

FIMAR, abre un portal virtual para potenciar las oportunidades comerciales mayoristas del sector. Organizan CAMMEC; Cámara de la Madera y Afines de San Francisco; Cámara de la Madera y Afines de Río Cuarto; CIMA, CAFYDMA y CEMA. Ver Pag.: 13



FIMAR se reinventa y abre un portal virtual que reunirá al Mueble Argentino.

América Latina y el Caribe cuenta con casi 640 millones de habitantes y un PNB per cápita de aproximadamente USD 9.000. Según la estimación de CSIL, el mercado de muebles de esta región tiene un valor de aproximadamente US\$ 16.000 millones a precios de producción/importación. Ver: pag.15



D&F Muebles

Diseño y Fabricación de Muebles

Entrevista exclusiva

Ricchezza: pandemia, reactivación y estrategia para lo que viene, desde Cañada de Gómez

D&F Muebles se entrevistó telefónicamente con Andrés Zelaya, gerente de Ventas de Ricchezza. Zelaya se incorporó en diciembre pasado a la empresa, en reemplazo del fallecido Hugo Panattoni. Se abordaron en el diálogo cómo se adaptó la firma al aislamiento social preventivo y obligatorio establecido el 20 de marzo, la gestión de ventas ante la imposibilidad de enviar viajantes a las rutas, los planes para exportar y mucho más.



La planta industrial de Jorge Ricchezza S.A. está ubicada en Cañada de Gómez, ciudad que años atrás era conocida como "La Capital del Mueble".

- ¿Cómo fue el desempeño de la empresa desde el 20 de marzo en adelante?

Continúa en Pag.: 2-3

Entrevista exclusiva

ALADI y el diseño como filosofía empresarial, en un contexto de pauperización general

D&F Muebles dialogó en exclusiva con Paolo Bergomi, presidente de la Asociación Latinoamericana de Diseño (ALADI). La entidad, fundada en 1980, organizó del 19 al 24 de octubre la XXXIIIª Semana ALADI Diseño MERCOSUR en Argentina, con múltiples eventos. "Hay un tremendo esfuerzo desde ALADI [...] pero si no se hace adoctrinamiento o catequización en el sector emprendedor, es muy complicado ingresar al sector industrial con diseño". Una charla imperdible.

Semana del Diseño en **PLATAFORMA EMPRENDER** **2020**

El Valor del negocio generado por el Diseño

Ing. Ana Paula Schmiedel
Diseño del Negocio
A través del Marketing

Lic. Francisco Maidana
Proceso de la Gestión del
diseño desde la Calidad

Dr. Paolo Bergomi
Percepción del valor
A través del Diseño de los
productos

Inscribite:
<http://bit.ly/elvalordelnegocio>

zoom

Lunes 19 de octubre
De 18.00 a 19.30hs. ARG

Una de las actividades que organizó Plataforma Emprender de Santiago del Estero como parte de la Semana del Diseño.

- ¿Cómo ves la actualidad del diseño en Argentina, lo que está pasando hoy en el país?

- Primero que nada, es un sector que está en crisis como todo el resto. Ayer (por el 15 de octubre) estábamos participando en un evento de PyMEs de Brasil y Argentina con el sector de industria e innovación de Minas Gerais, y el planteo es que en general la industria desconoce el valor del diseño.

- ¿Continúa ese problema?

- Sííí (estira las vocales), absolutamente. Te voy a

Continúa en Pag.: 8-9

Incentivos a exportadores

FAIMA apoya medidas del gobierno que incentiva exportaciones de muebles

Ver en Pag.: 4

Relevamiento en PyMEs

CAME: se atenúa la caída de la producción en madera y muebles, con -1,6% en septiembre

Ver en Pag.: 5



HERRAJES CONFIABLES



Entrevista exclusiva

Ricchezze: pandemia, reactivación y estrategia para lo que viene, desde Cañada de Gómez

De Pag.:1

- Hasta marzo veníamos bastante bien en base a los objetivos que teníamos. A partir del 20 de marzo, con la cuarentena estricta, obviamente pasamos a tener cero producción, cero entregas. De hecho, nos llegaron muchos mensajes de empresas que anulaban compras ya pactadas. Y hubo un proceso de incertidumbre que duró casi todo el mes de abril. Empezamos a operar el 14 de abril, aproximadamente. Porque si bien en los primeros días de abril fuimos considerados como actividad esencial, no arrancamos inmediatamente porque nos tomamos un tiempo para preparar los protocolos y para empezar de a poco, con no todo el personal trabajando. A la semana siguiente



Juego de dormitorio "Benevento".

seguimos operando con distanciamiento, pero ya está más aceitado el proceso.

- En esa época uno de

Nosotros todo este tiempo estuvimos trabajando con los clientes para facilitarles herramientas que les permitieran vender on line:

Chaco, que nunca hubiese pensado en vender on line, de pronto se encontró haciendo ventas por Facebook Marketplace y por el WhatsApp de sus vendedores. Y, si bien hasta el día de hoy hay gente que no tiene ningún tipo de ingresos, porque depende de lo que trabaja, hay una gran masa de trabajadores que empezaron a pensar en remodelar y a darle bolilla a la casa. Y se dieron cuenta de que el placard les quedó chico, o que les hace falta o living más cómodo, una silla de oficina o un escritorio. Y se empezó a reactivar. Los que más compraron fueron los clientes que comenzaron a vender on line.

- En ese punto, la comunicación estratégica, el pull marketing son segmentos poco desarrollados por las empresas de la cadena del mueble, según se señala en las encuestas que hace FAIMA. ¿Cómo le resultó a Ricchezze y a su red de clientes este proceso? ¿Lo pudieron resol-

ver satisfactoriamente? ¿Les cuesta o les costó adaptarse a quienes venden al público en general?

- A todos les generó alguna que otra complicación porque una mueblería podía mostrar un producto, pero no estaba preparada para cobrar on line, por ejemplo. Hay muchas herramientas, pero hay que empezar a utilizarlas. La logística fue otro de los rubros en los que había que estar preparados. Si bien las ventas eran más que nada a nivel local, y la mayoría tiene reparto a nivel local, había que coordinar para que los encargados

de logística pudieran llegar y entrar a las casas de los clientes.

Eso muchas veces genera problemas. Por ejemplo, nosotros vendemos los muebles en cajas, para armar, y generalmente

nuestros clientes se los arman a sus clientes finales. Pero la mayoría se dio maña y pudo vender con buenos resultados.

Nosotros enviamos mails masivos a todos nuestros clientes. Nosotros tenemos la página web que siempre estuvo apta para que se puedan descargar catálogos, fotos, listas de precios, hacer pedidos. Pero la gente no la usaba. Nosotros avisamos que podían utilizar la página con usuario y contraseña y muchos comercios nos contestaron. Se ve que se ocuparon y que les sirvió la herramienta.

- ¿Ricchezze tiene estructura comercial y de gestión para procesar información que eventualmente le llegue desde consultas a través de la página web?

- No damos información a través de la web a clientes que no están registrados. Para acceder a precios y a otro tipo de informaciones tiene que ser un cliente que ya venga operando con nosotros. Los



Línea de muebles para cocina "Lugano", ambientada en tono negro.

empezamos a producir. También era incierto porque no sabíamos cómo iba a reaccionar el mercado. En ese tiempo se trabajó a media máquina, para cumplir con los protocolos de distanciamiento. Hoy

los reclamos era que pudieran abrir las mueblerías para que el público en general pudiera comprar.

- Sí, sí. A fines de abril a nosotros nos sucedió que muchos clientes nos llamaban para comprar.

fotografías, descripciones de productos. Hablando con los clientes nos contaban que habían empezado a vender por Facebook, por WhatsApp. Por poner un ejemplo, una mueblería chiquita del interior de

Redes sociales, un desafío para la mayoría de las empresas

- Nosotros todavía no desembarcamos en las redes sociales. Lo íbamos a hacer de manera casera para aprovechar el boom de conectividad que generó la pandemia, pero preferimos esperar, buscar asesoramiento y hacerlo de modo profesional. El mercado sabe que Ricchezze es líder y un referente en el rubro producción, pero el gran consumidor no sabe quién es Ricchezze.

- No hay un posicionamiento de marca.

- De hecho, muchas veces los productos cuando están armados en el punto de venta no llevan ni la marca que los identifica.

- Entonces piensan trabajar en ese sentido.

- Sí, tenemos que apuntar en ese sentido pronto, pero de manera profesional. La idea es profesionalizar las comunicaciones y las formas en que nos contactamos con el consumidor. Hoy no tenemos contacto con el consumidor final, salvo que entren a la página de la empresa. Hoy el contacto es con los distribuidores de muebles. Queremos empezar a generar que el público pida nuestros productos. Para eso también tenemos que empezar a trabajar en diseños que tengan una impronta y una imagen de la marca.

- ¿Han incorporado mano de obra? ¿Les resultó fácil encontrar el personal con las habilidades requeridas?

- Nosotros hicimos incorporaciones. Tuvimos mucho personal que es grupo de riesgo y no puso ir a trabajar ante el surgimiento del COVID, entonces se cubrieron esos puestos de trabajo y también se tomó más personal para cubrir todas las áreas de producción. Y hoy se ha extendido tanto la pandemia que todas las semanas hay algún empleado que debe aislarse por haber sido contacto estrecho de algún contagiado. Son operarios de niveles básicos. Por ahí cuesta más conseguir personal más jerarquizado, que tenga mayores conocimientos en el manejo de maquinarias

Dealer of

SP 2020 CV TP

Antonio Norez 5195 (5021) Córdoba
+ 54 3543 422054
estudio.arn.salum@gmail.com

ESPECIALISTAS EN EL SECTOR MUEBLES

diseño de productos
imagen corporativa
arquitectura comercial
asesoramiento estratégico
formación

más diseño, más negocios

Producto FLEX para RICCHEZZE

Proyecto Diseño



Placard con puertas corredizas modelo "Tana Plus".

clientes potenciales pueden llenar un formulario de contacto y nosotros los llamamos a la brevedad.

- No es público minorista, son al menos mueblerías, ¿no es cierto?

- Sí, son mueblerías. Cuando recibimos alguna consulta de un cliente minorista lo derivamos a la mueblería más cercana.

- ¿En ese punto tuvieron que hacer algún cambio en la empresa para agilizar las gestiones?

- La verdad que no, porque ya lo tenemos bastante aceitado. Sí le empezamos a prestar más atención porque fue una forma de generar mayores ventas. Nos pasó como empresa que tenemos una estructura de ventas que, en gran parte, tienen vendedores exclusivos que viven en Cañada de Gómez. Y hace seis meses que no viajan. El hecho de que hayan viajado todos los años anteriores nos permite que ellos puedan levantar el teléfono, que del otro lado los

- Te consulto por innovaciones que hayan hecho a raíz de la pandemia. Por ejemplo, La Valenziana ha lanzado un producto sanitizante. ¿Ricchezza ha incursionado en ese tipo de lanzamientos?

- A nosotros nos pidieron en su momento que cotizáramos camas equipar centros de aislamiento. Se desarrolló un prototipo, pero después no prosperó el negocio. Y después no lanzamos ningún producto específico por necesidades que hayan surgido por el COVID-19. Sí nosotros seguimos lanzando líneas de productos y generando cosas nuevas. Y eso generó nuevas ventas.

- ¿Hay alguno que quisieras destacar especialmente?

- Nosotros hemos lanzado un placard con melamina de 12 milímetros de espesor. Porque el público nos pedía algo económico y era un producto al que siempre esquivábamos por una cuestión de que ese

productos similares importados de Brasil. No tenían una estructura muy firme. Nosotros desarrollamos un mueble que tiene una estructura muy firme por la construcción. Se tuvieron en cuenta tanto los tornillos como el número de roscas de cada uno de ellos, la cantidad de bisagras por puertas para que no pandee. Se consideraron muchas cuestiones que hacen que el producto sea económico y que a la vez tenga durabilidad. Nosotros necesitamos que el producto tenga una vida útil prolongada, porque hacer un producto barato y que se rompa a los dos meses no sirve ni para el cliente, ni para el consumidor final ni para nosotros. Y la verdad es que tuvimos alguna barrera de entrada porque

bien. También se incorporaron mesas de luz y un chifonier para completar la línea.

- ¿Les pidieron algún producto para economizar espacios, por ejemplo? Muchas personas que viven en pequeños departamentos han notado que necesitaban mayor espacio para desarrollar actividades en épocas de aislamiento obligatorio por la pandemia.

- No, nadie nos planteó nada en ese sentido. También lanzamos una línea de cocina para una de las cadenas de retail que nos compra, que estaba prevista. Y otros desarrollos se vieron postergados por la pandemia. Hoy la provisión de materiales no es tan asidua como antes. Tenemos que administrar la materia prima que nos entregan para producir lo que necesitamos y asegu-

Brasil están cerrando fábricas de muebles porque no les proveen la materia prima, la placa.

Es tanta la demanda que se da la situación de que el proveedor se ve en la obligación de decidir a quién entregar a quien no, en Argentina los proveedores de placa tienen que atender no solo la demanda de nosotros los industriales, sino que también tienen que abastecer a sus distribuidores y atender la demanda internacional.

Balance del año

- ¿Cómo estiman que van a cerrar el ejercicio 2020 en cuanto a producción y ventas respecto de 2019?

- Tanto en producción como en ventas vamos a cerrar mucho mejor en 2020 que en 2019. No lo puedo poner en cifras

hoy hacen que tengamos una muy buena posición en el mercado. Además, hay una trayectoria de la empresa. Los que lo conocieron a Hugo (Panattoni), él era una persona seria y coherente en la implementación de políticas comerciales. Eso hoy eso me ayuda mucho porque la gente sabe que siempre tuvo respuesta de parte de la empresa.

- Estratégicamente, para 2021 o más adelante, ¿cómo prevén que puede desempeñarse la empresa? ¿Piensan en reforzar algún sector de la empresa en especial?

- Nosotros como empresa hoy tenemos la firme convicción de ir profesionalizando todos los procesos. La producción está bastante profesionalizada, pero aun así el objetivo es ir mejorando constante-



Juego de dormitorio "Trío".

La posibilidad de exportar

- ¿Ricchezza está exportando o evalúa hacerlo?

- Nosotros hicimos algunos envíos al exterior. No está fácil el hecho de exportar porque por el valor del dólar seguimos siendo poco competitivos si nos comparamos con Brasil. Sí a nosotros nos liquidaran las exportaciones al valor del dólar blue, seríamos súper competitivos. Pero como liquidamos al dólar oficial no nos dan los precios para competir con Brasil. Y la falta de mercadería en Brasil también nos abre una oportunidad.

- ¿Solamente Brasil es visto por la empresa como un destino a exportar o evalúan otros mercados en América latina?

- No, en realidad la idea es exportar al resto de América latina excepto Brasil, porque Brasil tiene una industria del mueble muy fuerte. El tema es que a nosotros siempre nos comparan con Brasil a la hora de cotizar un negocio y nosotros somos menos competitivos en cuanto a precios.

Después hay muchas cuestiones, como la calidad, que uno podría defender, pero para hacer esa defensa se requiere tener una reunión personal con el potencial comprador. Y hoy eso no se puede por la pandemia. Esa situación se da en toda América latina, sobre todo en los países más cercanos. Está la oportunidad. El tema sería poder ser competitivos.

atiendan y generar ventas.

Pandemia e innovación

espesor no está bien visto en el rubro placares, por experiencias anteriores de

la gente desconfiaba y resultó ser un producto que se está vendiendo muy

rar a nuestros clientes un aprovisionamiento adecuado de los productos que vienen trabajando actualmente.

- ¿Hay faltante de algún material en especial que los complique para el sector producción?

- Básicamente, la placa es un problema hoy en día. Sobre todo, para los que compramos la mayor parte de crudo. Está complicada la provisión de este tipo de tableros, lo que en algún momento nos puede llegar a generar problemas para la producción. Ojalá no lleguemos a ese punto.

- ¿Es solamente una cuestión de ecuación de negocios de los fabricantes de tableros?

- El mercado de la placa está sobre-demandado, no sólo en Argentina sino también en Brasil. En

exactas, pero estamos bastante mejor.

Muchos clientes que son muebleros y también venden artículos para el hogar, al no poder abastecerse de artículos tecnológicos se han volcado mucho a la venta de muebles. Hoy no conviene tener plata en efectivo, entonces muchos se inclinan por comprar, más si se les da unos días de plazo para pagar.

- Dentro de Argentina, ¿hay algún mercado que esté funcionando mejor que otro o siempre se trata de los grandes centros urbanos?

- La verdad es que nosotros tenemos una cobertura nacional muy buena, de punta a punta. Tenemos una estructura logística que nos permite llegar a todos los puntos del país. Son distintas aristas que

mente los controles de calidad. Porque cualquier problema en ese punto genera problemas con el cliente mueblero y también para el consumidor final. Si bien el índice es muy bajo en este ítem, el objetivo es que el número de problemas en el rubro control de calidad tienda a cero.

- ¿Piensan incorporar maquinaria?

- La idea es siempre reinvertir, poder crecer e ir automatizando más sectores. No con el objeto de dejar gente afuera, sino con la idea de que los procesos de producción no generen dolencias laborales. Sí la idea es seguir una línea de profesionalización general.

Fotos: Gentileza Ricchezza.

FAIMA apoya medidas del gobierno que incentivas exportaciones de muebles

FAIMA apoyó las medidas anunciadas el 1° de octubre por el gobierno. Se redujeron los derechos de exportación de bienes finales industriales a 0% y de insumos elaborados industriales a 3%. Considera que permitirán “la búsqueda de nuevos mercados” de muebles. Comunicado oficial. Además, hubo acuerdo en negociaciones paritarias para el aumento de sueldo de los empleados de la cadena de valor.

Convenio Colectivo de Trabajo 335/75						
ESCALA SALARIAL VIGENTE A PARTIR DE 16 de SEPTIEMBRE/2020 hasta DICIEMBRE/2020						
MADERAS TERCIDAS						
CATEGORIA	AGOSTO 2020	1ra QUINCENA de SEPTIEMBRE 2020	A PARTIR de la 2da QUINCENA de SEPTIEMBRE 2020 4% REM	OCTUBRE 2020 4% REM.	NOVIEMBRE 2020 4% REM.	DICIEMBRE 2020 4% REM.
I- OFICIAL MULTIPLE	\$208.08	\$208.08	\$215.46	\$222.84	\$230.22	\$237.60
II- OFICIAL ESPECIALIZADO	\$188.48	\$188.48	\$195.07	\$201.66	\$208.25	\$214.84
III- OFICIAL GENERAL	\$177.44	\$177.44	\$183.59	\$189.74	\$195.89	\$202.04
IV- MEDIO STANDARD	\$172.04	\$172.04	\$177.97	\$183.90	\$189.83	\$195.76
V- MEDIO OFICIAL	\$159.17	\$159.17	\$164.59	\$170.01	\$175.43	\$180.85
VI-AYUDANTE	\$157.26	\$157.26	\$162.60	\$167.94	\$173.28	\$178.62
VII- OPERARIO ACT. INDUSTRIAL	\$154.61	\$154.61	\$159.85	\$165.09	\$170.33	\$175.57
MENORES DE 16 AÑOS	\$135.14	\$135.14	\$139.60	\$144.06	\$148.52	\$152.98
MENORES DE 17 AÑOS	\$141.58	\$141.58	\$146.30	\$151.02	\$155.74	\$160.46

* El porcentaje acordado del 16% se aplica sobre los salarios básicos a partir de la 2da. Quincena de Septiembre de 2020, tomando como base de cálculo los valores horarios del mes de Mayo de 2020 – “Cuadro D”- del Acta Acuerdo del 03 de Julio de 2020.

ADICIONALES:
PRESENTISMO: 20% de la liquidación del periodo. Se liquida y abona por quincena (Acta Acuerdo del 28/11/89). Se debe tener asistencia perfecta.
ANTIGÜEDAD: 1% por año de antigüedad.
ROPA DE TRABAJO: Dos (2) juegos de ropa de trabajo por año, uno en abril y otro en octubre. Se entrega al personal con más de dos (2) meses de antigüedad (art. 34 CCT 335/75).
CUOTA SINDICAL: 3% del sueldo mensual percibido (Art 21° C.C.T. N° 335/75)
SEGURO COLECTIVO DE VIDA Y SEPELIO: Aporte Obrero 1.5%; Contribución Patronal 1% + 0.6%, Fondo Total: 3.1%. Cuenta 900004/43 – B.N.A. – SUC. Caballito. (Arts. 32 y 32 bis CCT 335/75)

Escalas salariales para el rubro maderas terciadas.

Se redujeron desde el 1° de octubre los derechos de exportación de bienes finales industriales a 0% y de insumos elaborados industriales a 3%.

Las medidas anunciadas incentivan a la exportación

y dan respuesta a un reclamo histórico tanto del sector foresto industrial como el muebler.

Muebles

En el segmento muebles esta medida permite orien-

tar los incentivos hacia el diseño y la diferenciación de producto en la búsqueda de nuevos mercados.

El mercado mundial de muebles representa aproximadamente el 1% del comercio siendo los muebles de madera su principal componente.

“Hay un mercado muy

grande en donde la industria local tiene un rol que jugar. Hay que salir a conquistar los mercados externos”, apuntaló Soledad Milajer, secretaria General de FAIMA.

En el marco de las mesas sectoriales tanto de Foresto Industria como la Mesa de Muebles coordinada por la Secretaría de Industria seguiremos trabajando en la articulación público-privada para mejorar la competitividad de nuestras exportaciones.

En este norte, medidas que apuesten a la renovación tecnológica del sector, al mismo tiempo que se sostiene el financiamiento de la demanda, resultan necesarias para el fortalecimiento.

Desde FAIMA vemos como muy positivas las medidas anunciadas el día jueves 1° de octubre de 2020 por el Ministerio de Desarrollo Productivo.

Creemos que la reducción de los derechos de exportación de los bienes industriales a 0% y de insumos elaborados a 3%, un viejo y sostenido reclamo de la Federación, es un paso concreto y decisivo para apuntalar las exportaciones industriales.

“Las medidas anunciadas incentivan a la búsqueda de mayor valor agregado en las exportaciones y fomentan nuestra industria. En este marco la Foresto Industria tiene mucho para ofrecer”, dijo Román Queiroz, presidente de FAIMA.

Motor de la economía

Compartimos en espíritu que las exportaciones tienen que ser uno de los

Convenio Colectivo de Trabajo 335/75						
ESCALA SALARIAL VIGENTE A PARTIR DE 16 de SEPTIEMBRE/2020 hasta DICIEMBRE/2020						
AGLOMERADOS						
CATEGORIA	AGOSTO 2020	1ra QUINCENA de SEPTIEMBRE 2020	A PARTIR de la 2da QUINCENA de SEPTIEMBRE 2020 4% REM.	OCTUBRE 2020 4% REM.	NOVIEMBRE 2020 4% REM.	DICIEMBRE 2020 4% REM.
VEHICULO 2	\$185.28	\$185.28	\$191.74	\$198.20	\$204.66	\$211.12
VEHICULO 3	\$179.10	\$179.10	\$185.32	\$191.54	\$197.76	\$203.98
VEHICULO 4	\$168.05	\$168.05	\$173.82	\$179.59	\$185.36	\$191.13
PRODUCCION 1	\$180.63	\$180.63	\$197.31	\$203.99	\$210.67	\$217.35
PRODUCCION 2	\$185.16	\$185.16	\$191.62	\$198.08	\$204.54	\$211.00
PRODUCCION 3	\$179.82	\$179.82	\$186.06	\$192.30	\$198.54	\$204.78
PRODUCCION 4	\$168.05	\$168.05	\$173.82	\$179.59	\$185.36	\$191.13
PRODUCCION 5	\$163.66	\$163.66	\$169.26	\$174.86	\$180.46	\$186.06
MANT. OF. ESP.1	\$205.17	\$205.17	\$212.43	\$219.69	\$226.95	\$234.21
MANT. OF. ESP.2	\$197.93	\$197.93	\$204.90	\$211.87	\$218.84	\$225.81
MANT. OFICIAL 1	\$183.78	\$183.78	\$190.18	\$196.58	\$202.98	\$209.38
MANT. OFICIAL 2	\$179.10	\$179.10	\$185.32	\$191.54	\$197.76	\$203.98
MANT. MEDIO OFICIAL	\$168.05	\$168.05	\$173.82	\$179.59	\$185.36	\$191.13
SERVICIOS A	\$197.70	\$197.70	\$204.66	\$211.62	\$218.58	\$225.54
SERVICIOS B	\$185.28	\$185.28	\$191.74	\$198.20	\$204.66	\$211.12
SERVICIO C	\$179.10	\$179.10	\$185.32	\$191.54	\$197.76	\$203.98
SERVICIOS D	\$168.05	\$168.05	\$173.82	\$179.59	\$185.36	\$191.13
MENORES DE 16 AÑOS	\$137.05	\$137.05	\$141.58	\$146.11	\$150.64	\$155.17
MENORES DE 17 AÑOS	\$149.62	\$149.62	\$154.66	\$159.70	\$164.74	\$169.78

* El porcentaje acordado del 16% se aplica sobre los salarios básicos a partir de la 2da. Quincena de Septiembre de 2020, tomando como base de cálculo los valores horarios del mes de Mayo de 2020 – “Cuadro D”- del Acta Acuerdo del 03 de Julio de 2020.

ADICIONALES:
PRESENTISMO: 10% de la liquidación de periodo. Se liquida y abona por quincena (Acta del 28/11/89). Se debe tener asistencia perfecta. .
ANTIGÜEDAD: 1% por año de antigüedad.
ROPA DE TRABAJO: Dos (2) juegos de ropa de trabajo por año, uno en abril y otro en octubre. Se entrega al personal con más de dos (2) meses de antigüedad (art. 34 CCT 335/75).
CUOTA SINDICAL: 3% de la remuneración mensual percibido (Art 21° C.C.T. N° 335/75)
SEGURO COLECTIVO DE VIDA Y SEPELIO: Aporte Obrero 1.5%; Contribución Patronal 1% + 0.6%, Total: 3.1%. Cuenta 900004/43 – B.N.A. – SUC. Caballito. (Arts. 32 y 32 bis CCT 335/75)

Nuevas escalas salariales para trabajadores del rubro aglomerados.

motores de la economía para el futuro.

Es en esta línea también que la suba de reintegros a la exportación es otro paso en la dirección correcta.

“Los productos del sector foresto-industrial tienen una muy baja utilización de productos importados lo que los coloca en una posición única para tener un rol central entre los complejos exportado-

como en aquellas nuevas aplicaciones como la construcción con madera.

Este conjunto de medidas permite al sector concentrarse en la búsqueda de nuevos mercados e incrementar el volumen exportador a aquellos destinos tradicionales.

La cadena de valor foresto industrial presenta uno de los sectores con mayor aptitud para incre-

Convenio Colectivo de Trabajo 335/75						
ESCALA SALARIAL VIGENTE A PARTIR DE 16 de SEPTIEMBRE/2020 hasta DICIEMBRE/2020						
MUEBLES, ABERTURAS, CARPINTERIAS Y DEMÁS MANUFACTURAS DE MADERA Y AFINES						
CATEGORIA	AGOSTO 2020	1ra QUINCENA de SEPTIEMBRE 2020	A PARTIR DE LA 2da QUINCENA de SEPTIEMBRE 2020 4% REM.	OCTUBRE 2020 4% REM.	NOVIEMBRE 2020 4% REM.	DICIEMBRE 2020 4% REM.
I- OFICIAL MULTIPLE	\$224.12	\$224.12	\$232.14	\$240.16	\$248.18	\$256.20
II- OFICIAL ESPECIALIZADO	\$203.15	\$203.15	\$210.33	\$217.51	\$224.69	\$231.87
III- OFICIAL GENERAL	\$189.36	\$189.36	\$195.99	\$202.62	\$209.25	\$215.88
IV- MEDIO OFICIAL	\$173.64	\$173.64	\$179.64	\$185.64	\$191.64	\$197.64
V- AYUDANTE	\$167.27	\$167.27	\$173.01	\$178.75	\$184.49	\$190.23
VI-OPERARIO ACT. INDUSTRIAL	\$165.06	\$165.06	\$170.71	\$176.36	\$182.01	\$187.66
MENORES DE 16 AÑOS	\$138.24	\$138.24	\$142.82	\$147.40	\$151.98	\$156.56
MENORES DE 17 AÑOS	\$150.93	\$150.93	\$156.02	\$161.11	\$166.20	\$171.29

* El porcentaje acordado del 16% se aplica sobre los salarios básicos a partir de la 2da. Quincena de Septiembre de 2020, tomando como base de cálculo los valores horarios del mes de Mayo de 2020 – “Cuadro D”- del Acta Acuerdo del 03 de Julio de 2020.

ADICIONALES:
PRESENTISMO: 22% de la liquidación de periodo. Se liquida y abona por quincena (Acta Acuerdo del 28/11/89). Se debe tener asistencia perfecta.
ANTIGÜEDAD: 1% por año de antigüedad.
ROPA DE TRABAJO: Dos (2) juegos de ropa de trabajo por año, uno en abril y otro en octubre. Se entrega al personal con más de dos (2) meses de antigüedad (art. 34 CCT 335/75).
CUOTA SINDICAL: 3% del sueldo mensual percibido (Art 21° C.C.T. N° 335/75)
SEGURO COLECTIVO DE VIDA Y SEPELIO: Aporte Obrero 1.5%; Contribución Patronal 1% + 0.6%, Fondo Total: 3.1%. Cuenta 900004/43 – B.N.A. – SUC. Caballito. (Arts. 32 y 32 bis CCT 335/75)

Convenio Colectivo de Trabajo 335/75						
ESCALA SALARIAL VIGENTE A PARTIR DE 16 de SEPTIEMBRE 2020 hasta DICIEMBRE/2020						
ASERRADERO, ENVASES Y AFINES						
CATEGORIA	AGOSTO 2020	1ra QUINCENA de SEPTIEMBRE 2020	A PARTIR de la 2da QUINCENA de SEPTIEMBRE 2020 4% REM.	OCTUBRE 2020 4% REM.	NOVIEMBRE 2020 4% REM.	DICIEMBRE 2020 4% REM.
I- OFICIAL MULTIPLE	\$205.92	\$205.92	\$213.21	\$220.50	\$227.79	\$235.08
II- OFICIAL ESPECIALIZADO	\$187.27	\$187.27	\$193.81	\$200.35	\$206.89	\$213.43
III- OFICIAL GENERAL	\$175.66	\$175.66	\$181.74	\$187.82	\$193.90	\$199.98
IV-OFICIAL STANDARD	\$169.99	\$169.99	\$175.84	\$181.69	\$187.54	\$193.39
V- MEDIO OFICIAL	\$158.29	\$158.29	\$163.67	\$169.05	\$174.43	\$179.81
VI- AYUDANTE	\$155.16	\$155.16	\$160.42	\$165.68	\$170.94	\$176.20
VII-OPERARIO ACT. INDUSTRIAL	\$153.84	\$153.84	\$159.05	\$164.26	\$169.47	\$174.68
MENORES DE 16 AÑOS	\$135.10	\$135.10	\$139.56	\$144.02	\$148.48	\$152.94
MENORES DE 17 AÑOS	\$140.79	\$140.79	\$145.47	\$150.15	\$154.83	\$159.51

* El porcentaje acordado del 16% se aplica sobre los salarios básicos a partir de la 2da. Quincena de Septiembre de 2020, tomando como base de cálculo los valores horarios del mes de Mayo de 2020 – “Cuadro D”- del Acta Acuerdo del 03 de Julio de 2020.

ADICIONALES:
PRESENTISMO: 22% de la liquidación de periodo. Se liquida y abona por quincena (Acta Acuerdo del 28/11/89). Se debe tener asistencia perfecta.
ANTIGÜEDAD: 1% por año de antigüedad.
ROPA DE TRABAJO: Dos (2) juegos de ropa de trabajo por año, uno en abril y otro en octubre. Se entrega al personal con más de dos (2) meses de antigüedad (art. 34 CCT 335/75).
CUOTA SINDICAL: 3% del sueldo mensual percibido (Art 21° C.C.T. N° 335/75)
SEGURO COLECTIVO DE VIDA Y SEPELIO: Aporte Obrero 1.5%; Contribución Patronal 1% + 0.6%, Total: 3.1%. Cuenta 900004/43 – B.N.A. – SUC. Caballito. (Arts. 32 y 32 bis CCT 335/75)

Escalas salariales para el rubro aserraderos, envases y afines.

res promocionados”, destacó Pedro Reyna, vicepresidente de FAIMA.

Se observa una demanda internacional creciente para los productos con base de madera tanto en los productos tradicionales

mentar el desarrollo regional de forma sostenible proporcionando empleo tanto en la zona rural como urbana.

Acuerdo salarial con USIMRA

A continuación, comunicado alusivo enviado por FAIMA:

“Nos ponemos en contacto para acercarle el acuerdo salarial celebrado con USIMRA el 18 de septiembre del corriente año del que adelantamos las escalas salariales (ver imágenes adjuntas).

“Aclaramos que este acuerdo se presentó al Ministerio de Trabajo para su homologación, por lo que no se encuentra homologado.

“A continuación, les detallamos los puntos relevantes del acuerdo:

a- Lo acordado tiene vigencia desde la segunda quincena de septiembre del 2020 y forma parte de la negociación paritaria correspondiente al periodo 1 de junio de 2020 al 31 de mayo de 2021.

b- Otorgar un 16% remunerativo no acumulativo sobre los salarios básicos al 31 de mayo de 2020, que se abonaran en cuatro cuotas de 4% a partir de la segunda quincena de septiembre, un 4% en octubre, un 4% noviembre y 4% diciembre.

c- No se pactaron sumas fijas.

d- Se estableció una cláusula de revisión en donde se revisará en enero 2021 lo sucedido con la inflación durante el periodo del presente acuerdo (septiembre a diciembre) a fin de evaluar si se reajusta o no los salarios.

e- Se convino que en el supuesto que el Gobierno disponga un incremento salarial adicional a lo establecido en este acuerdo, las partes se reunirán para evaluar si se incorpora o se absorbe a los salarios pactados.

Sin otro particular, saludamos a ustedes muy atentamente.

Román Queiroz, presidente

Lic. Soledad Milajer, secretaria General Gremial CP Oscar Martín, secretario

Fotos: Gentileza FAIMA.

Relevamiento en PyMEs

CAME: se atenúa la caída de la producción en madera y muebles, con -1,6% en septiembre

Son datos relevados por CAME que se comparan respecto de septiembre de 2019, un mes previo a la pandemia de COVID-19. En líneas generales, la producción de PyMEs industriales cayó 6,9% en septiembre 2020 frente a igual mes de 2019. Según la Cámara, el lento aumento del consumo interno, sumado a los mayores controles a las importaciones, van recuperando los pedidos de producción.

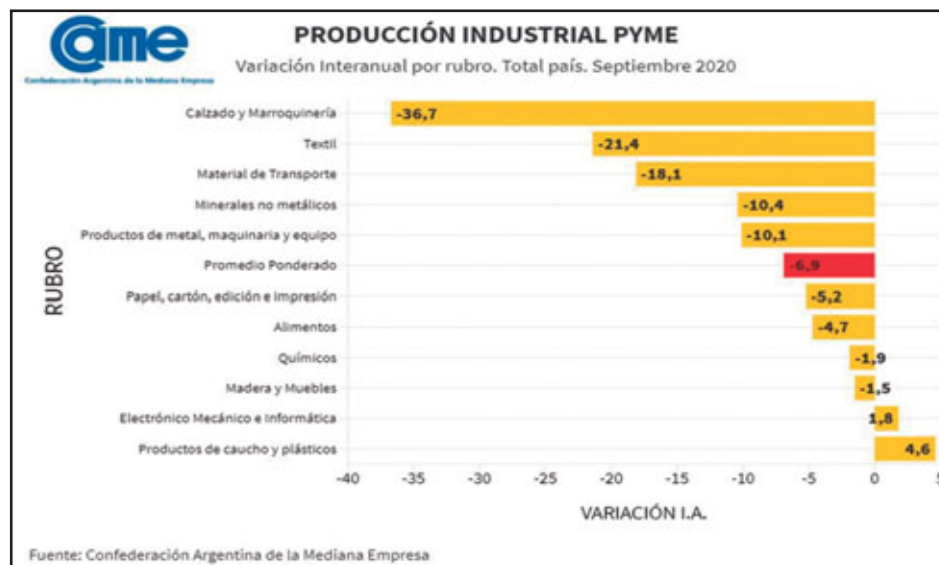
Fuente: CAME.

Las industrias trabajaron en septiembre con una capacidad instalada de 62,5%, niveles similares a los de agosto, y levemente por encima de septiembre del 2019 (61,8%).

El exiguu incremento anual en el uso de la capacidad instalada, en un contexto de caída de la producción, se explica por el achicamiento que se fue generando en el sector industrial frente a las necesidades de liquidez y al nuevo contexto sanitario.

En los primeros nueve meses del año, la industria pyme acumula una baja anual de 19,3%.

Como dato positivo, en septiembre hubo dos sectores



ración subió 1,8% anual, especialmente impulsada por artículos informáticos. Este rubro fue un refugio

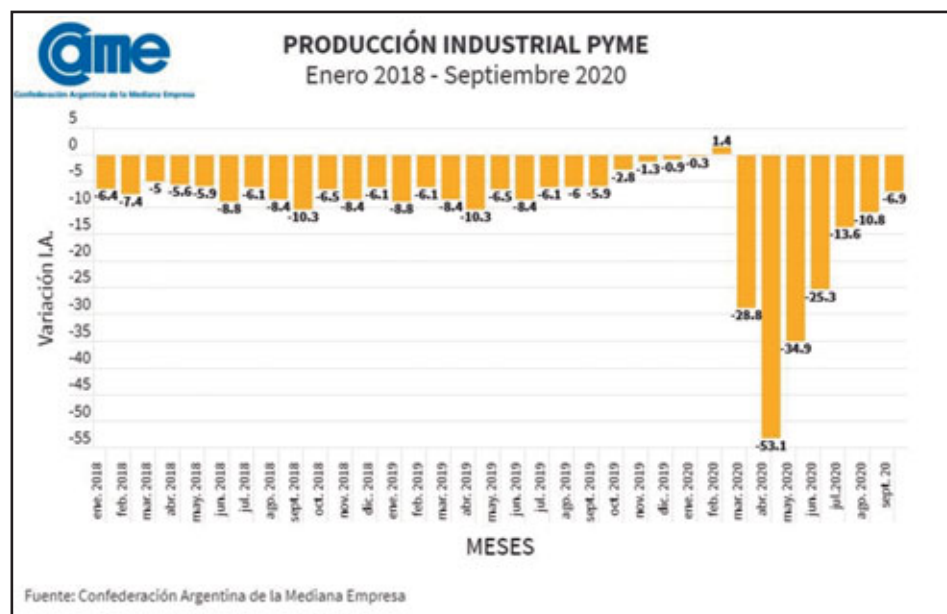
La producción de madera y muebles mostró en septiembre una menor caída que el promedio en el sector industrial relevado.

frente a la suba del dólar blue, lo que elevó la

demanda, sumado a menores importaciones.

Mayo declive

El rubro con mayor declive anual continuó siendo Calzado y Marroquinería, donde la demanda es completamente escasa y descendió 36,7%. Incide la cuarentena, donde el desgaste de calzado fue muy bajo, tanto en el de vestir como deportivo, y que en este momento las familias no lo están considerando una prioridad. El ramo escolar, que siempre fue un demandante constante, también se desactivó este año. Los datos surgen de la Encuesta Mensual Industrial de CAME entre



Las barras son elocuentes respecto de la brutal caída que generó el aislamiento social que se adoptó por la pandemia.

con subas anuales en sus niveles de fabricación: Productos de caucho y plástico (+4,6%), cumpliendo tres meses consecutivos en alza de esa actividad y Productos electrónicos e Informática, donde la elabo-

300 industrias pymes de todo el país. El Índice de Producción Industrial Pyme (IPIP) se ubicó en 66,3 puntos en septiembre. En Alimentos y Bebidas la baja anual fue de 4,7%. Un sector muy afectado es el de frutas y hortalizas, y con la excepción de vinos, el resto de las bebidas también se mantienen con bajos niveles de elaboración.

Las firmas productoras vinculadas al ramo gastronómico son una de las más resentidas. Algunas empresas se vieron afectadas por las dificultades para importar repuestos de maquinarias dañadas, lo que generó demoras en la producción. Esa situación se repitió en los rubros de mayor uso de maquinaria industrial avanzada.

El sector Indumentaria y Textil tuvo una reducción anual de 21,4% y es otro de los sectores que no consiguie encaminarse. Algunos empresarios consultados observan que aumentó la participación nacional en las ventas, pero que aun así la demanda es baja. Incide el factor precios, donde la indumentaria venía con subas demoradas que de a poco fue acomodando y escapando a los bolsillos de las familias.

El dilema de los fabricantes es vender sin rentabilidad o resignar ventas, pero teniendo beneficios. La activación del Ahora 12 generó algo más de movimiento. Las firmas que hacen publicidad vía redes (muchas industrias venían reemplazando al distribuidor por entregas directas a los comercios captándolos online), debieron además absorber los costos del

Continúa en pag.:16

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. Begni 2140 S2300BDJ RAFAELA (SF) Argentina - Tel. +54 (3492) 422784 (Líneas rotativas) Fax +54 (3492) 502784 // Of. Córdoba: +54 (351) 153198585 Of. Buenos Aires: Solier 3483 AVELLANEDA Tel. +54 (11) 42068025

www.frund-stark.com.ar

ventas@frund-stark.com.ar

M. CASEROS

Soluciones integrales para la industria de la madera

59 AÑOS

MAQUINAS CNC PARA PRODUCCION DE MUEBLES EN RED

Software de Diseño y Gestion Seccionadoras CNC MARZICA QUADRA Pegadoras MARZICA MARATHON CNC MARZICA ULTRAFLEX

Av. Cnel. Francisco Uzal 3431 - Olivos - Buenos Aires - Tel. (+54 11) 4794 1699 Email: mcaseros@mcaseros.com

- Asesoramiento Comercial.
- Stock de Entrega. Maquinas Nuevas y Revisiónadas.
- Stock de Piezas Partes y Recambios
- Servicio Técnico Post-Venta.
- Asistencia Técnica Online.

Faplac presenta los nuevos lanzamientos de la Colección 2020

Faplac presenta al mercado los nuevos lanzamientos de la Colección 2020, que incluyen Seda Azzurra y Coliseo. Fuente: Departamento de Prensa de Faplac.



Seda Azzurra presenta una trama hilada fresca y pura que propone ambientes relajados y calmos.

Faplac, marca líder en fabricación de tableros melamínicos, ofrece al mercado un amplio abanico de productos innovadores que se adaptan a cada estilo de vida.

co de productos innovadores que se adaptan a cada estilo de vida.



SEDA AZZURRA Y STREET

FAPLAC



COLISEO Y SAHARA

FAPLAC

Utilizados como base para la fabricación de muebles para el hogar, oficinas, locales comerciales y otras instalaciones como revestimientos y tabiquerías.

Faplac presenta este año la incorporación de dos nuevos diseños: Seda Azzurra y Coliseo.

Reproduce así materiales nobles como el textil y la piedra, que se convierten día a día en una experiencia que más usuarios eligen.

S e d a Azzurra

S e d a Azzurra, un azul que traslada a las personas al Mediterráneo, presenta una trama hilada fresca y pura que propone ambientes relajados y calmos.

Este diseño se suma a la Línea Hilados, presentando tejidos y fibras naturales con una exclusiva textura perceptible a la vista y al tacto.

Este producto viste a los muebles con un toque de

distinción y vanguardia.

Coliseo

Coliseo remite a una piedra rústica con historia.

Crea una apariencia robusta e imponente que combina muy bien con diferentes estilos.

Se une a la Línea Urban

Tendencias mundiales

Faplac se inspira en las tendencias mundiales y brinda al mercado diseños vanguardistas para muebles y ambientes.

Ofrece permanentemente soluciones decorativas para todos los estilos de



Coliseo remite a una piedra rústica con historia, de apariencia robusta que combina muy bien con diferentes estilos.

Concept y, con la textura Stucco, resalta cada detalle del diseño para crear el compañero ideal.

Esta propuesta versátil, según con qué se la acompañe, permite crear una infinidad de ambientes y climas.

vida.

Más información: www.faplaconline.com.ar

Redes sociales: @faplacmelamina

Fuente y fotos: Departamento de Prensa de Faplac.

Perfilería de aluminio

Diseño y pandemia: FDM lanzó un dispositivo sanitizante que dispensa alcohol en gel

La empresa FDM lanzó al mercado dos productos de diseño en perfilera de aluminio: un dispositivo sanitizante que dispensa alcohol en el gel al apretar un pedal con el pie y el perfil porta leds TECTUM. Fuente: FDM.

Con vistas a seguir generando artículos de diseño a partir de la perfilera de aluminio, FDM presenta sus recientes lanzamientos: el sanitizante para tiempos de cuidado y la incorporación del perfil porta leds Tectum.

Dispositivo sanitizante

Diseñado a partir de una sólida estructura de aluminio, el dispositivo sanitizante permite que la persona pueda desinfectar sus manos con alcohol (recomendado al 70%) sin la necesidad de tocar nada.

Evita así el contacto con superficies y no requiere mantenimiento. Lo único que necesita es la recarga de alcohol.

Está construido a partir de un carrozado con expandido.

Sus dimensiones son: 80 centímetros de alto, por 30 centímetros de profundidad y por 22 centímetros de ancho.

Puede contener hasta cinco litros de alcohol con agua, en proporciones de 70 por ciento y 30 por ciento, respectivamente.

Perfil porta leds TECTUM

FDM también presentó el nuevo perfil porta leds TECTUM, caracterizado por poder contener varias tiras de iluminación.

El porta leds se conjuga con una terminación exclusiva diseñada con un perfil difusor de policarbonato.

De esta manera, FDM S.R.L procura sostener un crecimiento continuo a partir de la satisfacción de las necesidades de un mercado cambiante.

Más información: www.fdm-srl.com.ar Facebook.com/info.fdm



Dispositivo sanitizante y el perfil porta leds TECTUM, dos productos que lanzó al mercado FDM en pandemia.

Una clara propuesta editorial

Todas las noticias, en todos tus dispositivos

RE-DISEÑAMOS NUESTRA WEB PARA INFORMARTE MEJOR SOBRE EL SECTOR MADERA Y MUEBLES ¡RE-DESCUBRILA!

D&F Muebles

Inicio NOTICIAS FERIAS Y CONGRESOS MERCADOS DISEÑO EMPRESAS PRODUCTOS MÁS

NOTICIAS

FAIMA en 136º Congreso: sí al "contrato de trabajo", no al "oportunismo litigioso"

FIMAR 2017 mostró indicios de reactivación y se prepara para su próxima edición

Empresas en línea....

Sinla, Tornillos CASER, Cebe, M. CASEROS, GONZALEZ TUDANCA, FAPLAC, EI EUROHARD, DELL'AVO, DORKING CLAVOS Y GRAMPAS, Herrajes ARB, FDM, CADESA

Hito para el diseño argentino

La silla Eutopia, creada por el salteño Gómez Paz, ganó el premio más importante de diseño en Milán

El diseñador argentino Francisco Gómez Paz ganó el 10 de septiembre el premio Compasso d'Oro, el equivalente al Oscar para el diseño industrial, con una silla desarrollada íntegramente en Salta, su ciudad natal. Fuentes: La Nación y Télam.

De formato industrial y espíritu artesanal la silla Eutopia se impuso a sus competidoras internacionales en la categoría Diseño para el habitar. Es la primera vez que una pieza producida y fabricada en el país resulta finalista de este galardón que distingue desde 1954 a la excelencia en el diseño.

Fue elegida por el Observatorio Permanente del Diseño de ADI (Asociación por el Diseño Industrial), integrado por una comisión de expertos, diseñadores, críticos, historiadores y periodistas.

"Este premio es la prueba de que en tiempos de la revolución industrial 4.0 ya no es una utopía que el proyecto, con sus valores y su entera complejidad, pueda nacer, crecer y ser producido en situaciones lejanas al tejido industrial habitual", señaló Gómez Paz desde Milán, la ciudad a la que llegó en 1998 con su diploma de diseñador industrial (Universidad de Córdoba) bajo el brazo.

Por su parte, el ministro de Desarrollo Productivo, Matías Kulfas, escribió en Twitter:

"Es la primera vez que una pieza diseñada, producida y fabricada por una empresa argentina gana este reconocimiento internacional que se otorga desde 1950".

El origen de la silla

Hace tres años decidió volver a Salta y montar un taller digital para cumplir el sueño de fabricar Eutopia, la silla que se acaba de convertir en el primer producto realizado íntegramente en el país que recibe este reconocimiento internacional.

Desde la sede de ADI Design Museum de Milán, donde se realizó la ceremonia, Gomez Paz destacó el valor de la producción nacional de la pieza. "Con tres herramientas concretamos un proyecto que hoy cobra proyección y levanta vuelo", dijo sobre la silla.

Multilaminado

Eutopia no lleva clavos ni tornillos. A partir de cuatro planos de multilaminado que se intersectan en un robusto encastre, las uniones sólo llevan cola.

Opinión: capacidad creativa y experimentación

Paolo Bergomi, presidente de la Asociación Latinoamericana de Diseño, opinó lo siguiente al ser consultado por D&F Muebles:

- "La premiación del diseño de la silla Eutopia de Francisco Gómez Paz es el concreto reconocimiento a una trayectoria de capacidad creativa y experimentación;

- "Poner en valor materiales y procesos, sea innovativos como tradicionales, armonizando el necesario diálogo en todo proceso de diseño ha sido el factor decisivo apreciado por un jurado de máxima exigencia;

- "La estratégica raíz geográfica, Salta, nos lleva a reflexionar sobre la necesidad del descentralismo, el concepto del 'interior existe', con todas sus capacidades, características e incluso su frescura, vuelve a plantearnos una visión plural de país".

Se fabrica en serie, con tecnologías flexibles como el corte láser, el control numérico y la impresión 3D.

Es de madera de Kiri, resistente, sustentable y súper liviana: pesa apenas 1,8 kilogramos y soporta más de 100 kilogramos.

La silla de la cuarta revolución industrial se presentó en 2018 en el Salón Internacional del Mueble de Milán, la plataforma de difusión de novedades y tendencias inter-



El diseñador industrial argentino obtuvo esta mañana el Compasso d'Oro por el desarrollo de su silla Eutopia, realizada en Salta. La ceremonia se realizó en el nuevo Museo ADI de Diseño de Milán

nacionales, y fue exhibida en prestigiosas galerías de diseño.

Gomez Paz es máster de diseño de la Domus Academy de Milán y es reconocido por el desarrollo de luminarias.

De hecho, la pieza Hope (para la firma Luceplan) obtuvo

un Compasso d'Oro en 2011 y es la estrella de esta empresa italiana.

Requerido por tanques como Artemide, entre otras, el diseñador salteño decidió volver a producir en Argentina, por la necesidad de "experimentar e innovar".

Un premio en cuarentena

Cuarentena mediante, Gómez Paz llegó con tiempo a Milán para cumplir con los protocolos de aislamiento y cruzar los dedos. Emocionado, señala que "este momento es único, es un sueño poder unir mis dos mundos, Argentina y Milán.

Y una utopía que se cumplió: producir desde Salta un producto de relevancia internacional. Este es el único premio que me mueve la aguja, es el más importante del sector. Ratifica que la apuesta fue válida, que valió la pena crear. Y rompe los paradigmas del diseño industrial".

Otros premios

Entre los premios que cosechó a lo largo de su carrera en Milán se destaca el German Design Award (2018, por la luminaria Candela) y el Red Dot Award (2016, luminaria Mesh).

Cuando regrese a su atelier digital planea seguir el camino de la experimentación, pero, sobre todo, confirmar que su elección fue la correcta.

"El mundo está hecho para conquistarlo, para ser parte con lo que cada uno tiene. Este proyecto demuestra que hoy más que nunca el diseño es pura innovación".

Sofisticada, elegante y sensual. Con una fórmula que articula procesos industriales y artesanales, Eutopia hoy se consagró en el mercado del diseño internacional.

Fotos: Gentileza La Nación y Télam.



FAPLAC
melamina



¡AHORA PODÉS COMPRAR ONLINE!



Visitanos en

www.faplaonline.com.ar



@faplacmelamina

SHOWROOM: AV. DEL LIBERTADOR 1217
VICENTE LÓPEZ - BUENOS AIRES
TEL.: (54 - 11) 4791 - 8597

arauco

Entrevista exclusiva

ALADI y el diseño como filosofía empresarial, en un contexto de pauperización general

De pag.: 1

comentar un dato muy interesante. Estamos haciendo un proyecto de cooperación con el Nodo Tecnológico de Santiago del Estero, que trata de ofrecer horas gratuitas de asesoramiento por parte de un equipo de profesionales de ALADI a emprendedores nacientes. O algunos ya encaminados. Esto fue en septiembre y la Plataforma se llama Emprender. Con el Nodo hace tres años que estamos trabajando y es nuestro Polo CeProDi (Centro Promotor de Diseño) de Santiago del Estero. Hay con ellos una actividad muy vinculante. De hecho, el lunes 19 (de octubre) la primera actividad es (fue) organizada por la Plataforma Emprender (ver imagen). Hicimos una encuesta entre 50 emprendedores respecto de cuál era el nivel de inquietud sobre tres puntos: diseño, gestión y marketing. Solamente el 16 por ciento estaba interesado en el diseño.

- ¿Lo ven separado de todas las otras actividades de la empresa, no?

- Cuando, en realidad, sería lo primero. Porque sobre la base de un buen diseño, o a una propuesta diseñada para empezar, se pueden garantizar ventas y una buena gestión que se refleje en la facturación.

- Tal cual.

- Está pensado al revés (enfática). Exactamente al revés.

- O sea, hay que seguir machacando con la idea de que es el punto de partida para lograr una diferenciación.

- Tal cual, tal cual. Hay un tremendo esfuerzo... nosotros desde ALADI hacemos lo que podemos. Hemos hecho talleres virtuales en el sector moda, hemos hecho actividades con San Juan, en Tucumán tenemos un polo muy activo con Tucumán Diseña. Hay toda una historia. Pero si no se hace adoctrinamiento o catequización en el sector emprendedor, es muy complicado ingresar al sector industrial con diseño. Es muy complicado para los diseñadores encontrar un espacio de trabajo. Y cada vez tenemos más diseñadores y menos empresas.

- Es como que se sigue viendo al diseño como un gasto y no como una inversión superadora.



"En realidad, (el diseño) sería lo primero. Porque sobre la base de un buen diseño, o a una propuesta diseñada para empezar, se pueden garantizar ventas y una buena gestión que se refleje en la facturación", afirmó el entrevistado. ALADI celebró el 23 de octubre el Día del Diseño, que en rigor es el 24 de octubre.

- Sííí (alarga la i), yo me acuerdo que estábamos hablando de esto en 1985 en la Jornada de Diseño del Oeste. Me acuerdo que la organicé yo en Ramos

Mejía y que había invitado a Ricardo Blanco y a otros especialistas. ¡Y estábamos hablando de esto! Por un lado, multiplicamos geométricamente la cantidad de estudiantes de diseño y, por el otro, nada.

Mueble

- ¿Cómo ves hoy al diseño aplicado a la industria del mueble hoy en Argentina?

Acá en la Argentina, a ver... Verlo hoy sería ver lo que pasa en las empresas después de seis meses de pandemia. Si uno mira a los colegas del sector industrial, en promedio, realmente estamos todos muy complicados. Pero éste es el resultado de seis meses de paralización y de un mercado totalmente...

- ...empobrecido.

- Sí. Yo creo que es un gran desafío asomar la nariz sobre el agua. También es un desafío porque promueve despertar la iniciativa, despertar a veces una mente aletargada que estaba en un lugar cómodo, como aquel que dice "no quiero nuevas ideas, no quiero invertir un peso en nada".

Y, a lo mejor, en estos momentos lo estamos haciendo nosotros. Estamos poniéndole pila, líneas de comunicación, nuevas formas de contacto con los clientes, mostrar avances de productos nuevos, escuchar a ver qué dicen. Lo que pasa es que la escucha se hace muy difícil, son muy pocos los que responden. Esto es un ida y vuelta. El mercado está hecho por quien oferta y quien compra.

- ¿Cómo ves la idea que sostiene que la oferta tracciona a la demanda? ¿O pensás que es al revés, o



Paolo Bergomi, presidente de ALADI.

un poco de ambas cosas?

- Yo creo que es un sistema de equilibrio. Vuelvo al tema del adoctrinamiento: un tema muy importante es ampliar el concepto de diseño en el mercado. No solamente como la moda del zapato o la cartera, sino bajar el diseño al nivel pedestre. Yo no me puedo olvidar cuando la BBC de Londres hace muchos años tenía un programa todas las mañanas hablando de diseño. Por ejemplo, nosotros estamos en contacto con una universidad en Calorina del Norte, Estados Unidos. Tenemos un convenio de cooperación y ellos tienen cursos de diseño en el último año del equivalente nuestro a la Escuela Primaria. ¿Cuál es el objetivo?

El curso no se trata de enseñar diseño; ¡les hacen desarrollar diseños a los chicos de 11 o 12 años! Es muy interesante. Y nos mostraron a estos chicos trabajando con la comunidad. Entonces, trabajando con la comunidad están transfiriendo conocimiento o apreciación de diseño en la familia y en la sociedad en su conjunto. Es muy importante. Acá hay que abrir cabezas. Formar a los compradores, no solamente a los fabricantes o productores.

Ley de Economía del Conocimiento

- ¿Está reglamentada la ley (ver recuadro)?

- Está reglamentada en exceso, diría. Acá hay un problema filosófico. La ley empieza diciendo que es

para exportación. Nosotros estamos haciendo una encuesta y estamos reuniendo los comentarios. Pero el anticipo que te puedo dar es que, en esencia, la primera observación de nos llega, es que se trata de una ley para exportación. Y la generosidad de incluir a la PyME en la ley resulta casi irónica. Porque pensar en una PyME, pensar en exportación con un formulario de 20 hojas para llenar, no sé si me explico...

- ¿Pero esta ley excluye a la promoción del diseño para el mercado interno?

- Es exclusiva para exportación.

- ¿Las ventajas son solamente para los que generan divisas?

- Servicios profesionales, únicamente en la

medida en que sean para exportación. Por ahí una empresa de cierta envergadura puede tomar los beneficios de la ley y entienden cómo manejarse, pero nuestras PyMEs no.

Y aparte en estos sectores, que son específicamente servicios de publicidad, creación de campañas publicitarias, diseño gráfico, todos los tipos de diseño -web, industrial, textil, indumentaria, calzado, gráfico, editorial, interactivo- a veces son núcleos de una, dos o tres personas. Y hay muchísimos. Y decir que le vas a dar un beneficio que depende de descontar los aportes laborales (para empleados) durante el año, si prácticamente son dueños...

El problema de la formación de jóvenes con capacitación y práctica

- Habla con un fabricante de muebles y me decía que están buscando comenzar un camino de diferenciación a partir de instalar una marca. Y si eso no se surge a partir del diseño, no sólo de producto, sino de imagen y de comunicación, no surge de ningún lado.

- Por supuesto. Y hay otro componente, que yo veo en el sector de producción: la incorporación de mano de obra joven con capacitación. ¡Gran problema éste! Es un problema de los últimos años. Primero: los estudiantes de diseño no pueden hacer prácticas en forma concreta en el sistema industrial. Porque hay un montón (enfática) de trabas puestas no sé por qué.

- Quizás esa situación haya quedado estigmatizada por el sistema de pasantías que rigió en la década del 90.

- Bueno, pero nosotros acá en la empresa (NdR: Bergomi S.C.p.A./ Gruppo Bergomi funciona desde 1956 en la localidad bonaerense de Lomas del Mirador y reconoce sus orígenes en la tradición industrial familiar de la empresa Bergomi Metalmeccaniche Spa, fundada en 1875, en Melegnano, Milán, Italia) tuvimos a alumnos de la Facultad de Arte de la Universidad Nacional de La Plata haciendo su tesis de promoción de diseño durante seis meses. Y fue absolutamente exitosa la experiencia. Y tuve hasta gente de la Universidad Tecnológica Nacional (UTN) de Haedo, de la carrera de Ingeniería. Y cuando yo estaba al frente de la Unión Industrial de La Matanza había estudiantes haciendo sus primeras experiencias en fábricas de aberturas, de muebles. Esas empresas daban el espacio para que los alumnos avanzados pudieran hacer prácticas. Creo que se puede pensar en una figura totalmente distinta, innovadora, y no aferrarse a limitaciones. O sea, vamos a hablar claro: ¿cuántos jóvenes menores de 18 años están vagabundeando por el país?

- Es un problema.

- Sin saber qué hacer, a merced de la droga, de los caprichos y de la delincuencia. Y tenemos gente de 18 años que una empresa los toma y francamente no sabe hacer nada. Y entran como operarios calificados. Y eso también son costos en la empresa, el hecho de formar al personal. Uno no puede olvidar los tiempos del sistema de aprendizaje. Yo tengo en fábrica gente que lleva 35 años en la empresa, y empezaron como aprendices. Y tengo gente que empezaron como aprendices y tienen una matricería de primera línea en Australia (se ríe). Claro. Es un sistema de equilibrio que hay que desarrollar y hay que controlar. Pero creo que es un problema social que hay que resolver.

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



ALADI y lo que significó la Bauhaus para el diseño.

- Dejando de lado esto que se señala como falencias, ¿no se puede tomar a la ley como un punto de partida? Por lo que vos señalás, puede haber habido algunas cuestiones que, en el apuro, quizás no fueron del todo debatidas con todos los sectores antes de la redacción final. ¿No creés que se podría complementar más adelante con otra norma?

- No sé. Hacía un año que se estaba discutiendo esta ley. Había una gran expectativa y la ley ya estaba, ya venía debatiéndose. Lo que pasa es que se modificó la ley. No sé, realmente... Tras una lectura rápida no parece feliz

la redacción final de la ley. Ése es nuestro punto de vista, pero recién lo estamos elaborando. Y nos van llegando más comentarios de distintos sectores, y están más o menos en la misma línea. Analizamos los puntos que nos parecen una traba para una ley que debería fomentar el conocimiento y todas las reflexiones que nos llenan la boca de palabras interesantes. Pero que necesitan un marco efectivo de apoyo. Ésta es la lectura.

XXIII° Semana ALADI MERCOSUR en Argentina

- ¿Qué actividad te interesaría resaltar de este

evento (ver aparte)?

- Primero, el recuerdo del trabajo hecho a través de 23 años. Esto se creó en 1997 por una presentación de ALADI Argentina. Eran los tiempos en

los que trabajaba el grupo CG7 MERCOSUR, a nivel de países. Brasil era sede pro tómpore del MERCOSUR, nos invitaron a participar y desembarcamos en esa reunión como sociedad civil.

Porque era una reunión de funcionarios, prácticamente. Incluso en esa época estaban empezando a participar representantes de CEMA (Cámara de

Empresarios Madereros y Afines, de Capital Federal) o de FAIMA (Federación Argentina de la Industria Maderera y Afines) en los grupos.

Y a partir del valor del diseño en la industria, nosotros propusimos que hubiera un espacio de celebración anual para el diseño MERCOSUR). Para

darle un marco. Y como la propuesta fue argentina, y el 24 de octubre es el Día del Diseño en Argentina, dijimos que el mes apropiado era octubre. Y como en aquel momento integraban el MERCOSUR Argentina, Brasil, Uruguay y Paraguay, propusimos que cada país organizara una semana con eventos. Este año hay una gran

dinámica con los eventos en pandemia, porque los Zooms agregan una velocidad de organización increíble. El Comité de Argentina, que somos nosotros, tenemos una cantidad grande de eventos.

Fotos: Gentileza ALADI

Diputados aprobó la nueva Ley de Economía del Conocimiento

Impulsada por el Ministerio de Desarrollo Productivo, promoverá nuevas tecnologías, generará valor agregado, fomentará el empleo de calidad, facilitará el desarrollo de PyMEs y aumentará las exportaciones, informó Télam.

La Cámara de Diputados de la Nación aprobó el 8 de octubre la nueva Ley de Economía del Conocimiento impulsada por el Ministerio de Desarrollo Productivo.

Los objetivos son:

- promover nuevas tecnologías;
- generar valor agregado;
- fomentar el empleo de calidad;
- facilitar el desarrollo de PyMEs;
- y aumentar las exportaciones de empresas que se dediquen a la industria del software; la nanotecnología; la biotecnología; las industrias audiovisual, aeroespacial y satelital; la ingeniería para la industria nuclear y la robótica, entre otras actividades.

La Ley distribuye beneficios fiscales como la reducción del Impuesto a las Ganancias – que cambiará de alícuota según el tamaño de la empresa – y de las contribuciones patronales.

Esos beneficios se otorgarán de un modo equitativo con el objetivo de promover la inclusión de las empresas más pequeñas.

Además, podrán gozar de beneficios adicionales en las contribuciones patronales si emplean a: mujeres, profesionales con estudios de posgrado en áreas afines, personas con discapacidad, residentes en zonas de menor desarrollo, travestis y transexuales.

Por otra parte, se crea un Fondo para la Promoción de la Economía del Conocimiento exclusivo para MiPyMES, con el objetivo de financiar la capacitación y formación laboral, proyectos de inversión productiva, internacionalización de empresas y actividades de innovación.

El régimen de promoción está vigente desde el 1 de enero del 2020 hasta el 31 de diciembre de 2029.

Representante Exclusivo en Argentina de:

KMR BeA CAPE BAK

Fijaciones, Herramientas Neumáticas, Manuales, Eléctricas y a Gas para la Industria y la Construcción

Líneas Automáticas para Pallets y Carretes

Para el Mueble:
Clavadoras y Grapadoras Neumáticas, Atornilladores, Clavos, Grapas, Clavillos de Terminación

Para la Tapicería:
Grapadoras Neumáticas y Manuales, Grapas, Mesas Neumáticas.

Para el Embalaje:
Clavadoras Neumáticas, Clavos, Conectores, Atornilladores, Hojas de Sierra.

Para la Construcción:
Atornilladores, Reparadores de Madera, Clavadoras a Gas y Neumáticas.

LINEAS AUTOMATICAS Y EQUIPOS

Para fabricación y reparación de PALLETS y para fabricación de CARRETES

Ventas: 0810-666-0232 | ventas@cebe-sa.com.ar

www.cebe-sa.com.ar

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

Cebe TRACK
Un servicio ágil, confiable y económico.
serviciotecnico@cebe-sa.com.ar

Agregación de valor

ALADI Argentina celebró la XXIIIª Semana del Diseño MERCOSUR en el país

La XXIIIª Semana ALADI Diseño MERCOSUR, capítulo Argentina, fue organizada y promovida por la Asociación Latinoamericana de Diseño (ALADI) del 19 al 24 de octubre. El rol de la agregación de valor para acompañar e impulsar el crecimiento económico. Algunas de las actividades que se realizaron.

Agenda
XXIIIª SEMANA
ALADI DISEÑO MER-
COSUR, Capítulo
Argentina.
- Lunes 19 de octubre
"Emprender con
Diseño". Organiza
Plataforma Emprender /
NODO Tecnológico
Santiago del Estero /
ALADI CEPRODI NOA.
Sede Zoom Santiago del
Estero.

- Lunes 19 al miércoles
21 de octubre
1º CONGRESO
NACIONAL DE INTE-
RIORISMO Y EQUIPA-
MIENTO + 3º JORNADA
DE INTERIORISMO
DEL CENTRO DEL
PAÍS.

Organizan Universidad
Provincial de Córdoba y
Facultad de Artes
Universidad Nacional de
Tucumán / UNT. ALADI /
Polo CEPRODI NOA aus-
pician y participan. Sede
Zoom Tucumán.

- Miércoles 21 de octu-
bre
SEMINARIO VIR-
TUAL "Caja de
Herramientas para la
Comunicación Política".



La Escuela de Diseño en el Hábitat de Neuquén realizó las XI Jornadas Patagónicas de Diseño.

Organiza Universidad
del Este / UDE La Plata.
ALADI auspicia y partici-
pa. Sede Zoom La Plata.

- Miércoles 21 al viernes
23 de octubre
Jornadas de
Investigación Facultad de

Ciencias de la
Comunicación.

Organiza UCES. ALADI
auspicia y participa. Sede
Zoom Buenos Aires

- Jueves 22 al viernes 23
de octubre
XIª JORNADAS PATA-

GONICAS DE DISEÑO

Organiza Escuela de
Diseño en el Hábitat /
EDH. ALADI auspicia y
participa. Sede Zoom
Neuquén

- Sábado 24 de octubre
DÍA DEL DISEÑO EN
ARGENTINA. Encuentro
DISEÑO FEDERAL.

Celebración con reunión
y brindis Comité ALADI
Argentina e invitados.
Sede Zoom Buenos Aires

Comunicación

Se desarrolló del 21 al
23 de octubre VIII
Jornadas de Investigación
de la Facultad de Ciencias
de la Comunicación 2020
de UCES, "Los desafíos de
la investigación en tiempos
de aislamiento".

Hubo Mesas de Diseño y
Comunicación Visual,
mientras que el miércoles
21 de octubre hubo un
Panel internacional: 14 a
16 hora Buenos Aires

Además, hubo otras acti-
vidades:

- Revista UCESDG 1.
Metodologías del Diseño:
reflexiones y proyectos
- Plantillas para investi-
gar y proponer un proyecto
de diseño. Rafael Vivanco
(USIL, Perú).

- Fundamentos metodo-
lógicos del diseño desde la
complejidad: El pensa-
miento complejo de Edgar
Morin. Francisco Platas
(UAEM, México).

- Propuesta metodológi-
ca para el desarrollo de
materiales hápticos para
recibir visitantes con dis-
capacidad visual en los
museos de México. Jorge
Zarur (UAEM, México).

- El método en el diseño.
Espacio de sistematización
y reflexión. Verónica Ariza
Ampudia (UACJ, México).

12ª JORNADA FIEDBA

El viernes 23 de octubre
a las 10:00 (Hora
Argentina) se desarrolló la
Jornada FIEDBA.
DISEÑO + VIRTUALI-
DAD, que contó con la
participación de referentes
del Latinoamérica, con
quienes conversaremos
sobre el diseño en diferen-
tes contextos: ADRIANO
LOMBARDI Director

General Creativo en agen-
cia de publicidad
Geometry de Perú.

MARIA LAURA
GARRIDO Mg. en Diseño
Comunicacional, especia-
lista en diseño editorial y
docente, presenta un pro-
yecto de extensión acadé-
mica "El diseño editorial
como herramienta social" -
Gutenberg y UBA -
Argentina.

ALEJANDRO BRIAN-
ZA Compositor, investiga-
dor y docente, presenta:
"Andamio. Colaboración,
transdisciplina y transna-
cionalidad en artes electró-
nicas" USAL Argentina

RAFAEL VIVANCO
Doctor en Antropología,
Licenciado en Educación,
Diseño Gráfico. Editor,
presenta: "Sociedad y dise-
ño en el nuevo orden" -
USIL Lima Perú.

CHRISTIAN BERNAY
Director de Arte y diseña-
dor especializado en desa-
rrollo de marcas y packa-
ging, presenta: "Ser dise-
ñador - ser global".
Argentina

Contaremos con la parti-
cipación especial de: Sr.
Paolo I G Bergomi
Presidente de
ALADI/CEPRODI y
Rafael Vivanco USIL,

bajo para las diferentes
especialidades del diseño.

Este año, nos propusi-
mos reflexionar sobre el
acontecer del diseño, en el
marco de lo sucedido con
la pandemia mundial,
donde coexisten dos situa-
ciones:

1- La emergencia sanita-
ria potenció la comunica-
ción a través de las redes
virtuales. Muchas activida-
des antes presenciales, fue-
ron haciéndose un espacio
en la virtualidad sobrepas-
ando las viejas resisten-
cias. Estas nos permitieron
a su vez, sin movernos de
nuestro "lugar," integrar-
nos al conocimiento de un
mundo global. La pande-
mia pareciera haber preci-
pitado en poco tiempo,
necesidades y cursos laten-
tes hacia la comunicación
telemática.

Por otra parte, algunos
referentes ya están hablan-
do de la "cuarta revolución
industrial", la cual nos pro-
pone nuevas oportunidades
y desafíos en los diversos
campos del conocimiento,
la tecnología y el trabajo.
Existe un creciente predo-
minio de nuevas tecnológi-
as que son capaces de rea-
lizar actividades por noso-
tros. La robótica, la ciber-



Brindis que se realizó en Artodos por el Día del Diseño en Argentina.

Universidad San Ignacio
de Loyola, Lima Perú*

XI Jornadas Patagónicas de Diseño

La Escuela de Diseño en
el Hábitat de Neuquén rea-
lizó las XI Jornadas
Patagónicas de Diseño:

UTOPIAS /
D I S T O P Í A S
TECNOLÓGICAS Y
MEDIOAMBIENTALES.

Virtualidad, actores en
red y cuidado ambiental.

La realización de este
evento anual abierto a la
comunidad, busca difundir
y promover la cultura del
Diseño en la región, res-
pondiendo a las necesida-
des actuales y locales.
Abrir, además, espacios de
vinculación entre el sector
académico, productivo y
social, y auspiciar la con-
formación de redes de tra-

nética y la inteligencia arti-
ficial, ya no son algo del
futuro; están empezando a
convertirse en algo de la
vida cotidiana.

2- Pero, paradójicamen-
te, la presencia de la pan-
demia ha evidenciado la
verdadera naturaleza finita
del hombre, que revierte el
concepto materialista de
cantidad y eficiencia de los
productos por espacios y
objetos centrados en el ser
humano que percibe, expe-
rimenta y emociona.

Al necesitar una mayor
atención en el cuidado y
preservación de nuestra
salud, hay una mayor valo-
ración de nuestra integri-
dad física y mental como
seres humanos. Así tam-
bién la importancia de los
valores individuales y
sociales, en donde cada
uno debe hacerse cargo de

Continúa en pag.: 12

maderamen.com.ar
Una clara propuesta editorial
Todas las noticias, en todos
tus dispositivos

RE-DISEÑAMOS
NUESTRA WEB PARA
INFORMARTE MEJOR SOBRE
EL SECTOR MADERA Y MUEBLES
¡RE-DESCUBRILAI!

D&F Muebles

NOTICIAS

FAIMA en 136º Congreso: sí al "contrato de
trabajo", no al "oportunismo litigioso"

FIMAR 2017 mostró indicios de reactivación y
se prepara para su próxima edición

Empresas en línea....

Sinla, TORNILLOS CASER, Cebe, M. CASEROS, GONZALEZ TUJANCA, FA PLAC, EI EUROHARD, DELL'AVO, DORKING CLAVOS Y GRAMPAS, Herrajes ARB, FCM, CADESA

Empresas & Productos

Descubra un mundo de oportunidades con la nueva EGGER Colección Decorativa

Con una amplia variedad de diseños, renovadas texturas, tableros y cantos combinados, productos y servicios, nueva EGGER Colección Decorativa 2020 es el aliado ideal para el trabajo diario del profesional de la madera. Fuente: EGGER.



Se trata de la primera colección 100% EGGER en Latinoamérica.

Además, para brindar un servicio integral y ágil a sus clientes, toda la colección está disponible en la nueva App EGGER Colección Decorativa.

Esta colección totalmente renovada ofrece a los profesionales la posibilidad de contar con diseños y productos en línea con las tendencias mundiales, para nuevos usos y aplicaciones ampliando aún más sus posibilidades.

EGGER Latinoamérica

Se trata de la primera colección 100% EGGER en Latinoamérica con:

- 36 diseños en madera, 8 diseños en Colores Intensos, 8 Unicolores en tonos neutros, 14 diseños de Materiales, 3 diseños en Blancos;
- Disponibles en tableros, laminados y cantos;
- Nuevos cantos decorativos para crear diseños únicos;
- Nuevos e innovadores Laminados;
- Nuevos diseños Feelwood con canto longitudinal y transversal;
- Nuevos diseños PerfectSense Gloss y Matt.



La colección EGGER 2020 para Latinoamérica incluye 36 diseños en madera, 8 diseños en Colores Intensos, 8 Unicolores en tonos neutros, 14 diseños de Materiales y 3 diseños en Blancos.

Variedad de diseños y renovadas texturas

Esta colección lo sorprenderá con la amplia variedad de unicolores, ideales para destacar una parte del proyecto o bien para armonizar con otros diseños.

En el caso de las maderas podrá elegir entre maderas claras, intermedias y oscuras, con vetas y nudos marcadas o bien lineales y sobrias para responder a los diferentes estilos.

Los materiales son una tendencia cada vez más consolidada en el diseño de mobiliario.

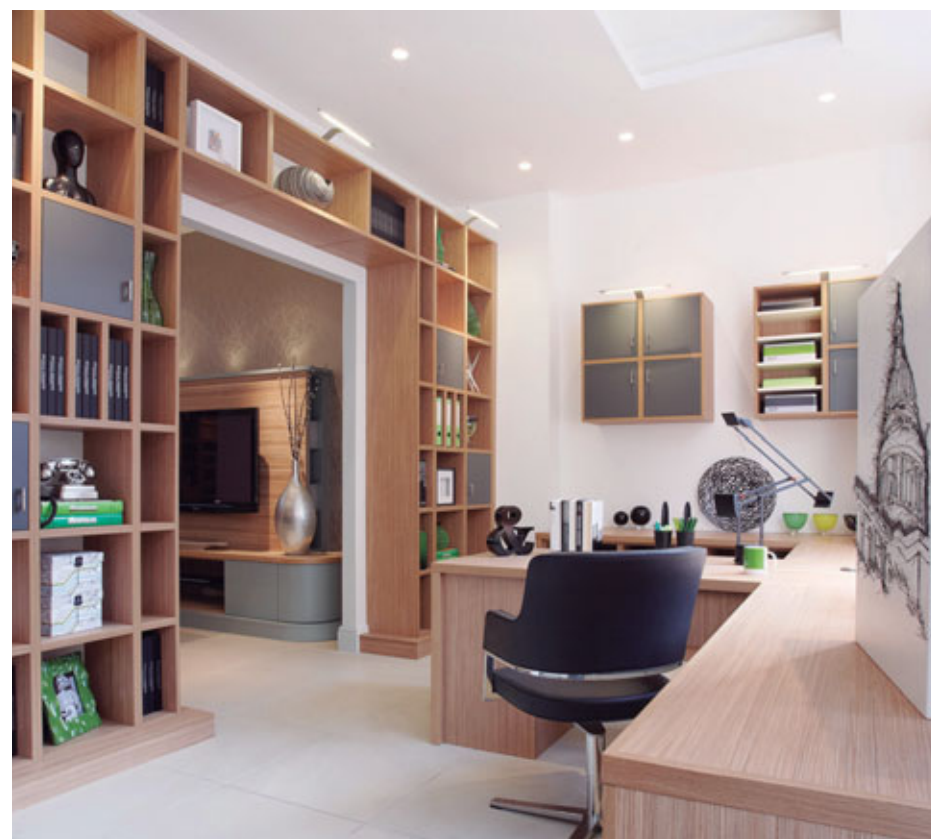
Respondiendo a eso, la colección de EGGER incluye tonos metálicos, así como textiles rústicos y elegantes y materiales de estilo urbano como la piedra y el concreto.

Las renovadas texturas permiten lograr acabados suaves o bien destacar las vetas de las maderas y las terminaciones de los materiales, brindando una sensación de calidez y realismo en cada uno de los diseños.

Compacto y Laminado PS Topmatt

Los tableros de Laminado Compacto son robustos, resistentes a la humedad y al desgaste, y seguros para superficies que necesitan una limpieza extrema ya que son antibacteriales.

Son ideales para utilizar en plano horizontal como mesadas



de cocinas y baños, así como en plano vertical como divisores, puertas de baños o gabinetes de ducha.

Está disponible en los diseños W1100 Blanco Alpino con centro de color blanco ó negro y U9631 Gris sombra con centro de color gris.

El Laminado PerfectSense Topmatt también es ideal para aplicaciones horizontales de alto uso y en esta colección incorpora un nuevo color U727 Gris Arcilla, un nuevo gris que se suma a los ya disponibles: W1100 Blanco Alpino, U999 Negro y U732 Gris Macadán.

Cantos combinados

Los detalles hacen la diferencia, los cantos EGGER con cali-

dad ABS combinan en diseño y textura con todos los tableros que integran la colección.

Además, para lograr un efecto de diseño de forma fácil y económica los cantos Accent son un concepto innovador, ya que generan detalles especiales en las terminaciones.

Están disponibles en la combinación Blanco-Natural, Negro-Natural y Negro-Oro

App EGGER Colección Decorativa

La nueva App EGGER Colección Decorativa le permite a través de filtros intuitivos y avanzados acceder a toda la información de productos y diseños, disponibilidad.

Además, vista en 2D y 3D, visualizador de ambientes y gracias a la función escaneo es posible vincular las muestras reales con la información digital.

Registrándose en myEgger además puede guardar sus elecciones en Mi Colección y solicitar muestras de los diseños ele-



gidos.

Disponible para Android y IOS.

Aspectos destacados de la colección

- Renovamos nuestra selección de tableros Eurodekor con 62 diseños en combinación con 8 acabados;
- 2 nuevos acabados en madera que combinan áreas mate y brillante y brindan un aspecto tan real que es difícil distinguirla

de la madera natural;

- Nueva textura ST20 Metallic Brushed que confiere a los diseños metálicos el aspecto y el tacto del metal sometido a un pulido fino;

- Nuevo acabado ST9 Smoothtouch da a los diseños un aspecto mate de calidad superior. Nuevos diseños de la línea Feelwood y PerfectSense Gloss y Matt;

- Nuevo Laminado compacto de alta resistencia a la humedad y la abrasión;

- Porque cada detalle cuenta, todos nuestros nuevos diseños están perfectamente combinados con su canto ABS;

- App Egger Colección decorativa, toda la colección al alcance de su mano

- Visualizador de ambientes (VDS) renovado.

Más información: www.egger.com

Agregación de valor

ALADI Argentina celebró la XXIIIª Semana del Diseño MERCOSUR en el país

De Pag.: 10

sus propias responsabilidades que involucra a la sociedad y que se ponen en evidencia mucho más en épocas de crisis.

También una preocupación mayor por el cuidado de nuestro espacio, de la preservación de nuestro medio ambiente y de la sustentabilidad ambiental y económica.

Considerando la sustentabilidad ambiental, la administración eficiente y racional en el uso de los recursos naturales, sin por ello comprometer el equilibrio ecológico. La utilización que hoy hagamos de nuestros recursos naturales no debe perjudicar ni limitar las necesidades de las generaciones futuras ni de las especies que habitan el planeta. Y a la sustentabilidad económica, la implementación de una serie de prácticas económicamente rentables y éticamente justas, regida por criterios de responsabilidad social y medioambiental.

El advertir el diseñador las nuevas necesidades de un presente tan atípico y tratar de resolverlas, se proyecta hacia el futuro, generando innovación y tendencias en todas las especialidades del diseño: ya sea diseño urbano, arquitectónico, paisajístico, objetual, comunicacional, gráfico, etc.

Ese proceso creativo e innovador deberá posicionarlo, además, en otro rol como estratega y conocedor de modelos empresariales y colaborar en las mesas de decisiones a nivel gerencial.

El programa fue:

- Jueves 22

17:00 hs: Apertura XI Jornadas Patagónicas de Diseño a cargo del Director de la Escuela de Diseño en el Hábitat. Federico Mendoza;

17:30 hs: disertación de Sebastián Guerrini:

18:30 hs: disertación Guido Vera

19:30 hs: cierre Primera Jornadas

- Viernes 23

17:00 hs: disertación de Ignacio Urbina

18:00 hs: disertación de Carla Barconte

19:00 hs: disertación Bettina Kropf

20:00 hs: Cierre de las XI Jornadas patagónicas de Diseño

La Escuela de Diseño en el Hábitat nació en 1994 como una propuesta educativa que busca responder a las necesidades de una ciudad con acelerados cambios y constante crecimiento, tal como era y continúa siendo Neuquén.

En este contexto, la búsqueda consistía en reencontrar y afianzar ese espíritu propio de la región que a la vez brindaba espacio y propiciaba la confluencia de múltiples proyectos, familias y realidades.



Nuestra región patagónica necesitaba un Diseño propio que dialogara tanto con el diseño de otras regiones del país, como con las grandes capitales del mundo.

Bajo la iniciativa de la Arq. Liliana de Mendoza y un grupo de profesionales en los cuales la propuesta hizo inmediato eco, con esta perspectiva multicultural, pero en la búsqueda de una identidad patagónica, nace la Escuela de Diseño en el Hábitat como la primera escuela de diseño con reconocimiento oficial de la región.

El proyecto consistió en crear una institución educativa para las diferentes disciplinas del diseño que respetara el hábitat de la región, proponiendo una perspectiva integral, enseñando a encontrar "constantes de diseño" propias de la región, que enseñara a pensar en términos de diseño - sea este urbanístico, arquitectónico, objetual o de comunicación gráfica- como respuesta a las necesidades de los habitantes de la región, a su ámbito vital, físico, geográfico, urbanístico, tecnológico y social.

Acompañando el crecimiento, las necesidades y las demandas de la comunidad neuquina y patagónica, en los años sucesivos el proyecto se fortalece incorporando nuevas carreras, Diseño Industrial en 1996, Diseño Gráfico en 1997 y Diseño de Indumentaria en el año 2002.

En pocos años, en sintonía con los ideales y la visión original, la Escuela de Diseño en el Hábitat se consolida como una escuela integral para la enseñanza del diseño en sus principales modalidades.

Con una óptica totalmente innovadora que toma al ser humano y su entorno como protagonistas en la conformación de espacios y de mundos estético- perceptuales, la EDH lleva adelante una propuesta educativa en la que los estudiantes generan productos, obras y mensajes de diseño contextualizados con el medio, en el marco general de una fuerte formación ética y cultural.

A partir de una metodología de enseñanza-aprendizaje focalizada en los talleres integrales y específicos de cada disciplina a lo largo de toda la carrera, el alumno adquiere las herramientas para un desempeño laboral sólido y

exitoso, tanto en estudios privados, instituciones públicas o emprendimientos particulares.

diseño de la región, apostando desde siempre al desarrollo local con una mirada global.

Desde su proyecto original, consolidado a lo largo de los 20 años de trayectoria, la Escuela de Diseño del Hábitat sigue brindando recursos sustantivos para el crecimiento y fortalecimiento de la cultura del

Fuente y fotos: ALADI.

Agenda que tuvo ALADI en octubre, Mes del Diseño MERCOSUR

Se realizó en octubre el XXIIº MES ALADI DISEÑO MERCOSUR. Un detalle de las actividades que desarrolló cada país miembro de ALADI MERCOSUR.

- Día 2. VIVIENDO LA BAUHAUS. Organiza Instituto Poussin ALADI Perú. ALADI Presidencia auspicia y participa. Sede Zoom Lima.

- 8. EXPERIENCIAS TENDIEZ. Organiza TENDIEZ. ALADI auspicia y participa. Sede Zoom Bs. As.

- 8. DIA DEL PATRIMONIO CULTURAL EN ARGENTINA. Celebra Dirección de Patrimonio y Cultura del Gobierno de la Pcia. de San Juan. ALADI / Museo del Diseño y de la Industria Hecho en Argentina auspician y participan. Sede Zoom San Juan.

- 10. 55º Aniversario de la CONPANAC. ALADI celebra.

- 14. MODA CONPANAC EN POUSSIN. Organiza Inst. Poussin ALADI Perú. ALADI auspicia y participa. Sede Zoom Lima.

XXIIIº SEMANA ALADI DISEÑO MERCOSUR, Capitulo Brasil

- 14. INICIATIVA 20-30 Encuentro Argentina Brasil. Organiza I20-30. ALADI y Objeto Brasil auspician y participan. Sede Zoom Minas Gerais, Brasil.

XXIIIº SEMANA ALADI DISEÑO MERCOSUR, Capitulo Argentina.

- 19. "Emprender con Diseño". Organiza Plataforma Emprender / NODO Tecnológico Santiago del Estero / ALADI CEPRODI NOA. Sede Zoom Santiago del Estero.

- 19 al 21. 1er. CONGRESO NACIONAL DE INTERIORISMO Y EQUIPAMIENTO + 3era JORNADA DE INTERIORISMO DEL CENTRO DEL PAÍS. Organizan Universidad Provincial de Córdoba y Facultad de Artes Universidad Nacional de Tucumán / UNT. ALADI / Polo CEPRODI NOA auspician y participan. Sede Zoom Tucumán.

- 21. SEMINARIO VIRTUAL "Caja de Herramientas para la Comunicación Política". Organiza Universidad del Este / UDE La Plata. ALADI auspicia y participa. Sede Zoom La Plata.

- 21 al 23. Jornadas de Investigación Facultad de Ciencias de la Comunicación. Organiza UCES. ALADI auspicia y participa. Sede Zoom Bs. As.

- 22 al 23. XIº JORNADAS PATAGONICAS DE DISEÑO. Organiza Escuela de Diseño en el Hábitat / EDH. ALADI auspicia y participa. Sede Zoom Neuquén

- 24. DIA DEL DISEÑO EN ARGENTINA. Encuentro DISEÑO FEDERAL. Celebración con reunión y brindis Comité ALADI Argentina e invitados. Sede Zoom Bs. As.

- 28 al 29. DISEÑO INTEGRAL. Organiza Instituto Integral. ALADI auspicia y participa. Sede Zoom Bs. As.

- 28 al 30. SEMINARIO INTERNACIONAL PUNTO ABSTRACTO. Organiza Carrera de Diseño de Interiores de la Facultad de Arquitectura y Ciencias del Hábitat de la Universidad de San Francisco Xavier de Chuquisaca. ALADI auspicia y participa. Sede Zoom Bolivia.

Plataforma virtual

FIMAR se reinventa y abre un portal virtual que reunirá al mueble argentino

FIMAR, Feria Internacional del Mueble Argentino, abre un portal virtual a partir de octubre para potenciar las oportunidades comerciales mayoristas del sector. Organizan CAMMEC; Cámara de la Madera y Afines de San Francisco; Cámara de la Madera y Afines de Río Cuarto; CIMA, CAFYDMA y CEMA. Material enviado por los organizadores.

“Este portal surge luego de un análisis pormenorizado de los dirigentes de las cámaras que conformamos FIMAR, en una demostración de compromiso con el sector y dando respuestas a las necesidades del mismo”, dijo Gustavo Viano, integrante de la Cámara de Madera Mueble y Equipamiento de Córdoba (CAMMEC).

Con la incorporación de CEMA y CAFYDMA, dos cámaras empresariales de Buenos Aires, FIMAR amplió su horizonte sectorial y fortaleció la representatividad de la industria y sus principales actores.

“Creemos que vamos a generar una máquina de ventas para seguir fortaleciendo este sector” expresó Gabriel Campins, gerente de la Cámara de Empresarios Madereros y Afines (CEMA).

Además, el portal generará tanto contenidos como eventos para fortalecer al sector productivo del mueble y a las oportunidades comerciales.

“Estamos programando eventos muy importantes para nuestro sector, con la intención de generar ventas específicas por este canal”, adelantó Fabián Parada, presidente de CAFYDMA.

FIMAR está organizada por las cordobesas Cámara de la Madera, Mueble y Equipamiento de Córdoba (CAMMEC), Cámara de la Madera y Afines de San Francisco y Cámara de la Madera y Afines de Río Cuarto.

También por la santafesina Cámara de la Industria Maderera y Afines de Cañada de Gómez (CIMA) y las, CAFYDMA Cámara de los Fabricantes de Muebles, Tapicería y Afines; y CEMA Cámara de Empresarios Madereros y Afines, ambas de Buenos Aires.

Sinergia

En una sinergia sectorial única, la industria del mueble argentino se reinventa y presenta la plataforma FIMAR Digital como una potente herramienta para potenciar las oportuni-



FIMAR se reinventa y abre un portal virtual que reunirá al Mueble Argentino.

La plataforma FIMAR Digital se presentó como una herramienta para potenciar las oportunidades del sector. Organizan CAMMEC; Cámara de la Madera y Afines de San Francisco; Cámara de la Madera y Afines de Río Cuarto; CIMA, CAFYDMA y CEMA.

des del sector.

El encuentro de negocios más grande de la industria del mueble argentino, FIMAR, responde a los cambios de paradigma que generó la situación de pandemia que se vive en todo el mundo.

Por eso decidió desarrollar una herramienta inédita en el sector: un marketplace mayorista que reunirá y conectará a fabricantes de muebles y comerciantes de todo el país.

Negocios en la nube

A partir de octubre, el equipo de FIMAR mudará su histórico encuentro de negocios a la nube, a partir del lanzamiento de un portal de e-commerce mayorista que estará a disposición de los fabricantes de muebles nacionales.

Podrán ofrecer allí toda la gama de productos, diseños y materiales de la actualidad, sus novedades y últimos lanzamientos de una industria que genera 50.000 puestos de trabajo en el país.

El nuevo portal de e-commerce de FIMAR estará disponible para todas aquellas fábricas de muebles y colchones del país y será una potente herramienta comercial.

Además de generar ventas y contactos, los fabricantes de muebles nacionales podrán mostrar sus nuevos diseños, líneas comerciales, fábricas por dentro y todo lo que hace a un sector productivo de importancia en la economía argentina.

Unificar la oferta

El objetivo de esta iniciativa es unificar digital-

mente la oferta en un solo lugar para vender transparentemente su producción al retail.

El e-commerce se ha desarrollado de manera exponencial como espacio de vinculación entre el comerciante o la fábrica y el consumidor final.

FIMAR busca ubicarse en el eslabón de distribución donde cada fabricante, por más pequeño que sea, acceda a la oferta del mayor mercado de compra nacional del sector.

El Portal FIMAR Digital nació con el objetivo de unificar al sector del mueble nacional y brindarle a la demanda un escenario virtual único con toda la oferta las 24 horas, los 365 días del año.

Más de 300 fabricantes

FIMAR Digital ofrecerá más 300 fabricantes de muebles argentinos que venderán en cantidad y a precios mayoristas a más de 6.000 compradores de diferentes sectores.

Entre ellos, mueblerías, casas de artículos del hogar, grandes superficies del retail; como así también a hoteles, gastronómicos, centros deportivos, estudios de arquitectura y diseñadores de interiores.

Desde la plataforma FIMAR Digital, los fabricantes podrán recibir los pedidos, contabilizar el stock en tiempo real, generar ofertas y promociones como así también pautar la logística y condiciones de pago.

La anterior fue en Tecnópolis

La 15° edición de la Feria Internacional del

Mueble Argentino, y la 2ª edición de ELECTRODOM, la Feria Internacional de Electrodomésticos, Tecnología y Hogar se desarrolló del 23 al 25 de mayo en Tecnópolis, Buenos Aires, con más de 100 expositores.

La 15° edición de FIMAR, la Feria Internacional del Mueble Argentino, y la 2ª edición de ELECTRODOM, la Feria Internacional de Electrodomésticos, Tecnología y Hogar, que se llevó a cabo del 23 al 25 de mayo en el predio de

Tecnópolis de la ciudad de Buenos Aires reunió a cuatro mil compradores calificados y más de un centenar de expositores entre los principales fabricantes, distribuidores y representantes de ambas industrias.

“Tuvimos un Tecnópolis a pleno con el 100% del espacio cubierto y con una muy importante afluencia de público. Asimismo, fue muy auspicioso el nivel de ventas en virtud de cómo se encuentra el mercado. También y como siempre el expositor de FIMAR ELECTRODOM agradeció la calidad de la convocatoria de la mano de pequeños y grandes empresarios de la comercialización de todo el país”, comentó entonces Gustavo Viano, presidente del Comité Ejecutivo de Fimar+Electrodom.

“Institucionalmente, lo más destacado de la feria fue la concreción de alianzas estratégicas por parte de FIMAR con cámaras empresariales de amplia trayectoria y base en Buenos Aires como la Cámara de Empresarios Madereros y Afines (CEMA) y la Cámara de los Fabricantes de Muebles, Tapicerías y Afines (CAFYDMA), y por el lado de ELECTRODOM, con la Cámara de Fabricantes de Electrodomésticos (CAFED), la Cámara Argentina de Industriales de Refrigeración y Aire

Acondicionado (CAIRAA) y la Cámara de Fabricantes de Artefactos de Gas (CAFAGAS) junto a quienes apostamos a consolidar la feria de electrodomésticos como la más importante del país, así como lo es FIMAR”, concluyó el directivo.

Entre las novedades de 2019, el encuentro sumó dos auditorios abiertos que contaron con una jornada de charlas y capacitaciones inspiradoras y motivadoras. Además, se destacó un nuevo sector diferenciado para fabricantes especializados en el segmento corporativo, quienes se reunieron con profesionales del rubro, desarrollistas y empresas consumidoras de este tipo de mobiliario.

También hubo Ronda de Negocios Nacionales e Internacionales, donde los expositores se contactaron con operadores comerciales de grandes cadenas convocados especialmente para la ocasión.

Además, se desarrolló el Salón del Mueble Argentino (SMA), un ámbito especial donde se exponen las nuevas tendencias del mercado a través de productos distinguidos por diseño de alto nivel.

Fuente e imagen: FIMAR Digital y archivo D&F Muebles.

MUEBLES

DORKING 100-50

DORKING 92-40

DORKING 84-16

GRAMPAS

Toda la gama completa de insumos y máquinas para la industria del mueble.

DORKING®
CLAVOS Y GRAMPAS

ventas@dorking.com.ar
www.dorking.com.ar

Breves

FADU-UBA lanzó un curso on line sobre Diseño de Juguetes

FADU-UBA lanzó en octubre el curso on line “Diseño de juguetes aquí y ahora”, que se dictará durante seis martes consecutivos de 18:30 a 21:30. La Facultad de Diseño y Urbanismo (FADU) de la Universidad de Buenos Aires (UBA) dictaba un curso virtual sobre diseño de juguetes. “Diseño de juguetes aquí y ahora” tenía una duración de 18 horas, tres por cada martes, y se estimaba que finalizará el 10 de noviembre. “Si te interesa el mundo de los juegos y/o juguetes, si tenes una idea/proyecto te podemos aportar nuestra mirada. No te pierdas esta oportunidad de darle empuje a tus ideas”, señalaron desde FADU-UBA.

Características:

- Curso CAP online - cupos limitados
 - Herramientas de diseño para el desarrollo de interfaces lúdicas
 - Destinado a: diseñadores y profesionales de carreras afines, idoneos, emprendedores, educadores e interesados en incurrir en el mundo del diseño de las interfaces lúdicas.
 - Docente: MG. DI Dolores Delucchi
- Más información: centrocap@fadu.uba.ar

DArA presentó el 7º Encuentro Internacional de Interiorismo y Diseño

DArA, Diseñadores de Interiores Argentinos Asociados, presentó el 7º Encuentro Internacional de Interiorismo y Diseño con una novedosa edición virtual. Fue el jueves 22 y el viernes 23 por streaming gratuito con inscripción previa y contó con el auspicio de EGGER Argentina. DArA es una Asociación sin fines de lucro, constituida para desarrollar y promover el interiorismo en particular y el diseño en general, nuclea a diseñadores de interior, profesionales y empresas del ámbito del diseño y la construcción en Argentina.

Como ediciones anteriores, el objetivo principal fue mostrar las diferentes voces de la arquitectura y el interiorismo a través de la visión de los grandes protagonistas del diseño internacional. Este año los disertantes que participarán del DArA ID virtual fueron: la italiana Rossana Orlandi, Aq. y Diseñadora Paola Navone /Italia, Arq. Frida Escobedo / México,

Arq. Angelo Bucci / Brasil, Arq. Martin Dulanto / Perú, Arq. Gonzalo Mardones / Chile, Arq. Solano Benítez / Paraguay. DArA ID 2020 virtual tomó como disparador creativo Identidad en el Diseño. Dentro de la grilla principal del evento hubo encuentros con diseñadores de Europa y América latina. También se desarrolló la 3ª Edición de DArA Galería de Diseño, videos especiales mostrando los interiores de casas de Buenos Aires guiados por sus dueños, muestras virtuales de vidrieras de

locales de la ciudad vinculados a productos de diseño. Además, estuvo el ciclo de debate con destacados profesionales del área, la entrega del premio Celina Arauz de Pirovano con el que DArA destaca a personalidades por su contribución al área del diseño de interiores.

Estudio PQR lanzó una línea de muebles modulares para resolver las diferentes necesidades del nuevo habitar

Estudio PQR llega al mercado de mobiliario con una propuesta de diseño especialmente pensada para resolver las diferentes dinámicas que nos vinculan con nuestro hogar, informaron fuentes de la empresa. La línea “CUADRA” ofrece flexibilidad, sencillez y adaptabilidad. Compuesta por bases y módulos que pueden combinarse entre sí, pensados para acompañar y descubrir nuevas configuraciones. Con tonos calmos que le permiten acomodarse muy bien a los muebles ya existentes, y con herrajes internos de calidad (bisagras de cierre suave y correderas ocultas) que garantizan su calidad y durabilidad, esta propuesta se compone de: Cajonera Pica flexibilidad (2 cajones); Gabinete Cordón (2 puertas); Cómoda Pica Pica Cordón Cuneta (2 puertas laterales, nicho superior y cajón inferior); Cómoda Pica Pica Cordón (2 cajones izquierda, 2 puertas derecha); Consola Pica Pica (2 cajones); Cómoda Pica Pica (4 cajones); Cómoda Cordón (4 puertas); Escritorio Avenida; Cajonera Pica Pica (3 cajones); Cajonera Cuneta (1 cajón superior, 1 nicho inferior); Biblioteca OneWay; Aparador Cordón (2 puertas). Marcela Rodríguez y Lorena Spinola, de Estudio PQR, dijeron: “Es una idea que veníamos trabajando hace tiempo, que con la pandemia y el quedarnos en casa pudimos concretar. Nuestro punto de partida fue pensar una línea flexible con la posibilidad de adaptarse a distintos espacios y funciones. Que acompañe el dinamismo de la vida de una familia con un producto de materiales de excelente calidad”.

Según una encuesta de EE.UU. el 90% quiere volver a la oficina en la nueva normalidad; el caso español

AITIM publicó los datos más significativos que desvela la última encuesta de población activa (EPA) de julio. Demuestra la magnitud de un fenómeno que hasta ahora no había tenido una gran implantación en España, pero que se vio precipitado por la crisis sanitaria. Ante el momento de emergencia, las empresas se apresuraron a adaptarse al modelo de trabajo en remoto de manera improvisada. Con la llegada de la nueva normalidad, la desescalada ha traído consigo el retorno de los empleados a sus espacios de trabajo de manera ordenada y paulatina, lo que ha significado una vuelta cuidadosamente organizada. En este contexto, y con un número cada vez mayor de empresas planificando el retorno de sus trabajadores tras el verano boreal, algunos se preguntan: “Si el teletrabajo funciona, ¿por qué volver a la oficina? Otra de las cuestiones que ha desvelado el confinamiento es la importancia de los espacios de trabajo que ofrecen las oficinas y su papel esencial como punto de encuentro de las organizaciones. Según una encuesta realizada por Gensler Research Institute en Estados Unidos y recogida por Steelcase, alrededor de un 90% de los trabajadores quiere volver a trabajar en una oficina. ¿A qué se debe este punto de inflexión?

El trabajo remoto ha demostrado ser de gran utilidad durante el confinamiento y es, sin duda, una herramienta a tener en cuenta en la ansiada flexibilización y conciliación del trabajo en España. Sin embargo, la actividad laboral desde casa también ha demostrado muchas carencias cuando se produce para todos y durante un tiempo prolongado, unas carencias que repercuten en el bienestar de los equipos y la productividad de las organizaciones. Así, Steelcase, como empresa de referencia en la consultoría de espacios, lleva meses investigando qué repercusiones tiene el teletrabajo generalizado con el objetivo de ofrecer las claves de la vuelta a la oficina en la nueva normalidad y su papel futuro.

Según Alejandro Pociña, presidente de Steelcase Iberia, “las empresas tienen que tomar conciencia de que sus oficinas representan un activo esencial para su productividad. Son el corazón de toda organización”. Afirmó además que “juntos somos mejores. Reunirse en el espacio de trabajo para socializar y colaborar pasará a ser el principal objetivo de la oficina”. “Ahora nos esforzamos por

alcanzar el equilibrio entre la necesidad de contar con espacios atractivos y la necesidad de seguridad” añade Pociña. La oficina es uno de los puntos clave de la socialización de las personas y esto tiene unos beneficios conocidos para las empresas: el sentimiento de pertenencia al grupo aumenta el bienestar y el compromiso de los trabajadores. En el corto plazo, el trabajo desde casa puede ser suficiente para la continuidad de la actividad, pero a la larga, las investigaciones de Steelcase apuntan a que las organizaciones tienen muy complicada su supervivencia sin estos factores. Para que la vuelta a la oficina funcione es esencial que se produzca de manera ordenada y extremando las medidas de protección y seguridad. Lo más importante, según Alejandro Pociña, “es la flexibilidad y la racionalización de los espacios en función de la actividad. Hay tareas más mecánicas que se pueden desempeñar desde casa sin problema y otras más creativas que requieren de la presencia física. En la nueva normalidad tenemos que aprender y adaptarnos a un modelo mucho más flexible. Las organizaciones líderes valoran las oficinas como una de las herramientas críticas para seguir siendo competitivas. Son la palanca que fomenta la innovación propulsando el crecimiento que solo se puede lograr cuando las personas trabajan juntas de manera efectiva, cara a cara, para hacer el trabajo más creativo. Los trabajadores deben tener la certeza de que es seguro volver y estar motivados para regresar a un entorno atractivo que garantice su bienestar físico, cognitivo y emocional, un lugar donde deseen estar y no donde se sientan obligados a estar. Un lugar que satisfaga su necesidad humana innata de relacionarse generando un sentido de propósito compartido y de comunidad. Un lugar en el que disfruten trabajar. Porque juntos somos mejores. Fuente: AITIM.

Doce ferias celebradas con éxito en septiembre en Alemania

Después de un estancamiento de casi seis meses debido a la pandemia de COVID-19, en septiembre se llevaron a cabo importantes exposiciones reales en Alemania. Un total de doce eventos se llevaron a cabo sin problemas y con buen éxito. Estos incluyeron ferias públicas con atractivo internacional y regional, así como ferias comerciales con áreas de influencia regionales y nacionales y participación internacional. Alrededor de 180.000 visitantes documentaron el gran interés en las doce exposiciones en el primer mes después del nuevo comienzo. Como se esperaba, no alcanzaron el número de expositores y visitantes de los eventos anteriores, en parte debido a la limitación del número de visitantes como resultado de las regulaciones de los estados federales alemanes, las restricciones de viaje y la situación económica fuertemente deteriorada. Jörn Holtmeier, Director General de la Asociación de la Industria Alemana de Ferias Comerciales, dijo: “Éstas son señales alentadoras para las otras ferias comerciales previstas para este año. Muchos expositores y visitantes han estado esperando el nuevo comienzo para que su negocio vuelva a funcionar. El camino hacia la normalidad es largo, pero vamos avanzando”. Los expositores y visitantes aceptaron consistentemente las reglas de higiene y distancia prescritas. Se confirmó que la situación en una exposición es comparable a muchas situaciones cotidianas, como la de un centro comercial, que refleja la estructura básica de una sala de exposiciones. Después de un estancamiento de casi seis meses debido a la pandemia de COVID-19, en septiembre se llevaron a cabo importantes exposiciones reales en Alemania. Un total de doce eventos se llevaron a cabo sin problemas y con buen éxito. Estos incluyeron ferias públicas con atractivo internacional y regional, así como ferias comerciales con áreas de influencia regionales y nacionales y participación internacional. Alrededor de 180.000 visitantes documentaron el gran interés en las doce exposiciones en el primer mes después del nuevo comienzo. Como se esperaba, no alcanzaron el número de expositores y visitantes de los eventos anteriores, en parte debido a la limitación del número de visitantes como resultado de las regulaciones de los estados federales alemanes, las restricciones de viaje y la situación económica fuertemente deteriorada. No obstante, muchos expositores y visitantes quedaron satisfechos con los resultados e informaron de algunos negocios y contactos sorprendentemente buenos.

Fuente: Notifix.

D&F Muebles

Una clara propuesta editorial

Director - Editor
Eduardo Rodrigo
Propietario

Dep. Administrativo

Claudia Lucero

Área 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 ejempl. 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"

27 Años de Vida Editorial

Informe de mercado

La industria del mueble en América latina: perfil de algunos países seleccionados

América Latina y el Caribe cuenta con casi 640 millones de habitantes y un PNB per cápita de aproximadamente USD 9.000. Según la estimación de CSIL, el mercado de muebles de esta región tiene un valor de aproximadamente US\$ 16.000 millones a precios de producción/ importación. Fuente y foto: portal colombiano Notifix.

Este año CSIL ha explorado aún más el sector del mueble para una selección de países latinoamericanos: Argentina, Ecuador y Uruguay en América del Sur, y Panamá y Costa Rica en América Central. En este artículo se informan algunos hallazgos.

Argentina

La industria argentina del mueble cuenta con más de 2.000 empresas registradas, el 90% de las cuales son pymes.

Una parte significativa del sector del mueble está constituida por la “producción gris” de productores informales que pueden representar hasta un 40% - 50% del total.

Los actores líderes en la industria incluyen empresas como Fontenla, Ricchezza (segmento de muebles para el hogar), Fiplasto, Cuyoplasas / Platinum (RTA), Johnson



Estimación del consumo de muebles que hizo CSIL para América latina y el Caribe.

vesado un período de crisis, principalmente por el declive de su mercado interno, así como por la erosión de la rentabilidad determinada por las altas tasas de interés y los mayores costos de los componentes dolarizados.

Por otro lado, la industria argentina puede contar con importantes activos

dinámicas.

Se estima que los muebles importados representan alrededor del 20% del mercado argentino total, y China representa la mayor parte de éste.

Ecuador

Más de 650 empresas forman parte del sector de Procesamiento de Madera

productores locales de paneles a base de madera que satisfacen la mayoría de la demanda total de paneles de la industria. Novopan y Aglomerados Cotopaxi son los más grandes.

Entre los principales productores de muebles de la industria se encuentra Colineal, que también es un actor clave en el comercio minorista de muebles.

Los productores ecuatorianos se concentran mayoritariamente en el mercado interno. Después de una fuerte disminución observada en 2015-2016, el mercado ecuatoriano parece haber vuelto a un crecimiento moderado en los últimos años.

El mercado es relativamente menos abierto que el promedio de la región de América del Sur y el Caribe, y su penetración de importaciones ronda el 20%. Sin embargo, las importaciones han ido aumentando en los últimos años.

Uruguay

La industria uruguaya del mueble está muy fragmentada y carece de gran-

des productores. Casi el 90% de las empresas emplean a menos de 4 trabajadores y solo el 2% tiene más de 20 trabajadores.

Cerca del 40% del total de la producción local se exporta (principalmente a Argentina), mientras que el mercado interno absorbe el 60%. Uruguay muestra un consumo de muebles per cápita significativamente superior al de sus países vecinos.

El sistema de distribución del país está marcado por el papel clave que desempeñan los importadores, que incluyen tanto tiendas de muebles como empresas que operan tanto como mayoristas como minoristas.

La participación de las importaciones en el consumo total de muebles ha aumentado en las últimas décadas. En particular, la creación del Mercosur en 1989 fue un punto de inflexión para el mercado local, ya que abrió el camino para un aumento de las importaciones de los miembros de este acuerdo, especialmente de Brasil.

Panamá

La industria del mueble panameña está formada principalmente por pequeñas y microempresas, con una presencia significativa del sector gris.

La industria panameña incluye varias pequeñas empresas de alta gama enfocadas en la madera maciza, que en general está bastante extendida en

la industria local. Entre las maderas más utilizadas se encuentran las de cedro, laurel y teca, que tradicionalmente tuvieron una difusión significativa debido a su peculiar durabilidad en ambientes húmedos. Durante la última década, la dura competencia de los proveedores extranjeros ha sido un gran desafío al que se enfrenta la industria local del mueble.

La gran mayoría del mercado se satisface con la importación. Varios distribuidores líderes pertenecen a cadenas extranjeras.

Costa Rica

El sector del mueble de Costa Rica cuenta con aproximadamente 200 empresas registradas, principalmente por micro y pequeñas empresas. También en este país muchos productores de muebles se centran en gran medida en la madera maciza.

La mayor parte del mercado del país se satisface con la importación. El sistema de distribución del país incluye la venta directa de productores locales a los consumidores, tiendas especializadas en muebles (como por ejemplo La Artística) y grandes cadenas no especializadas en muebles, como tiendas de artículos para el hogar, tiendas de mejoramiento del hogar, supermercados.

Fuente y foto: portal colombiano Notifix.



Acero, Amoblamiento
Reno (muebles de cocina),
Color Living (muebles
tapizados).

En los últimos años, la industria del país ha atra-

estructurales, entre ellos, por ejemplo, su gran dotación de recursos forestales, la existencia de clusters productivos, la presencia de asociaciones sectoriales

y Silvicultura ecuatoriana, incluyendo fabricantes de muebles.

La industria local del mueble puede contar con la presencia de importantes





[/herrajessanmartin](https://www.instagram.com/herrajessanmartin)

HERRAJES SAN MARTIN

90 AÑOS DE EXPERIENCIA EN HERRAJES

BUENOS AIRES
 Av. San Martín 1942 (C1416CRU) - CABA
 Tel. (+54 11) 4581-0102
consultas@herrajessanmartin.com

NUESTROS LOCALES
 CARLOS CASARES, PCIA. DE BUENOS AIRES
 LA RIOJA, PCIA. DE LA RIOJA
 MERLO, PCIA. DE SAN LUIS
 RÍO GALLEGOS, PCIA. DE SANTA CRUZ

www.herrajessanmartin.com






maderamen.com.ar
 Una clara propuesta editorial

Todas las noticias, en todos tus dispositivos

RE-DISEÑAMOS NUESTRA WEB PARA INFORMARTE MEJOR SOBRE EL SECTOR MADERA Y MUEBLES

¡RE-DESCUBRILA!



Comercio e Industrias de Muebles



Una clara propuesta editorial



Seguinos en Facebook
 @maderamencomar
 https://www.facebook.com/maderamencomar

Inicio NOTICIAS FERIAS Y CONGRESOS MERCADOS DISEÑO EMPRESAS PRODUCTOS MÁS

NOTICIAS



Las nuevas soluciones para el interiorismo de hoteles en Citicenter InterHOTEL 2017

Modificación: 16 de octubre, 2017



Se lanzo una nueva línea Mena Sectorial del Mueble

Modificación: 12 octubre, 2017



Crédito en Crédito: el ciclo de vida de los productos integradamente verdo

Modificación: 11 septiembre, 2017



FAIMA en 136º Congreso: si al "contrato de trabajo", no al "oportunismo litigioso"

Modificación: 27 junio, 2017



FIMAR 2017 mostró indicios de reactivación y se prepara para su próxima edición

Modificación: 25 abril, 2017

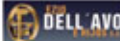
Empresas en línea.....

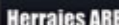












Relevamiento en PyMEs

CAME: se atenúa la caída de la producción en madera y muebles, con -1,6% en septiembre

De pag.: 5

mayor dólar (pagan el llamado solidario).

Sustancias y Productos

Químicos: la producción cayó 1,9% anual en el mes con bastantes disparidades entre rubros. Por ejemplo, todo lo vinculado a artículos de limpieza y farmacéuticos, se mantuvieron

mayormente en alza, lo mismo que pinturas, mientras que otros como tintas o aceites, continuaron en baja.

Encuesta Cualitativa a Pymes industriales

En septiembre los niveles de rentabilidad para el 37,8% de las empresas fue positivo y levemente por

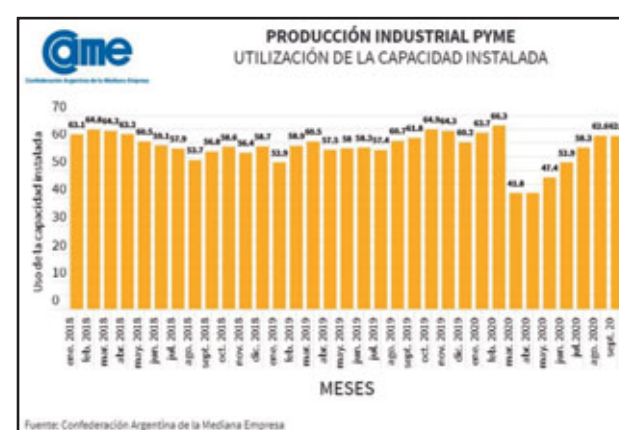
encima de agosto (35%). Para el 35,3% fue nulo y para el 20,9% negativo. Lentamente el sector comienza a acomodar su situación financiera.

Sobre las expectativas hacia adelante, subió de 10% a 14,4% la proporción de firmas que espera que la producción continúe bajando

en los próximos meses, mientras que se mantuvo en 24% la que espera aumentos. El resto o no sabe o cree que se mantendrá.

Nota metodológica

El Índice de Producción Industrial PYME (IPIP) mide el desempeño mensual en la producción manufacturera de las peque-



ñas y medianas industrias (PYMIS) argentinas. La información se obtiene durante los primeros 20 días del mes en base a

El uso de la capacidad instalada promedio estuvo en el orden del 62,5 por ciento en septiembre.

encuestas directas realizadas entre 300 pymes industriales del país. Releva todos los meses un equipo de 30 encuestadores localizados en las ciudades capitales, Ciudad de Buenos Aires y Gran Buenos Aires (Zona sur, zona norte y zona oeste).

A su vez, un equipo de 6 supervisores desde CAME controlan la calidad de la información recolectada y coordinan el equipo de encuestadores.

Las empresas relevadas han sido seleccionadas en función de tres variables:

- 1- Tipo de producto elaborado por la empresa: se determinaron productos que reflejen de manera más fehaciente el nivel de actividad del sector, ya sea en forma directa como indicador representativo de la producción, o en forma indirecta por constituir el insumo principal de otro sector.
- 2- Localización geográfica de la empresa: se seleccionaron firmas localizadas en regiones con predominancia en la elaboración de los productos pre-seleccionados.
- 3- Calidad de la información: se relevan empresas donde pudo comprobarse la calidad y precisión de los datos aportados.

Consideraciones particulares

El IPIP está dividido en 11 sub ramas industriales. Para determinar el valor del IPIP se elaboran números índices de cada una de esos rubros y del nivel general que reflejan la evolución de la producción industrial en términos de volumen físico.

Los índices resultan útiles para homogeneizar a las variables, facilitando su comparación a lo largo del tiempo. El año base de la serie se estableció en diciembre de 2008.

La ponderación de cada una de las ramas industriales se realizó en base al Censo Económico 2004 y al Mapa PYME elaborado por la Sepyme.

Imágenes: Gentileza CAME.

Descubra un mundo de oportunidades EGGER Colección Decorativa 2020

Con una amplia variedad de diseños, renovadas texturas, tableros y cantos combinados, nuevos productos y servicios, EGGER Colección Decorativa 2020 es el aliado ideal para el trabajo diario del profesional de la madera.

Una colección totalmente renovada:

- 81 diseños
- Nuevos diseños Perfect Sense Gloss y Matt
- Nuevos diseños Feelwood
- Nuevos e innovadores laminados
- Nuevos cantos decorativos

Descubra todo el potencial de EGGER Colección Decorativa descargando la App



>> Conozca más en: www.egger.com

MORE FROM WOOD.

