en lo cual la empresa se especializa es en atraer y mantener a los clientes.

Así lo comprobamos al ir de compras al IKEA Barcelona, con el objetivo de comprar dos mesitas de luz, un escritorio de trabajo sencillo, ollas y sartenes y algunos textiles para decoración (nada en comparación con las compras que hacía la mayoría de la gente que se llevaban carros llenos de surtidos de artículos impen-sados). Para "ahorrar tiempo" (¡qué ilusos fuimos!) hicimos la lista, le sacamos una foto -nada de imprimir-, chequeamos que todos los artículos estuvieran en la tienda a la que iríamos y calculamos los gastos.

Al llegar lo primero con lo que tuvimos que lidiar fue con la entrada. Sí, así como lo leen. A pesar de ser un recinto enorme y con centenares de empleados serviciales, nos costó varios minutos encontrar la entrada. Nos dirigimos a las líneas de caja desde donde podían verse las estanterías inmensas con productos ya embalados (como las que podrían encontrarse en un súper mayorista o en Easy) y quisimos ingresar por allí, para esto hubo que caminar unos 150 metros. Un empleado de los amables nos

comentó que por allí sólo se podía salir y nos llevó de nuevo hacia la puerta por la que habíamos ingresado; nos indicó que la entrada era subiendo unas escaleras (no había ningún cartel que lo indique y parecía la entrada a una cafetería).

Entonces nos encontramos con el problema del carro. Queríamos llevar uno, pero por las escaleras no se podía. Sin embargo, al subir vimos unos carros más pequeños con una gran bolsa hiper resistente así que agarramos uno de esos e ingresamos.

Entrar finalmente al recinto expositivo resulta avasallante, se pueden ver decenas de cocinas y habitaciones armadas como si fuera un set de filmación, cada

precio, por supuesto.

En cada espacio se puede recorrer hasta el último recoveco, mirar la tele un rato, sentarse y probar los sillones, las camas, abrir los cajones, mover las cosas de lugar, lo que uno necesite para probar los productos.

Inmediatamente quisimos empezar a meter cosas que nos iban gustando en el carro, pero nos dimos cuenta que no se podía porque había carteles que indicaban "no llevarse los productos en exposición". Algunos, como los cubiertos dentro de los cajones, incluso estaban atados con hilos transparentes para que no se puedan extraer, por lo que nos surgió la gran duda de cómo encontrarlos luego (no sabíamos dónde). Por suerte



La mesa "Lovet" es un ícono: fue el primer producto embalado que comercializó IKEA, hace ya 60 años.

una con un estilo de decoración distinto, y cada una más encantadora y tecnológica que la anterior. Cada sala está montada con sumo detalle, tienen todos los acabados completamente fun-

habíamos leído en la web algo acerca de anotar los códigos del producto para luego retirarlos del almacén.

Descubrimos entonces que la mayoría de los artí-

Breve historia de la empresa que revolucionó la venta de muebles

Ingvar Kamprad fundó IKEA en 1943, a los 17 años, cuando su padre le da dinero como recompensa por los buenos resultados que obtiene en sus estudios. Ingvar utiliza ese dinero para iniciar su propio negocio. En sus inicios, IKEA vendía bolígrafos, carteras, marcos para cuadros, tapetes para mesas, relojes, joyas y medias de nylon, es decir, atendía las necesidades de la gente con productos a precios reducidos.

El nombre de IKEA está formado por las iniciales de su fundador (I.K.), más las primeras letras de "Elmtaryd" (E) y Agunnaryd (A), la granja y el pueblo donde creció.

En 1945 aparece el primer anuncio de la marca en los periódicos locales y empieza a utilizar un improvisado servicio de venta por correo. Ingvar utiliza la camioneta de reparto de leche para entregar los productos en la cercana estación de tren.

En 1948 se introducen los muebles como nuevos artículos en el surtido del negocio. El mobiliario lo realizan fabricantes locales de los bosques cercanos a la casa del dueño. La respuesta es positiva y la línea se amplía; en 1951 el fundador de IKEA ve la oportunidad de vender muebles a mayor escala mediante el uso de un catálogo y así nace su catálogo tal como se conoce actualmente.

El año 1953 es un momento importante en el desarrollo del concepto IKEA, ya que se realiza la apertura de la exposición de muebles en Älmhult (Suecia) que consiste en una superficie de 6.700 metros cuadrados repletos de productos para la decoración del hogar y en aquel momento es la mayor exposición de muebles de Escandinavia. Por primera vez los clientes pueden ver y tocar los productos de decoración para el hogar antes de comprarlos.

La exposición nace como consecuencia de la guerra de precios entre IKEA y su principal competidor; al bajar los precios, ambas empresas ven como la calidad de sus productos pierde credibilidad. Con la apertura de la exposición, IKEA demuestra claramente la funcionalidad y calidad de sus económicos productos. Esta innovación tiene un gran éxito; la gente elige de manera inteligente los productos con mejor relación calidad-precio.

La decisión que la empresa toma en 1956 de diseñar sus propios muebles surge, irónicamente, de la presión que ejercen sus competidores sobre los proveedores para que boicoteen a IKEA. El estudio de los paquetes planos comienza cuando uno de los primeros colaboradores de la firma quitó las patas a la mesa LÖVET para que cupiera en un coche y no se dañara durante el transporte. Tras este descubrimiento, los paquetes planos y el automontaje pasan a formar parte del concepto de la empresa.

Entre 1960 y 1970, el concepto IKEA empieza a tomar forma. Se abren nuevas tiendas y se desarrollan productos estrella, como por ejemplo la librería Billy y Poäng. En la década de 1980 la empresa se expande de una forma espectacular en nuevos mercados, como por ejemplo Estados Unidos, Italia, Francia y Reino Unido. Llegan más productos clásicos de IKEA, como Klippan, Lack y Moment.

En los 90' continúa creciendo y se crea "IKEA y los niños", y el trabajo se centra principalmente en soluciones que satisfagan las necesidades de las familias con hijos. Se forma el Grupo IKEA, y la responsabilidad con las personas y el medio ambiente se convierte en un requisito fundamental para hacer buenos negocios.

En el 2000 se extiende a Japón y Rusia. Se estudian y presentan soluciones coordinadas de decoración para dormitorios y cocinas. Durante ese período también se producen diversas asociaciones con éxito para proyectos medioambientales y sociales.

Acerca del concepto IKEA

A principios de los 80, contando ya con presencia en 20 países y en plena expansión, el fundador de IKEA, Ingvar Kamprad, se dio cuenta de que debía proteger el concepto IKEA como parte del crecimiento de la compañía. Quería total independencia y una estructura de propiedad a largo plazo, por lo que el mercado bursátil no era una opción que valorara. Además, creía que todas las empresas que operaran bajo su marca debían crear recursos antes de poder expandirse.

Ese fue el origen del sistema de franquicias de la firma. En la actualidad todas las tiendas IKEA (excepto la tienda de Delft en los Países Bajos, que es propiedad de Inter IKEA Systems B.V.) operan bajo un contrato de franquicia. Inter IKEA Systems B.V. es propietario del concepto IKEA y el franquiciador IKEA en todo el mundo.

cionales, desde la iluminación y decoración, hasta los zócalos. Es como si fuera realmente la cocina o el dormitorio de una casa en pleno uso, pero perfectamente limpia y ordenada. Incluso si se abren los cajones y puertas cada mueble tiene adentro lo que le corresponde, todo con su etiqueta con

culos tiene una etiqueta con un código numérico que indica el pasillo y la sección del almacén donde luego se puede ir a recoger dicho producto. Sin embargo, los artículos pequeños como cubiertos, vajilla y menesteres, no tenían etiquetas así que eran un misterio.



En cada espacio se puede recorrer hasta el último recoveco, mirar la tele un rato, sentarse y probar los sillones, las camas, abrir los cajones, mover las cosas de lugar, lo que uno necesite para probar los productos.

Luego de una hora de recorrer esa sección sólo habíamos encontrado las mesitas de luz que habíamos visto en la web, así que le sacamos una foto a la etiqueta y continuamos avanzando. Cabe destacar que la arquitectura de IKEA está pensada estratégicamente, como adelantamos más arriba, para que el consumidor tenga que pasar obligatoriamente por absolutamente todas las secciones. Es decir,

es una especie de pasillo laberíntico que va en un único sentido y en el cual sólo se puede avanzar; si es que se puede, porque cada diseño que nos presentan es más exquisito que el anterior y se corre un riesgo muy grande de quedarse mucho más tiempo del necesario recorriendo cada uno de los estilos de baños por ejemplo, por más que en nuestra lista no hubiera un solo artículo que pudiéramos encontrar en un baño.

Una característica muy interesante de la forma de comercialización de la firma es que te venden el producto terminado, pero de verdad. Por ejemplo, en la Cocina Laxaby podía verse el precio de la misma: 2.815 euros, con la siguiente especificación: el precio incluye armarios, frentes de cajón, encimeras, accesorios de interior, bisagras, paneles, zócalos, patas, cajones, puertas, menesteres, pomos/tiradores, fregaderos y grifos. Mientras que si se incluían los electrodomésticos y la iluminación el precio total era de 7.673 euros.

Si a esto se le agrega la recogida de la antigua cocina, transporte, montaje e instalación, hay que sumarle 150 euros más. En todo momento hay profesionales que ayudan y aconsejan a los clientes para ver cómo utilizar mejor los espacios y qué tipo de muebles y decoración son los más convenientes para cada hogar.

Cuando conseguimos pasar las secciones de dormitorios, cocinas y baños empezamos a encontrar recintos donde sí había productos que se podían cargar.

Pasamos por la sección de exposición de textiles donde podían llevarse las sábanas, almohadones, fundas, acolchados, alfombras y todo lo demás, y luego por otros recintos que tenían todo lo que son artículos pequeños para baños y cocinas (es decir, todo excepto muebles). Allí encontramos las ollas y sartenes que habíamos visto en la web, y nos llevamos varios productos más que no eran tan necesarios: bowls, bandejas, repasadores y menesteres varios. También incluimos algunos pequeños accesorios para el baño, y luego salimos a la sección de vivero donde además de mobiliario para el jardín y objetos de decoración también se venden infinidad de variedades de plantas.

Más adelante el pasillo interminable conducía hacia la sección de iluminación con todo tipo de lámparas y

accesorios para las luminarias. Esta sección es muy atractiva ya que IKEA se caracteriza por incluir tecnología en los diseños, y en las luminarias se pueden ver claramente: lámparas que cambian de forma, que tienen distintos colores, productos para el cuarto de los niños con luces de emergencia, entre otros.

Luego pasamos por la sección de escritorios, donde había espacios dedicados a las oficinas en casa pero también para las oficinas empresariales. Y más adelante nos encontramos con una sección de "arma tu propia mesa", donde quisimos armar la mesa para nuestro escritorio, pero las opciones eran tantas que nos terminaron venciendo y no supimos qué elegir. Podían elegirse diferentes "tablas" para tu mesa, de muchísimos tamaños, en distintos materiales pero principalmente plástico y madera, y luego combinarlas con las patas que uno quisiera también en varios materiales y muchos colores.



En la sección de armarios se pueden encontrar los diseños más femeninos, pero también se encuentra en exhibición el estilo motoquero. Hay para todos los gustos.

Finalmente, pasamos por la sección de armarios, aunque en este punto puede ser que haya mezclado el orden porque eran muchas y ya llevaríamos unas dos horas y media recorriendo. Allí había desde roperos convencio-

pasillo que habíamos anotado, el cual encontramos rápido ya que está todo perfectamente señalizado. Cargamos la mesita de luz embalada y nos dirigimos a las cajas, pero cuando estábamos haciendo la fila vimos una última sección; las ofertas. Haciendo memoria, en la web aconsejaban que pasés por el recinto de las ofertas que se encontraba ubicado al lado de las cajas, allí la mayoría son productos que fueron exhibidos y no están en muy buen estado, son de segunda mano, pero también hay algunas verdaderas gangas de colecciones anteriores sin desperfectos, así que es aconsejable pasar a ver.

En conclusión, la experiencia es muy amena, cada detalle está cuidado y pensado estratégicamente, e IKEA cumple con creces sus objetivos.

Materiales que prefiere el gigante de la venta de muebles

La firma ha apostado por el desarrollo de su negocio en compatibilidad con el medio ambiente. Actualmente, casi todos sus productos de decoración se fabrican con materiales renovables, reciclados o reciclables. Además de ser una cuestión de responsabilidad, la empresa afirma que creen que hacer el mejor uso de los recursos los ayuda a mantener los precios bajos y una calidad alta. En su sitio web, describen cuáles son los materiales más sostenibles que utilizan hoy en día: madera, bambú, Jacinto de agua y madera compuesta de plástico.

En 2017, el 50% de la madera utilizada en iKEA tendrá certificado FSC® (Forestry Stewardship Council - Consejo de Gestión Forestal) o fabricada con materiales reciclados. El estándar FSC protege los ecosistemas y a la gente que los habita, y tienen como objetivo a largo plazo llegar al 100%. Hoy en día, toda la madera que usan debe cumplir su propio Estándar Forestal IWAY, el cual rechaza la madera procedente de recursos envueltos en conflictos relacionados con bosques o talas ilegales. Además, las cosechas no deben poner en peligro los bosques de alto valor de conservación.

En cuanto al bambú, que tiene más de mil variedades, la empresa explica que crece sobre todo en los trópicos y puede tener más de 30 metros de alto. Es fuerte y ligero y se puede usar para crear un efecto de madera dura. Crece más rápido que la madera y no necesita cuidados.

El Jacinto de agua es una planta de crecimiento rápido, resistente y constituye un material altamente renovable que utilizan para fabricar las cestas hechas a mano. Debido a que actualmente está obstruyendo las vías fluviales del sudeste asiático, utilizándolo de esta forma, benefician tanto a las personas como a la biodiversidad.

La madera compuesta de plástico es otro de sus materiales renovables más utilizados; consiste en polipropileno y fibras de madera procedentes de los residuos de un aserradero. Usando fibras de madera se hacen productos de plástico más fuertes y más económicos. Además, esto ayuda a transformar los residuos en un mejor proyecto.

Incluso cuando terminás la compra, luego de casi tres horas de caminata (si pudiste esquivar el patio de comidas ubicado justo en el medio del recorrido, repleto de gente comiendo), es casi inevitable pasar por su local de comida rápida que hay a la salida para recargar energía antes de volver a casa y emprender la aventura de armar tus propios muebles.

Una vez finalizado el pasillo laberíntico salimos hacia el almacén, también enorme, y encontramos los carros grandes a disposición (ahora sí tenían sentido), nos dirigimos hacia el

todos los tipos y formas, hasta armarios de electrodomésticos. Es decir, revestimientos de madera para la heladera, lavarropas, lavavajillas, horno.

TAEDA S.A.
Maderas Implantadas

Dirección: Ruta Nacional 12 Km. 1521
3384 - Montecarlo - Misiones - Argentina
www.taedasa.com.ar

TODO EN MADERAS ASERRADAS

Tablas	Fenólicos para el mueble	Tableros Finger Joint	Tableros alistonados	Molduras - Zócalos - Flejes
--------	--------------------------	-----------------------	----------------------	-----------------------------

Amplio surtido para el mueblero y el constructor
Pino - Kiri - Araucaria - Eucaliptus

Fábrica de fenólicos TAEDA PLY

Especies: Cara Eucaliptus y Pino | Espesores: 4-6-8-10-12-14-16-18-20-25-30 mm

www.herrajessanmartin.com

HERRAJES SAN MARTIN

VISITE NUESTROS NUEVOS LOCALES

HSM Carlos Casares, Bs. As.
HSM Merlo, San Luis
HSM Reconquista, Santa Fe
HSM La Rioja

TODOS LOS HERRAJES DEL MUNDO EN UN SOLO LUGAR

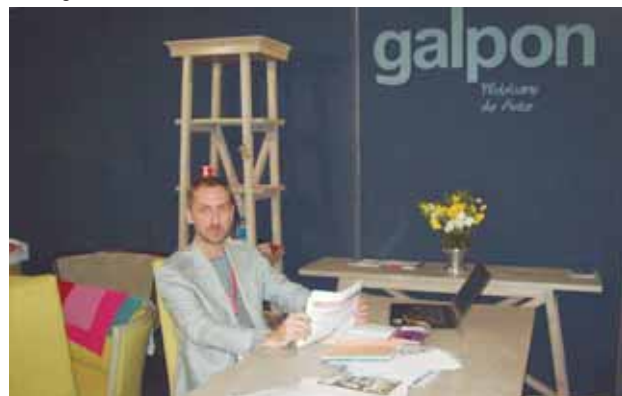
Av. San Martín 1942 (C1416CRU)
Tel/Fax: (011) 4581 0102 / Capital Federal
consultas@herrajessanmartin.com

Visite nuestros showrooms exclusivos / H/Wide - Blum

Exclusivo

Balance de FIMAR Buenos Aires 2016 en la voz de seis fabricantes expositores

De Pag.: 4



"Por suerte, se empezaron a estabilizar un poco las dudas y la gente está empezando a confiar un poco más. Se nota en las consultas, se nota en los pedidos. La gente tiene ganas de volver a apostar por crecer", señaló Mauricio Rolles, de El Galpón.

exponer en Buenos Aires?

- Venir a Buenos Aires te acerca a los clientes que están cerca de esta zona, que no pueden llegar a Córdoba, y en Córdoba se da al revés. La división Deseo, del grupo Color Living, no es tan conocida en Buenos Aires y por eso es positivo estar en esta feria.

- ¿Volverían a exponer en Buenos Aires?

- Sí. Sí, por supuesto. Ha sido una buena experiencia.

- ¿Cómo le está yendo a la empresa en 2016?

- Realmente, estamos teniendo cambios y reacomodamientos. Hemos tenido que resignar varias cosas. Por ejemplo, tenés que estar más al lado del cliente, tenés que salir más a la calle; no tenés que dejar de presenciar ninguna feria. Tenés que estar en todos lados para seguir luchándola. No es tan fácil como antes.

- ¿En qué porcentaje han caído las ventas este año? ¿Cómo ven lo que resta del año?

- Las ventas han caído un 20 por ciento. Lo que uno espera es siempre positivo. Han prometido ya varias cosas, pero todavía lo que resta de este año va a ser duro porque en colchones y livings generalmente el menor caudal de ventas se da en estos meses que van de octubre a diciembre.

- **Mauricio Rolles, El Galpón (Frontera, Santa Fe)**

"Participamos generalmente en FIMAR Córdoba y es la primera vez en Buenos Aires", dijo.

- ¿Qué se puede decir de esta primera experiencia?

- Fue muy productiva, positiva. Nos llevamos muy buenos contactos, muy buenas ventas. Hubo aceptación del producto de parte de toda la gente. De hecho, recibimos a visitantes que en Córdoba no nos contactaban.

- ¿Cómo le fue a la empresa este año?

- Es un año de turbulencias. Es un año que arrancó complicado y de mitad de año en adelante cambiaron un poco las perspectivas. Empezó a haber otro movimiento. Yo creo que el año va a cerrar en forma ascendente.

- ¿Cuál es la caída de ventas promedio en 2016?

- En realidad, el principio de año se hermanó con un final de 2015 en el que fue realmente notorio el problema económico en octubre, noviembre y diciembre. Por ende, la primera etapa de 2016 estuvo relacionada con el cambio de gobierno y con la incertidumbre económica. Ahora, por suerte, se empezaron a estabilizar un poco las dudas y la gente está empezando a confiar un poco más. Se nota en las consultas, se nota en los pedidos. La gente tiene ganas de volver a apostar por crecer.

- ¿Cuáles son las líneas que fabrica El Galpón?

- La empresa arrancó hace cinco años haciendo mobi-

liario para exterior y hace tres años empezamos a hacer tapicería. Trajimos a la feria solamente tres líneas con tapicería de las seis que estamos trabajando; trajimos un juego de comedor de las tres líneas que tenemos y de la parte exterior trajimos solamente una pequeña porción.

- **Fernando Rizzo, Fabricamas (San Fernando, Buenos Aires)**

- ¿Es la primera experiencia en FIMAR?

- Es la segunda experiencia en la feria, ya que hicimos la primera experiencia en FIMAR Córdoba este año. Fuimos a Córdoba y tuvimos buenos resultados y acá está un poco más tranquilo el movimiento. Pero, de todas formas, los resultados terminan siendo positivos.

- A nivel contactos, visitas de comerciantes.

- Exacto. Nosotros no tenemos expectativas de ventas acá en la feria. Sí la expectativa es llevarnos una base de datos de potenciales clientes y seguir las conversaciones en las semanas siguientes.

- Ustedes fabrican camas de pino. ¿Cómo les está yendo en este año en general? ¿Qué expectativas tienen hasta fin de año?

- La venta nuestra es directamente al mercado interno.



Fernando Rizzo, encargado de la PyME familiar Fabricamas, sostuvo: "Hace 20 años que nos dedicamos a la producción de camas económicas, con una sola línea; y el mes pasado innovamos con un producto nuevo, más reforzado, para tratar de apuntar a otros clientes y pasar este momento relativamente duro del mercado interno".

Así que este año la mano está bastante tranquila. Esperamos que el año que viene reactive un poco. Tenemos un producto muy económico y, a pesar de eso, las ventas disminuyeron entre un 30 por ciento y un 40 por ciento.

- ¿Fabrican solamente camas?

- No. Tenemos también cunas funcionales y futones. Hace 20 años que nos dedicamos a la producción de camas económicas, con una sola línea; y el mes pasado innovamos con un producto nuevo, más reforzado, para tratar de apuntar a otros clientes y pasar este momento relativamente duro del mercado interno.

- **Hugo Ferraro, Ferraro (Cañada de Gómez, Santa Fe)**

- ¿Cómo les resultó la participación en FIMAR Buenos Aires? ¿Cómo está la situación en general?

- El momento no es bueno, pero la participación en la feria ha sido positiva. El nivel de visitas fue aceptable. Respecto de la situación en general, es crítica. Está muy duro y creo que si no cambian algunas medidas la situación va a ser difícil. El impacto de las exportaciones todavía no se siente en el tipo de muebles que nosotros fabricamos, ya que hacemos muebles para el hogar.

Fotos: D&F Muebles.



Premio "Ernesto Humeler" al mejor producto: Bahiut Dominga, de RAD, Villa Allende, Córdoba, diseñado por Estudio Arn Salum.

FIMAR 2016 tuvo su segunda edición del año, la primera en la Capital Federal, y su décima edición histórica del 17 al 20 de agosto conjuntamente con 33° Expo Presentes. Hubo más de 400 expositores y la visitaron más de 22.000 personas en el predio porteño de La Rural.



José Schuck, titular de Gepetto Infantil Juvenil, recibe el premio al mejor stand (ver referencia en nota aparte).

FIMAR 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.

"Estamos más que satisfechos con los resultados de nuestra primera experiencia en Buenos Aires, donde

Auspicio de Banco de Córdoba

Con el fin de proveer servicios y productos financieros eficientes y competitivos, que propicien el desarrollo, Bancor se acercó a la industria del mueble argentino sumando facilidades y auspicio.

Se firmó un acuerdo que pone a disposición del sector una nueva línea de créditos, con el objetivo de impulsar el consumo del mueble. El convenio en curso, ofrece financiamiento para adquirir muebles, aberturas, techos y pisos de madera. Las operaciones abarcadas en este programa no tienen gastos de otorgamiento y prevén un monto máximo de hasta \$200.000. Las cuotas son fijas, en pesos y contempla una tasa del 24% anual, del 31% para plazos a 24 meses y del 35% para aquellas que se convengan en 36 cuotas.

"Con gran satisfacción, la organización de FIMAR agradece a BANCOR: una tradicional y significativa institución de la Provincia de Córdoba, que hoy cuenta con una extensa gama de servicios que se canalizan a través de una red de más de 142 sucursales", señalaron desde la organización de la feria.

nuestros muebles se lucieron. Logramos un importante nivel de ventas lo que ya nos hace imaginar unas próximas ediciones muy fuertes", expresó Gustavo Viano, presidente del Comité Ejecutivo de FIMAR, al cierre del evento; al tiempo que destacó que "el público se mostró atraído por los diseños renovados, la oferta de excelencia y calidad de los productos".

Dentro del evento, el comité organizador, junto a un prestigioso jurado, premió a sus expositores destacados.

El acto inaugural realizado el 17 de agosto al mediodía contó con la presencia de Lucrecia Santinoni, subsecretaria de Desarrollo Foresto Industrial del Ministerio de

diseñodemuebles

DiMU

• INFORMESE COMO PARTICIPAR POR MAIL A: dimu.faud@gmail.com
ó en nuestra web: www.dimu.com.ar

organiza: adheren: auspician:

Feria internacional

FIMAR convocó a más de 22.000 visitantes en su primera edición en Buenos Aires

La décima edición de FIMAR, que se celebró por primera vez en Buenos Aires del 17 al 20 de agosto junto a la 33° Expo Presentes, convocó a más de 22.000 personas en el predio porteño de La Rural. Hubo más de 400 expositores, una nueva edición del Salón del Mueble Argentino y rondas de negocios. “Estamos más que satisfechos con los resultados de nuestra primera experiencia en Buenos Aires, donde nuestros muebles se lucieron”, dijo Gustavo Viano, presidente del Comité Ejecutivo de FIMAR. Información enviada por los organizadores.

Agroindustria de la Nación; Roberto Avalle, ministro de Industria, Comercio y Minería del Gobierno de la Provincia de Córdoba; Gustavo Koroyan, director del Comité Ejecutivo de Expo Presentes; Viano y los integrantes de las Cámaras de la Madera de Córdoba, San Francisco, Río Cuarto y Cañada de Gómez, organizadoras del evento, junto a los principales referentes del rubro, entre otros.

Koroyan agradeció “la unión de los expositores y comerciantes hicieron que este evento crezca y hoy, con orgullo y humildad podemos decir que somos referentes del sector, líder del rubro de decoración, muebles, iluminación, bazar, regalería. Queremos darle valor a la industria nacional, y que el diseño



“Estamos más que satisfechos con los resultados de nuestra primera experiencia en Buenos Aires, donde nuestros muebles se lucieron. Logramos un importante nivel de ventas”, dijo Gustavo Viano, presidente del Comité Ejecutivo de FIMAR.

crezca”. Respecto del acuerdo estratégico con FIMAR, agregó: “También con el objetivo de reinventarnos, incorporamos y sumamos a la exposición líder de la industria nacional mueble. Podemos decir que Presentes+FIMAR se ha transformando en el centro de negocios más grande del país, con las

últimas tendencias y la vanguardia del sector. Un acuerdo estratégico para favorecer a la industria, y generar negocios para todos nuestros comerciantes, expositores y visitantes. Realmente creemos que la unión hace la fuerza y por eso nos unimos, para trabajar por un país mucho mejor”.

Por su parte, Viano destacó: “Quisimos festejar nuestro décimo aniversario aquí en Buenos Aires de la mano de Presentes, y mostrarles a todos que a lo largo de estos 10 años y gracias a la expo, la industria se ha transformado en marca, diseño, calidad y producto. Llega el momen-



Sillas Mafalda, de RAD, intervenidas por el artista Milo Lockett.

to bisagra, el ser competitivo y hacerle frente al mercado, pero para ser más



Faplac fue sponsor Platino de la exposición.

eficientes y competitivos, debemos revisar nuestra cadena de costos para poder salir al mundo. Es necesario que los precios de nuestras materias primas sean sincerados. Nosotros tenemos la responsabilidad de hacer cre-

sector público es ser un servicio para los distintos sectores. Estamos abocados a que se promuevan todo este tipo de espacios que hacen expresar lo que mejor sabemos hacer los argentinos: ser creativos, agregar valor y ser competitivos, desde Argentina al mundo”.

Por último, Valle (ver entrevista exclusiva aparte) compartió con los asistentes los saludos enviados por el gobernador, Juan Schiaretti, y destacó la necesidad de la innovación para la competitividad de la industria. “Los grupos económicos y proveedores de materias primas deben revisar sus políticas comerciales y de precios para no someter a la pequeña y mediana empresa al fracaso. Se debe tener a bajar los costos de los insumos básicos en todas

Continúa en pag.: 10

Integrantes del jurado y parámetros de premiación

Esta vez, el jurado estuvo conformado por

- Roberto Miguel Fontenla, Presidente en Mobiliarios Fontenla S.A., CEMA (Cámara de Empresarios Madereros y Afines) y E&D Group;

- Sebastián Ackerman, director de la consultora Ackompany especializada en estrategias competitivas para empresas, desarrollo de emprendimientos y diseño estratégico;

- Eduardo Fernando Naso, Profesor de Diseño Industrial en las Universidades Nacionales de Buenos Aires y La Plata y diseñador en importantes empresas argentinas;

- Eduardo Barron, Arquitecto premiado por la construcción de stands a través de sus empresas Dessins, I+D System y La Cesta SRL;

El jurado tomó como criterios de evaluación para el PREMIO MEJOR PRODUCTO, tanto de FIMAR como del SMA, los siguientes parámetros:

- Innovación

- Sustentabilidad
- Relaciones dimensionales y ergonómicas
- Factibilidad productiva
- Resolución formal y técnica
- Utilización de materiales nacionales
- Adaptación del producto al mercado objetivo

En cuanto al PREMIO MEJOR STAND el jurado consideró:

- Grado de creatividad e innovación
- Funcionalidad, circulaciones y usos de los espacios.
- Coherencia formal de la propuesta.
- Grado de resolución para el lucimiento y exposición de los productos.
- Iluminación y gráfica.
- Incorporación de actividades para los visitantes.
- Comunicación corporativa

Como todos los años, el Premio FIMAR tiene su diseño original, que en esta 10° edición refiere a su desembarco en un nuevo y convocante puerto: Buenos Aires. Diseño perteneciente al arquitecto Jonny Gallardo.

Más de 22.000 comerciantes, proveedores y público especializado visitaron la feria.



Hacemos la diferencia

TECNOLOGÍA INTERNACIONAL EN PINTURAS Y ADHESIVOS PARA MADERAS

Akzo Nobel Argentina S.A.
Ruta Panamericana Km 37,5
Garín B 1619 IEA, Buenos Aires
Argentina
www.akzonobel.com
T +11 03327 447777

Mucho más que herrajes

www.inerplac.com.ar

Envíos a todo el país: ventas@inerplac.com.ar
Tel: (5411) 4631-1234 / 2080-3998
Av. Carabobo 955 (1406) CABA

Feria internacional

FIMAR convocó a más de 22.000 visitantes en su primera edición en Buenos Aires

De Pag.: 9

Todos los premiados

Los premios "Ernesto Humeler" y "Víctor Bentolila" son dos galardones que ya son parte de la cultura de la industria argentina de muebles, con dos nombres que aluden de modo directo y elocuente, a los objetivos del principal encuentro del sector: evolucionar los alcances del mueble pensado y fabricado en nuestro país.

"Ernesto Humeler" y "Víctor Bentolila" fueron dos hombres que entregaron su vida al desarrollo de nuestro sector. Uno desde la industria, la fabricación, la apuesta empresarial y finalmente el crecimiento conjunto, colectivo, de asociación y suma de fuerzas. Otro, desde la docencia, la investigación y el acompañamiento de las nuevas generaciones de diseñadores.

Dos nombres que hoy trascienden para señalar lo más destacado de los encuentros de esta industria.

Se entregó el Premio "Ernesto Humeler" al mejor producto de la feria para "Bahut Dominga" de RAD (Villa Allende, Córdoba); y las menciones especiales a la Innovación del Producto para la "Silla Kiri" de André Kevin y Cima Metal (Córdoba Capital); a la Exposición de Producto para la "Silla Donna" de Hipólito Dadone e Hijos (Colazo, Córdoba); y a la Ergonomía para el "Sofá Letto" de Volentiera e Hijos (Cañada de Gómez, Santa Fe).

También se entregó la distinción "Ernesto Humeler" al Mejor Stand de la feria a la empresa Gepetto Infante Juvenil (Esperanza, Santa Fe); la mención a la Innovación de Stand para Geza Muebles (Arminda, Santa Fe); a la Comunicación e Imagen de Stand para Hipólito Dadone e Hijos (Colazo, Córdoba) y a la Atracción de Stand para "La Esperanza" (Cañada de Gómez, Santa Fe).

Finalmente, se distinguió con el premio "Víctor Bentolila" al mejor producto del IV Salón del Mueble Argentino a la "Silla Sic 02" Línea Cateto diseñada por Lucía Cerutti y Pablo Gasparini del Estudio Gacé de la ciudad de Córdoba; y las menciones especiales a la Calidad SMA para la "Mesa Kanalo", de Tabureto Muebles (Mercedes, Buenos Aires); y la mención a la Innovación SMA para la "Consola Dona" creada por Andrés Jalif (Capital Federal).

Detalle:

- Premio "Ernesto Humeler" al mejor producto: Bahut Dominga, de RAD, Villa Allende, Córdoba;
- Mención Especial a la Innovación de Producto: Silla Kiri, de Andre Kevin y Cima Metal, de Córdoba capital;
- Mención Especial a la Exposición de Producto: Silla Donna, de Hipólito Dadone e Hijos, de Colazo, Córdoba;
- Mención Especial a la Ergonomía: Sofá Letto, de Volentiera e Hijos, de Cañada de Gómez, Santa Fe;
- Premio "Ernesto Humeler" al Mejor Stand: Gepetto Infante Juvenil, de Esperanza, Santa Fe;
- Mención Especial a la Innovación de Stand: Geza muebles, de Arminda, Santa Fe;
- Mención Especial a la Comunicación e Imagen de Stand: Hipólito Dadone e Hijos, de Colazo, Córdoba;
- Mención Especial a la Atracción de Stand: La Esperanza, de Cañada de Gómez, Santa Fe;
- Premio "Víctor Bentolila" al Mejor Producto del Salón del Mueble Argentino: Silla Sic 02, Línea Cateto, de Estudio Gace, Lucía Cerutti y Pablo Gasparini, Córdoba capital;
- Mención Especial a la Calidad Salón del Mueble Argentino: Mesa Kanalo, de Tabureto Muebles, Mercedes, provincia de Buenos Aires;
- Mención Especial a la Innovación del Salón del Mueble Argentino: Consola Dona, de Andrés Jalif, de Capital Federal.



Silla plegable Piano, otro de los productos que se exhibió en el Salón del Mueble Argentino.

las industrias, y el estado rever las políticas impositivas".

Viano agregó: "FIMAR ha logrado la evolución que necesitaba el sector para fortalecerse como una industria que apuesta al desarrollo conjunto y al crecimiento sostenido atravesando con éxito los diferentes momentos económicos y políticos. Un encuentro indispensable para cerrar acuerdos, consolidar vínculos perdurables y convenientes tanto para el que fabrica como para quienes necesitan comprar a gran escala. Estamos más que satisfechos con los resultados de nuestra primera experiencia en Buenos Aires, donde nuestros muebles se lucieron. Logramos un importante nivel de ventas, lo que ya nos hace imaginar unas próximas ediciones muy fuertes. El público se mostró atraído por los diseños renovados, la oferta de excelencia y calidad de los productos".

Fotos: D&F Muebles y gentileza organizadores.

Entrevista exclusiva

La visión de un importador estadounidense que pasó por Córdoba

D&F Muebles se entrevistó en FIMAR Córdoba 2016 con el estadounidense Brad Boham, quien expuso en el I° Congreso Argentino de la Industria del Mueble sobre "Qué busca un comprador extranjero en el mueble argentino y requisitos para comercializar con un distribuidor extranjero". "Estoy buscando ciertos productos aquí en Argentina. Sé que el cuero argentino es muy bueno y que en Argentina hay muchas fábricas de muebles de ese tipo", dijo Boham.

- Vos comparaste permanentemente a ciertos mercados con China. No hay ninguna empresa argentina que tenga la capacidad de producción de China.

- Sí.

- ¿Cuál es el mercado o la potencialidad como para exportar a Estados Unidos si nosotros no tenemos la capacidad de producción de China?

- No estoy tratando de reemplazar a China. Estoy tratando de añadir productos a nuestra línea de productos. Lo que pasa es que si tenemos un presidente como (Donald) Trump y él corta la relación con China yo necesito tener otras fuentes de otros lugares.

- Eso lo comprendí perfectamente. La industria del mueble argentina ha hecho experiencias con exportación sobre todo a través de Puerto Rico como cadena de ingreso al mercado de Estados Unidos. No fueron muchas las empresas que se pudieron ajustar y tampoco había suficiente volumen de producción.

- Cuando empezamos en China, empezamos con algunas fábricas muy chicas porque las fabricas muy grandes no querían fabricar muebles en cantidades de 50 unidades. Y como no tenía dinero sólo pude comprar de a 50 unida-

des. Entonces empezamos con estas fábricas muy chicas. Y a través de varios años hemos crecido en cuanto a la capacidad de trabajar con estas fábricas para que estén ocupados. No puedo pedir 56.000 escritorios a una de estas fábricas, pero sí pueden hacer de a 1.000 unidades y en cinco años quizás puedan y logren tener una capacidad mucho más alta. O sea, está bien trabajar con una fabrica más chica y crecer con ellos a través del tiempo.

- O sea, habría espacio para una industria de muebles chica o mediana. Las fábricas argentinas pueden tener buen diseño, buena terminación, buen acabado, que es la diferenciación que puede tener el mueble argentino, a nuestro criterio, comparado con otras partes del mundo. Entonces vos dirías que se puede comenzar exportando uno o dos contenedores o sumando la producción de dos empresas.

- Está bien, sabemos de ese tipo de situaciones. Lo feo es que si usted me dice que tiene capacidad para producir diez contenedores cada mes y sólo me cumple uno. Si yo sé que van a poder tener solamente un contenedor cada mes, está bien. Sólo tenemos que saber esto de antemano.

- El tema está no en tener el volumen sino el cumplimiento y la puntualidad para con ustedes.

- Así es.

- Uno de los detalles que la gente te consultaba era respecto de la inflación en dólares.

- Sí, me di cuenta.

- Es un tema recurrente. Es más, se han caído exportaciones por eso y es un problema. ¿Cómo pensás vos que se puede llegar a resolver?

- La verdad que no sé. Como somos bien nuevitos aquí en Argentina y ahora los precios están más competitivos ojalá que en un futuro siga así. Pero lo que pasa es que si sube el precio por la inflación y su impacto en el tipo de cambio del dólar, puede ser que no sigamos aquí en Argentina y vayamos a otro país que me dé precios con los cuales pueda trabajar.

- A la inversa, ¿ustedes estarían predispuestos a hacer una inversión o un adelanto a las empresas para fijar los precios de las materias primas?

- Claro que sí, en cantidades más altas de materia prima (raw materials).

- Cosa de que las empresas puedan bajar sus costos.

- Sí. Hacemos esto todos los días para ayudar a una



Brad Boham, importador estadounidense que comercializa en la zona de Utah.

fábrica a lograr precios competitivos. Estamos dispuestos a hacer esto.

- Y la última pregunta: ¿cuál es el mueble que te llevarías? ¿Cuál es la mayor necesidad o el nicho que tenés que cubrir hoy en Estados Unidos?

- Estamos como desparramados con nuestros productos. Estoy buscando ciertos productos aquí en Argentina. Sé que el cuero argentino es muy bueno y que en Argentina hay muchas fábricas de muebles de ese tipo.

- Aparte hay muy buena calidad de tapicerías.

- Sí, también sabía eso. Estoy buscando productos de ese tipo, que son únicos de Argentina. China no tiene esa capacidad; compran su cuero de Argentina. Así que si yo visito Argentina antes que los chinos voy a lograr mejor precio que ellos en esos productos. Buscamos productos que hacen bien los argentinos. Porque hay muebles para escritorios en metal y no hemos visto nada de esto aquí en Argentina y en China es algo muy común. Tienen miles de fábricas de muebles en metal y es muy barato también.

- Acá se está empezando a integrar el metal con la madera. En su momento la madera era un nicho y el metal era otro.

- Así es.

- Lo que sí se están empezando a ver son muebles más livianos que pueden ser más ambientados para los americanos, para ambientes más chicos.

- Hay un mercado para estos productos en los Estados Unidos. Algunos de los productos que tenemos son más livianos y más chicos. Así que estamos aquí para fijarnos qué se puede hacer con estos muebles.

Entrevista exclusiva

“Hay que incentivar nuevamente el desarrollo del transporte ferroviario”

D&F Muebles se entrevistó en exclusiva con Roberto Avalle, ministro de Industria, Comercio y Minería de Córdoba tras la inauguración de la décima edición de FIMAR 2016, que se celebró por primera vez en Buenos Aires del 17 al 20 de agosto junto a 33° Expo Presentes. Además de buscar bajar costos logísticos, el ministro dijo que hay un principio de acuerdo entre provincias para unificar tasas impositivas de ingresos brutos. “Los principales distritos del país en principio habrían prestado su acuerdo para transformar ingresos brutos provinciales en un IVA provincial o en un impuesto a última vez, llámelo como quiera”, afirmó.

Roberto Avalle, ministro de Industria, Comercio y Minería de Córdoba destacó la necesidad de la innovación para la competitividad de la industria y, a su vez, dijo: “Los grupos económicos y proveedores de materias primas deben revisar sus políticas comerciales y de precios para no someter a la pequeña y mediana empresa al fracaso. Se debe tender a bajar los costos de los insumos básicos en todas las industrias, y el estado rever las políticas impositivas”.

- Usted habló de la reducción de los costos de las empresas. Hay un costo, por lo menos mencionado por los empresarios que nosotros entrevistamos, que es el costo de la logística. ¿Cuáles son las acciones que ustedes ven viables para bajar el costo de la logística, que es muy grande?

- El costo de logística indudablemente termina muchas veces definiendo las posibilidades o no de un negocio y me parece que eso es contra los intereses especialmente de las pequeñas y medianas empresas. A ese efecto o por qué se produce esta situación me parece porque el grueso del transporte en la República Argentina que está basado fundamentalmente en transporte carretero. Entonces es muy simple: hay que incentivar nuevamente el desarrollo del transporte ferroviario. El transporte ferroviario es mucho más económico, más ecológico. Implica no agredir permanentemente con sobrepeso -como desgraciadamente muchas veces pasa- a las rutas, que a su vez requieren de ingentes esfuerzos tanto de los estados provinciales como del estado nacional para reparar constantemente. Entonces, es ventajoso. En ese sentido son buenas las planificaciones que están desarrollando desde el gobierno nacional de volver a revitalizar por



Roberto Avalle, ministro de Industria, Comercio y Minería de Córdoba.

ejemplo un transporte ferroviario, ha pasado por ejemplo en la línea del Ferrocarril Belgrano. El Belgrano atraviesa desde el Norte hasta Buenos Aires un territorio sumamente extenso y me parece que esa es una forma o sería una manera de empezar a reducir los costos de la logística en nuestro país

- También se habló mucho de los bitrenes y que las provincias tienen que adherirse a la resolución nacional para que entre en vigencia.

- Las provincias se tienen que adherir y además tienen que tener vías que posibiliten la utilización de esos vehículos, porque son vehículos muy largos y que evidentemente están en condiciones de transportar mucha más carga que lo habitual. De manera tal que para que esto sea una buena solución hay que proveer a un esquema de obra pública que tienda a la construcción de autovías y autopistas

- Ustedes tienen autopistas en Córdoba.

- Sí. Algunas, no todas. Y estamos en proceso de llamado a licitación, por ejemplo, de la autovía que va desde Córdoba hasta la ciudad de San Francisco. La idea es transformarla en autovía para que justamente empalme con la autovía que va hacia la ciudad de Santa Fe, que ya está construida hace unos años. Hay otra vía que es importantísima, que es la ruta 158, que es la que empalma hacia la salida para Chile. De manera tal que eso tiene que ser como mínimo

autovía porque por ahí va a salir la producción argentina que vaya con destino hacia el Pacífico.

- Y a Chile también, que es un mercado comprador de muebles.

- Y a Chile también, pero desde el Pacífico para Asia. De manera tal que esas dos obras son absolutamente centrales. Ya está el compromiso de ayuda por parte del Gobierno Nacional en la construcción en los aportes necesarios para construir esas

vías. De manera tal que esas puedan ser finalmente vías que permitan la utilización de los bitrenes.

- Por último, ¿cómo funciona la eliminación de ingresos brutos de la provincia y su traslado a un impuesto de valor agregado?

- Los principales distritos del país en principio habrían prestado su acuerdo para transformar ingresos brutos provinciales en un IVA provincial o en un impuesto a última vez, llá-

melo como quiera. Pero, en definitiva, de lo que se trata es de crear un impuesto que sea lo más neutro posible y que no vaya agregando en cascada a medida que va pasando de un territorio a otro un 3 por ciento o un 4 por ciento o 4,5 por ciento, según los casos. Y que cuando se da vuelta, cuando ha pasado por 3 o 4 provincias acumula una cantidad de impuestos realmente insostenible. Esos son lo que nosotros llamamos aduanas interiores.

- Cada provincia tienen tasas a ingresos brutos ahora los industriales reclaman que se eliminen.

- Exactamente. ¿Y esto por qué ha sido así? Y bueno, porque el Estado en el anterior gobierno se ha quedado con el grueso del impuesto que recauda o a coparticipado cada vez menos. Por lo tanto, las provincias y los

municipios han salido a resolver su situación como han podido. Y esto finalmente terminó generando distorsión a tal punto que quita la competencia a las pequeñas y medianas empresas.

- Esto lo tienen conversado a nivel provincial

- Sí, por supuesto. Esto se ha conversado entre los principales distritos. Se ha impulsado inclusive es una política definida por parte de las provincias de la región Centro, es decir, Córdoba, Santa Fe y Entre Ríos. Es más, la última reunión plenaria de la región Centro que fue en ciudad de Paraná se solicitó formalmente ayuda económica al Consejo Federal de Inversiones para financiar un estudio para hacer una propuesta terminada completa en ese sentido.

Foto: Gentileza Informe Industrial.

LÍNEA NÓRDICA

La Línea Nórdica presenta una textura exclusiva inspirada en la madera nativa, con poros suaves y elegantes.



5 DISEÑOS
NUEVA TEXTURA



ROBLE ESCANDINAVO	
HELSINKI	
BÁLTICO	
OLMO FINLANDÉS	
TEKA OSLO	

SHOWROOM

Av. Libertador 1217 - Vicente López
Tel: (54-11) 4791-8597
Buenos Aires - Argentina
Solicite muestras a: marketing@araucoargentina.com
www.faplac.com.ar



Feria internacional

FEDEMA 2016 se realizará del 6 al 9 de octubre en Formosa capital

FEDEMA continúa con su evolución y abrirá nuevamente sus puertas para ser el punto de encuentro de la industria de la madera y el mueble en el norte del país, con compradores específicos, provinciales, nacionales e internacionales. Su VII Edición tendrá lugar del 6 al 9 de octubre en el Predio Ferial Paseo Costanero "Vuelta Formosa" de la ciudad de Formosa. D&F Muebles tendrá un enviado especial para cubrir todos los detalles. Material enviado por los organizadores.

Es ya la feria del mueble y la madera por excelencia que desde la ciudad de Formosa y en su habitual espacio del Predio Ferial, con su imponente vista al Río Paraguay, expositores provenientes de toda la provincia y de los polos industriales del país ocuparán 25.000 metros. En sus últimas ediciones, la llegada promedio de trescientas empresas y emprendedores calificados de la provincia, región y del país, generó un volumen interesante de negocios.

Afirmada en sólidas bases, FEDEMA es el lugar elegido para mostrar el potencial de la industria maderera de la provincia y la región, dándole proyección nacional e internacional. Aquí encuentran, en sólo cuatro días, los componentes imprescindibles para garantizar el éxito de su empresa.

La Feria es parte esencial de un sector que día a día aumenta sus inversiones en tecnología e infraestructura. Su VII Edición contará nuevamente con sus consolidados espacios como ser Rondas de Negocios, el Salón de Diseño con los Concursos de Diseño de Muebles y Juguetes en Madera, que este año tiene la concepción de Mobiliario Urbano y Juegos Infantiles de exterior en madera: hacia una ciudad más sustentable, un espacio para Seminarios y Conferencias y encuentro de escultores en madera.

Seminarios

Este espacio está destinado a promocionar la producción formoseña a la vez actualizar los conocimientos a través de disertaciones de nivel provincial, regional, nacional e internacional.

Dentro de los temas proyectados a tratar en esta nueva edición de la Feria Internacional del Mueble y la Madera se abordarán ejes como Promoción y difusión de Programas Forestal de la provincia; avances en mejoramiento genético de las especies nativas, incorporación de diseño en los consorcios, construcción de viviendas sustentables, Bioenergía y Tendencias del mercado del Mueble, entre otros temas.

Uno de los grandes valores que tiene la exposición es que se muestra un buen modelo de articulación público-privado, porque se trabaja desde el gobierno, los centros tecnológicos, la Universidad y las empresas.

Prototipos

Industrias formoseñas construirán prototipos por primera vez de los diseños que participarán en los concursos. Como innovación en esta nueva edición de los Concursos de Diseño y Juguetes los prototipos seleccionados para participar serán construidos por industriales y carpinteros de Formosa.

En esta oportunidad, en lo que respecta al Concurso de Diseño se hará hincapié en el rubro mobiliario urbano, y en cuanto al Concurso de Juguetes, se implementó que participen prototipos de juegos de exterior en madera. Trabajando de cara a FEDEMA 2016 se reunieron las coordinadoras de los concursos con industriales y carpinteros de la provincia con el fin de presentar los proyectos seleccionados para

ver la viabilidad de su construcción para luego ser expuestos en el salón de diseño y posteriormente evaluados por un jurado de carácter provincial, nacional e internacional.

Las coordinadoras, Alejandra Rumich y Marcela Lepore indicaron que "se recibieron proyectos de siete países: México, Venezuela, Colombia, España, Uruguay, Brasil y Argentina. Entre los finalistas que van a estar conformando el patio de diseño tanto de Mobiliario Urbano y Juegos de Exterior hay de Argentina, Uruguay y Brasil, es la primera vez que serán construido por fabricantes de muebles de la provincia". Lepore explicó que "el Concurso de Juegos de Exterior en Madera se cambió la modalidad, no son juguetes, no son piezas pequeñas son productos para ser expuestos y aprovechados en el espacio libre es decir en plazas o escuelas y tienen otras dimensiones".

Por su parte, el subsecretario de Desarrollo Económico, Horacio Cosenza, indicó que "ésta es una excelente oportunidad para que carpinteros e industriales de la provincia puedan desarrollar estos prototipos que luego serán evaluados y tendrán una producción masiva que se pueda socializar y se convierta en un producto fabricado en serie y comercializado tanto dentro como fuera de la provincia".

Y agregó: "FEDEMA es una feria de carácter internacional que edición tras edición se va posicionando y con-

vocando a mayor cantidad de industriales del sector madera y de sus diseños. El objetivo fundamental es que participen acerquen sus productos para vender o promocionar como también para tomar contacto con otras empresas no sólo en lo que tiene que ver con muebles sino también maquinarias e insumos entre otros elementos que hagan a la industria del sector".

Adrián Cometto, industrial maderero, dijo: "Participamos por cuarta vez. Siempre nos llevamos una muy buena experiencia y ahora con un nuevo desafío de participar en la construcción de los prototipos del concurso que se utilicen en el espacio público. Es la posibilidad de abrir nuevos mercados para nuestra empresa. Estamos entusiasmados con la idea y esperamos cumplir con los requerimientos que conllevan los diseños".

Por último, las coordinadoras de los concursos destacaron que, "en esta oportunidad se hará hincapié en el rubro mobiliario urbano, en particular en los tres ejes que abordan la sustentabilidad urbana: Eje Residuos, Eje Energía, Eje Transporte. En cuanto al concurso de juegos de exterior, serán recibidos proyectos de productos o sistemas de productos (juegos integrados), pertenecientes al rubro Juegos Infantiles de exterior cuya implantación pueda darse en espacios urbanos de exterior y/ o unidades educativas de nivel inicial o primario".

Ronda Internacional de Negocios

FEDEMA le ofrece un centro de negocios exclusivo a los empresarios, comerciantes y operadores con las herramientas que necesitan para hacer crecer sus negocios, en el marco de entrevistas prefijadas entre empresas interesadas en vender o comprar, y otras en contratar servicios.

La Ronda de Negocios es un espacio de encuentro entre empresas y organizaciones, diseñado para fortalecer relaciones comerciales, generar contactos de mutuo interés y potenciar oportunidades de negocios. Son minuciosamente preparadas en función de criterios de comercialización, y producción e intereses de mercado con la novedad este año de que han sido invitados cadenas de distribución de muebles y afines.

En este espacio lo que se busca es favorecer la concreción de reuniones pre-acordadas entre distintos actores del sector, en un ambiente especialmente preparado para propiciar el intercambio de información, y acercar a expositores y empresas interesadas en mejorar sus contactos y ampliar oportunidades de negocios con el mercado local, nacional e internacional.

El objetivo central es fomentar el intercambio comercial y la cooperación económica y tecnológica entre los empresarios y/o representantes de todas las organizaciones interesadas.

Ya están confirmando su participación compradores mayoristas de Buenos Aires, Córdoba y Santa Fe y compradores mayoristas de Paraguay, Bolivia y Brasil.

Más información: www.fedema.com.ar o en Facebook: Fedema- Feria Internacional del Mueble y la Madera.

Foto: Archivo D&F Muebles.



FEDEMA tendrá su séptima edición consecutiva.

Presentaron en Corrientes el proyecto "Casas de Madera Correntina"

Se presentó en Casa de Gobierno de Corrientes en julio el proyecto "Casas de Madera Correntina", considerado de vital importancia para la provincia ya que implica promover el agregado de valor, haciendo énfasis en la formación de profesionales y en la generación de mano de obra calificada, como así también en la creación de un Laboratorio de certificación y control de Calidad, informó NEA Rural. Encabezaron el acto el ministro de Industria, Trabajo y Comercio, Ignacio Osella, junto al subsecretario de dicha cartera, Alfredo Vara, acompañados por los expertos chilenos del Instituto Forestal de aquel país, Gonzalo Hernández Careaga y Marcelo González Retamal. Este proyecto nació en el marco de un convenio bilateral de cooperación con el país andino para fortalecer la forestoindustria, en virtud del cual los profesionales ofrecieron en Corrientes su experiencia en construcción de viviendas de madera, en una agenda de trabajo que incluyó encuentros con actores locales involucrados en la temática y que propondrá un análisis del sector maderero para definir líneas de trabajo a largo plazo. Los temas que se abordaron fueron: Industrias de aserrío y construcción con madera en Chile; Beneficios de la construcción con madera; Normativa asociada a la construcción; El laboratorio de madera estructural; Decreto de rotulado de madera en Chile; y Antecedentes de la formación de carpinteros.

Valor agregado

El Concurso de Diseño Masisa para Estudiantes ya tiene sus diez finalistas

El concurso que desde febrero se realiza en forma simultánea en Argentina, Brasil, Chile, México, Perú, Colombia y Venezuela y está orientado a estudiantes de las carreras de diseño, arquitectura y afines, ya tiene sus diez finalistas en la Argentina, informaron fuentes de la empresa. Además, Masisa y Arte Espacio homenajearon al arquitecto Ricardo Blanco y sus emblemáticas sillas. Material enviado por la empresa.



"Silla doblete", render de Vanessa Cheble, estudiante de Diseño Industrial en Universidad Nacional de La Plata.

Incentivar la creatividad y la innovación tecnológica por medio del diseño. ¿Cómo el mobiliario se adapta a las tecnologías digitales que son parte de nuestro día a día?, será lo que el jurado tendrá que evaluar en esta última etapa del concurso.

Durante septiembre se realizaban los prototipos de los proyectos elegidos para que el jurado conformado por Ricardo Blanco, Eduardo Nasso, Eduardo Simonetti y Federico Churba, elijan los tres proyectos ganadores de las medallas de oro, plata y bronce. Aquel que obtenga la medalla de oro es quien representará a la Argentina en noviembre en Perú, junto a los ganadores de los otros países participantes.

Quien resulte ganador en la final internacional accederá a una pasantía en Schattdecor, una de las más prestigiosas empresas de diseño de Alemania, y visitará la Feria IMM 2017 de la ciudad de Colonia, Alemania.

"Las tecnologías digitales cambian constantemente y con esto nuestro estilo de vida. La transición a esta era digital es una tarea compleja que supone una constante renovación y adaptación de los espacios. De este modo, es necesario que el mobiliario con el que interactuamos día a día conviva y se integre a esta era digital", señaló Francisco Estruga, gerente de Marketing de Masisa Argentina.

Los proyectos finalistas son:

- 1- "BlenDesk", de Martín Maturana, estudiante de Diseño Industrial en la Universidad Nacional de La Plata;
- 2- "Coplá", de Facundo Mau y Santiago Ulla, estudiantes de Diseño Industrial en la Universidad Nacional de Córdoba;
- 3- "Esc", de Juan Pablo Colombo, estudiante del curso de Diseño de Muebles en la Universidad Nacional de Córdoba;
- 4- "Escritorio dSk", de Pedro Vilchez, estudiante de Arquitectura de la Universidad de Belgrano;
- 5- "Geniso", de Cristian Neif, estudiante de Arquitectura en la Universidad Nacional del Litoral;
- 6- "MasisaGo", de Fabrizio Colasanto y Cristian Moyano, estudiantes de Diseño Industrial en la

Universidad Nacional de Córdoba;

7- "Megáfono", de Franco Marianetti Scagliotti y María Belén Simionato, estudiantes de Arquitectura de la Universidad Nacional de Mendoza;

8- "Mesa Puzzle", de Luciano Cortez, Claudio Cuello y Morena Soria, estudiantes de Diseño Industrial de la Universidad Nacional de San Juan;

9- "Mueble multifuncional", de Daniel Castillo, estudiante de Diseño Industrial del Instituto Tecnológico ORT;

10- "Silla doblete", de Vanessa Cheble, estudiantes de Diseño Industrial de la Universidad Nacional de La Plata.

Durante septiembre se abrió una votación on line para que la gente pueda elegir el proyecto "favorito del público". Ese premio se sumará a las tres medallas mencionadas anteriormente. La apertura de la votación se anunciará vía redes sociales y para votar su proyecto favorito deberán ingresar a masisa.com



"Coplá", render de Facundo Mau y Santiago Ulla, estudiantes de Diseño Industrial en la Universidad Nacional de Córdoba.

Masisa y Arte Espacio homenajearon a Ricardo Blanco

Masisa Argentina, comprometida con el diseño y la creatividad, auspició por octavo

Continúa en pag.: 15

Breves

CAFIRA INNOVA tuvo su 20° edición en Costa Salguero

Cafira Innova, la exposición de fabricantes e importadores de regalos y afines, ha celebrado la 20° edición con las últimas tendencias en interiores, decoración y diseño, informaron los organizadores por medio de un comunicado de prensa que se reproduce a continuación. De manera original y sorprendente, se diseñaron espacios únicos para el disfrute de los miles de visitantes que concurren a la fiesta del diseño. El ingreso a la exposición fue inesperado: el sorprendente Espacio Innova deleitó a los visitantes con una puesta en escena basada en un pueblito medieval. Ayuntamiento, Platería, blanquearía, bazar y Florería fueron algunas de las vidrieras donde se exponían los productos por especialidad, de manera clara y ordenada.

La temática de la exposición, que cada edición inspira a miles de visitantes que acuden, se basó en esta ocasión en "la celebración": entendido como fusión perfecta entre diseño y arte, lujo, exclusividad o delicadeza, el concepto fue explorado en las diversas exhibiciones que componen la exposición. Música y coros hicieron el recorrido por la

exposición más agradable. La fiesta del diseño reunió a más de 150 expositores donde presentaron materiales innovadores, diseños de vanguardia, y nuevos colores. La oferta de decoración que se exhibió cuenta entre las más amplias y diversas -muebles, luminarias, textiles, vajilla y equipamiento de cocinas, accesorios de decoración, soluciones arquitecturales, etc.- del país. El cuidado no sólo a la selección de objetos, sino a los espacios expositivos, que son a su vez ejemplos de interiorismo y diseño, caracterizan cada una de sus ediciones. El evento fue 100% profesional, es decir, todos los visitantes son comerciantes del sector, clientes potenciales. Unos 15.000 visitantes, acuden a la exposición cada edición de marzo o agosto para entablar lazos profesionales, explorar tendencias de diseño y mercado y conocer ejemplos únicos y de primera calidad del diseño y la decoración contemporáneos.

Cafira Innova es un importante evento de la industria internacional del diseño de interiores, decoración y regalería que ofrece una oportunidad única de obtener una visión general de las tendencias en decoración, muebles, artículos para el hogar, etc. Una oportunidad única de desarrollar conexiones profesionales, conocer las ideas más novedosas y exponer su trabajo.

La próxima edición será Cafira Innova Otoño 2017 del 15 al 18 de marzo.

nes correctivas y reformas que generan buenas bases para un sólido crecimiento económico futuro y una disminución del riesgo país, mientras que en Brasil recientemente se ha iniciado un proceso de cambio político que, en caso de prosperar, se espera resultaría en la implementación de reformas que le permitan recuperar el crecimiento económico a partir del año 2017. En términos generales Masisa recaló que el año 2016 ha sido un período desafiante para la industria de tableros en América latina debido a la tendencia de desaceleración y contracción económica en varios de los mercados que atiende la empresa, y una significativa devaluación de las monedas de la región en comparación con el mismo período del año anterior.

En el frente financiero, sigue avanzando el plan de venta de activos no estratégicos, habiendo cerrado transacciones por US\$ 120,8 millones hasta el 30 de junio de 2016. Se proyecta que el plan supere los US\$ 130 millones para fines de 2016. Con los fondos provenientes de estas ventas Masisa ha pagado deuda financiera, destacando la recompra de US\$ 100 millones de bonos internacionales implementada en febrero de 2016, con lo que se logró mejorar el perfil de vencimientos de la deuda, reduciendo las necesidades de refinanciamiento y el gasto financiero promedio.

El evento más importante del periodo fue la puesta en marcha de la nueva planta de MDF en Durango, México, inaugurada oficialmente el 14 de junio. El proyecto que comenzó en 2014 e involucró una inversión de US\$ 123 millones, comprende una línea con capacidad anual de 220.000 metros cúbicos de tableros MDF, además de una línea de melaminizado o recubrimiento de tableros con capacidad anual de 110.000 metros cúbicos y la ampliación de la planta de resinas ubicada en el mismo complejo. Esta inversión permitirá a Masisa consolidar su posición en ese mercado y seguir creciendo como un actor líder en América latina. Esta planta es parte importante del plan de crecimiento focalizado en México de Masisa, iniciado con la compra de los activos de Rexcel en 2013.

FAIMA visitó la región del NEA

FAIMA visitó el 23 de septiembre la región del NEA, incluida en el plan anual de encuentros con empresarios de cada región del país, en ocasión de una nueva edición de la Feria Forestal Argentina. Las actividades se desarrollaron en Posadas, con APICOFOM como cámara anfitriona, y reuniones de trabajo con representantes de AMAYADAP, AMAC, APFCh e IMFER. La agenda incluyó una breve presentación del plan de acción de FAIMA y las iniciativas vigentes de interés para las empresas y un taller en el cual los empresarios pudieron transmitir sus inquietudes, señalar la situación que atraviesan sus empresas y expresar sus opiniones. También se contó con la participación de autoridades del gobierno provincial. Por la tarde se desarrolló la reunión mensual de Comisión Directiva de FAIMA, con dirigentes de las 27 cámaras de todo el país.

Ventas de Masisa aumentaron un 51% en el segundo trimestre de 2016

Los ingresos consolidados por ventas del segundo trimestre de 2016 de Masisa alcanzaron US\$ 223,5 millones, lo que representa un aumento de US\$ 75,5 millones (+51,0%), informó el portal Notifix. La ganancia bruta en el periodo alcanzó US\$ 48,6 millones, un 78% mayor que el mismo período del año anterior.

El EBITDA consolidado se ubicó en USD 40,4 millones, lo que representa una disminución de 6,5%, explicado principalmente por un menor EBITDA de Chile por el menor tamaño del negocio forestal y de Argentina por el proceso de ajuste económico, lo que fue parcialmente compensado por un mayor EBITDA de Brasil producto de la venta de los bosques que tenía la empresa en dicho país. En el primer semestre Masisa destacó el hecho que en Argentina el nuevo gobierno ha implementado accio-

Programas para PyMEs y emprendedores del Ministerio de Producción de la Nación

A continuación se difunde un listado de programas para PyMEs y emprendedores que ofrece el Ministerio de Producción de la Nación a través de la Secretaria de Emprendedores y PyMEs, según informó FAIMA. Sistemas Productivos Locales: Para impulsar o fortalecer negocios conjuntos con otras PyMEs o desde una cooperativa, este programa brinda asistencia técnica y económica para agregar valor a su producción y desarrollar nuevos productos. Aportes No Reembolsables (ANR) de hasta el 60% del total del proyecto de inversión. Contacto: sistemasproductivoslocales@produccion.gov.ar; PAC Conglomerados Productivos: para impulsar o fortalecer a las PyMEs que quieran conformar un conglomerado productivo o cluster este programa permite desarrollar proyectos de inversión conjunta a través de Aportes No Reembolsables de hasta el 90% del monto total o hasta US\$ 1.500.000.

Contacto:conglomeradospac@produccion.gov.ar;

Proveedores

www.verahome.com.ar
veraventas@hotmail.com

VERA

PLACAS MAQUINAS HERRAMIENTAS
HERRAJES PARA MUEBLES Y OBRAS
SISTEMAS PARA PLACARES, PERFLERIA DE ALUMINIO
COLAS LIJAS CANTOS Y OTROS INSUMOS

Casa central: AV. Sabattini 2866 Córdoba Tel. 0351-4582962
Sucursal: Urquiza 25 Río Cuarto Córdoba Tel. 0358-4643715

Barnes

Lacas - Tintas - Thinner
Selladores - Poliester
Diluyentes - Poliuretanos

Distribuidor:
Vernice Milesi Milano
Calle 6 N° 3678 Villa Lynch
(1672) San Martín
Tel.: 11-4755-1477 Fax:4753-0718
barnesfrancisco@gmail.com



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 ejmp. Bimestrales

Distribución: Todo el país y Países limítrofes (MERCOSUR)
La dirección no se responsabiliza por 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"

25 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 suscripción:
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

Capacitación PyME: la formación de los recursos humanos es clave para que una PyME crezca. Este programa reintegra hasta el 100% de los costos de capacitación en universidades, centros de formación o dentro de la empresa. La devolución de la inversión, a través de bonos electrónico de crédito fiscal, sirve para cancelar IVA y Ganancias. Contacto: capacitacionpyme@produccion.gob.ar; Expertos PyME: si una PyME tiene problemas pero no sabe cómo resolverlos, este programa cubre hasta el 100% de los honorarios de un experto que ayuda a identificar o resolver los desafíos productivos, comerciales, organizacionales o financieros de su empresa. Etapas: pre-diagnóstico, diagnóstico e implementación. Contacto: expertospyme@produccion.gob.ar; PAC Empresas: si una PyME necesita asistencia técnica para incorporar mejoras en su negocio (gestión y certificación de calidad, estrategia comercial, diseño de productos, sistemas de gestión o incorporación de TICS), este programa cubre hasta el 60% del monto total del proyecto vía Aportes No Reembolsables (ANR). Contacto: infopac@produccion.gob.ar; Jornadas PyME: jornada durante la cual las PyMEs conocen cómo acceder a los programas de la Subsecretaría de Política y Gestión de la PyME. Empresas, autoridades y académicos identifican los principales desafíos de las PyMEs en cada provincia. Contacto: jornadaspyme@produccion.gob.ar; Campus PyME: plataforma virtual que permitirá a las PyMEs de todo el país tomar cursos de formación a distancia dirigidos a directores y colaboradores. Contacto: campuspyme@produccion.gob.ar.

Más información: Ministerio de Producción al 011-4349-3697, 0800-333-79, escribiendo a info@produccion.gob.ar o visitando www.produccion.gob.ar

Ingresos totales del Grupo IKEA crecieron 7,1% en año fiscal 2016

En el año fiscal 2016, finalizado el 31 de agosto, las ventas del Grupo IKEA han ascendido a un total de 34.200 millones de euros (US\$ 37.600 millones), lo que supone un aumento del 7,1% ante el ejercicio anterior y un 4,8% en ventas tiendas comparables, informó Notifix. "Este ha sido de nuevo un gran año para el Grupo IKEA, en el que hemos recibido 783 millones de visitas en nuestras tiendas.

Queremos seguir ofreciendo a nuestros clientes productos de buena calidad y hogares inspiradores. El año pasado centramos la atención en la temática: 'Alrededor de la mesa', que cubre las áreas de cocinas, menaje y alimentación, y ha sido un gran éxito, muy apreciado por nuestros clientes", dijo Peter Agnefjäll, presidente y director general del Grupo IKEA. Durante el ejercicio 2016 IKEA inauguró 12 nuevas tiendas y 19 puntos de entrega de mercancía. China continúa siendo el mercado del Grupo IKEA que más rápidamente ha crecido junto con Australia, Canadá y Polonia. Alemania mantiene su posición de mayor mercado, seguido de cerca por Estados Unidos, que vuelve a tener un crecimiento récord este año.

Por otro lado, se mantienen los objetivos de expansión y los planes de abrir las primeras tiendas en India y Serbia durante el próximo año. "El próximo año seguiremos esforzándonos para ofrecer a nuestros visitantes experiencias únicas en IKEA a través de todos nuestros canales. Este esfuerzo solo será posible gracias al compromiso de nuestros empleados que, este año, como es habitual, han vuelto a realizar un estupendo trabajo", concluye Peter Agnefjäll. Actualmente el Grupo IKEA está formado por 315 tiendas y 22 puntos de entrega de mercancía en 28 países. Fundada en 1943 en Suecia, al cierre del último ejercicio, el Grupo IKEA tenía una plantilla de 135.000 colaboradores y recibió 783 millones de visitantes en las tiendas y 2.100 millones de visitantes a la web www.ikea.com

Valor agregado

El Concurso de Diseño Masisa para Estudiantes ya tiene sus diez finalistas

De pag.: 13



"MasisaGo", render de Fabrizio Colasanto y Cristian Moyano, estudiantes de Diseño Industrial en la Universidad Nacional de Córdoba. año consecutivo Arte Espacio, la Feria de Arte Contemporáneo, que se llevó a cabo en Espacio Darwin de San Isidro del 18 al 21 de agosto.

En esta ocasión, Masisa acompañó a Arte Espacio en la inauguración de su área de Diseño, que en esta primera edición presentó un homenaje al reconocido arquitecto y

diseñador industrial Ricardo Blanco.

Blanco se ha hecho mundialmente famoso por crear mobiliario con diseño innovador y transgresor. Por esta razón, Masisa y Arte Espacio han decidido homenajearlo reproduciendo algunos de los más de 300 modelos de sillas diseñados por él. Diseñadores y artistas fueron convocados para recrear los destacados diseños de Blanco, reinterpretando materiales pero manteniendo el espíritu de cada uno de los modelos. Los diseños de melaminas Masisa que fueron elegidos para la materialización de las sillas son Olmo Alpino Touch, Roble Natural de la línea Esencia, Mango y Blanco Lacas.

Francisco Estruga explicó: "Año tras año renovamos nuestro compromiso para acompañar las obras de artistas y diseñadores que aquí se presentan. Que nuestros productos se luzcan en este homenaje materializando las diferentes obras de Ricardo Blanco nos llena de orgullo, por el vínculo que tenemos con él y por el reconocimiento de sus diseños".

Fotos: Gentileza Masisa Argentina.

Continúa la caída de la construcción

Las grandes empresas proveedoras de cemento, revestimientos, caños, pisos y otros insumos para la construcción reportaron un nuevo descenso de las ventas. Las ventas de insumos para la construcción cayeron en agosto 13,6 por ciento en relación al mismo mes del año pasado, informó el matutino Pagina/12. El Índice Construya, que releva los despachos de grandes empresas, ofrece una aproximación al desempeño del sector privado ya que no contempla insumos como el asfalto, estrechamente ligados a la obra pública. El indicador acumula una caída del 10,1 por ciento durante los primeros ocho meses del año. El único dato auspicioso hasta julio en el índice Construya era que la serie desestacionalizada registraba tres meses consecutivos de crecimiento mensual. Esa trayectoria se cortó en agosto, cuando se observó una baja del 6,5 por ciento respecto del mes anterior. Los datos del Índice Construya están en sintonía con la información publicada por el Indec. El último informe disponible para el Indicador Sintético para la Actividad de la Construcción (ISAC) muestra que en el primer semestre el ritmo de contracción se aceleró en la mayoría de los insumos. La única excepción es el asfalto, un producto demandado casi exclusivamente para la obra pública. El índice Construya mide la evolución de los volúmenes vendidos a privados de los productos para la construcción que fabrican grandes empresas como Loma Negra, Aluar, Ferrum, Acerbrag, Klaukol, Plavicon y Acqua System, entre otras. De hecho, las ventas de insumos como ladrillos cerámicos, cemento portland, cal, aceros largos, carpintería de aluminio, pisos y revestimientos cerámicos, adhesivos y pastinas, pinturas impermeabilizantes, sanitarios, grifería y caños de conducción de agua habían registrado en julio la mayor caída interanual de su historia. El rojo llegó al 23,9 por ciento, superando la marca registrada en diciembre de 2008, en pleno estallido de la crisis de las hipotecas subprime. A pesar del pobre comportamiento generalizado que muestra la actividad, la Asociación de Fabricantes de Cemento Portland, la cámara que agrupa a las firmas cementeras, informó que los despachos al mercado interno registraron en julio una mejora del 6,7 por ciento interanual. Con ese primer repunte del año se amortiguó la caída acumulada y en los primeros ocho meses se observó una merma del 12,5 por ciento en la venta de cemento para el consumo local. La última información publicada por el Instituto de Estadística y Registro de la Industria de la Construcción (IERIC) evidenció que en julio se destruyeron 61.371 empleos formales en relación con el mismo mes del año anterior. La cifra representó una caída del 14,4 por ciento, la contracción más pronunciada desde 2007, cuando comenzó a realizarse la medición. La reducción en la cantidad de puestos de trabajo en los municipios del conurbano bonaerense constituye el factor regional más relevante para explicar la caída en lo que va del año.

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 25 años con el sector

Entrevista exclusiva

Actualidad de Ricchezza, con menos ventas y la instalación de una línea comprada en 2015

De pag.: 5

*POR ELISABET ARN

curven se les practicaron diferentes patrones de corte, hasta encontrar el que mejor funcionó, que dio mayor flexibilidad con menor complejidad productiva. El proceso se desarrolló íntegramente en planta, con nuestro equipo de producción. Piensan desarro-

llar un producto comercial, lo hemos analizado mucho, pero no tenemos el mercado que pueda comprar la producción que necesitamos hacer de un producto así.

Flex, mueble de guardado o biblioteca

Diseñadores, creativos y fabricantes de muebles de

la industria nacional se sumaron en febrero de 2015 al Proyecto Deseo para proponer 50 muebles impensados, que nos transporten al futuro. La consigna que guió la producción de estos productos fue pensar en el próximo mueble argentino a partir de explorar morfo-

logías, tecnologías, identidades y combinaciones de materiales, para responder a los usos y las necesidades de los futuros consumidores.

El objetivo es lanzar una nueva mirada sobre la industria mueblera argentina, analizar las tendencias a

nivel internacional y generar factores que identifiquen una producción nacional diferenciada, con identidad propia y totalmente novedosa.

En este proyecto participaron fábricas, estudios y diseñadores, cuyos trabajos fueron evaluados por un comité conformado por: arquitectos Julio Oropel, Ricardo Blanco y Valeria del Puerto, diseñadora en Comunicación Visual Carolina Guerendiain, diseñadora industrial Beatriz Sauret y licenciada

Carolina Martínez.

Las empresas que integran Proyecto Deseo son: Ricchezza S.A., Federici Amoblamientos - Produmob S.R.L., Fabril Maderera S.A., Michael Thonet, Gicovate, Itar Amoblamientos, Springwall, Centro de Diseño Italiano y Fiplasto.

Los diseñadores que trabajan para el proyecto son: Gonzalo Díaz Malbrán, Alejandra Rumich, USTATIC SRL, Estudio Arn-Salum, Hernán Pratti, Grupo Bondi, Cristian Mohaded, Estudio Lascano, Estudio Mejías-Nikiel.

El arquitecto Daniel Salum, integrante de Estudio Arn-Salum junto a Elisabet Arn, dijo que “había que diseñar un producto que si bien tenía que tener cualidades de vanguardia o de concept, también tenía que tener una relación con el esquema productivo de Ricchezza, que es una empresa que hace productos a gran escala, con pocos procesos. Diseñamos un mueble de la tipología de guardado o biblioteca con la particularidad de que es totalmente desarmable y por una técnica de calado del MDF se generan curvas. El mueble se llama Flex y tiene ondas. Cuando se desarma quedan todas placas planas. Se desarrolló todo con la tecnología que ellos ya tenían en la empresa”.

Respecto a la convocatoria a Proyecto Deseo, Salum agregó que “fue un trabajo muy lindo. Fue un desafío para nosotros como diseñadores y también para la empresa, al lanzarse a hacer productos que habitualmente no hace. A la vez, una de las premisas era que este proyecto dejara un antecedente en la empresa para que posteriormente pudiera apostar al diseño y al agregado de valor a los productos. Y creo que se logró. De hecho, la empresa quiere seguir trabajando en proyectos como éste. Le gustó mucho el concepto de usar la placa de una manera distinta; el poder lograr curvas con las placas realmente siempre fue un problema, porque implicaba mucho trabajo, mucho maquinado. Estamos muy contentos. Y la empresa también”.

Fotos: Gentileza Ricchezza y Estudio Arn Salum.

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

TODO LO QUE
NECESITÁS
PARA LLEVAR
ADELANTE
TUS PROYECTOS
ESTÁ EN
MASISA.COM



MASISA
Tu mundo, tu estilo