

En línea....!

maderamen.com.ar
Una clara propuesta editorial

Información actualizada día a día

Año XX VII N° 176 - Octubre 2021

Supersalone / El Salone del Mobile. Milano 2021. Había 425 marcas expositoras, 16% eran extranjeras, más 170 jóvenes estudiantes de 22 países y 39 diseñadores independientes. La asistencia fue de más de 60 mil, en seis días de 113 países. Ver. Pag. 6



La producción de maderas y muebles creció 2,1% anual y 0,6% comparado con septiembre 2019. En el acumulado del año, todavía está 8,7% debajo de 2019, aunque 19,3% por encima de 2020. Ver. Pag. 2



D&F Muebles

Diseño y Fabricación de Muebles

Entrevista exclusiva

Zurschmitten

Amoblamiento termina nueva planta industrial y apunta a mercados externos

D&F Muebles mantuvo una larga charla telefónica con Oscar Zurschmitten, socio gerente de Zurschmitten Amoblamiento. Este fabricante de muebles ubicado en San Jerónimo Norte, Santa Fe, vende la mayor parte de su producción al segmento ABCI de viviendas unifamiliares. “Nosotros estamos invirtiendo mucho en diseño. Hay diseñadores que trabajan con nosotros hace muchos años y creo que eso está haciendo la diferencia. Además, una de nuestras fortalezas es cumplir”, señaló.



Mueble para cocina “Línea Naturel”.

- ¿Cuál es su opinión sobre la industria argentina del mueble en general?

- La industria del mueble en general ha tenido buenos años, a pesar de la pandemia y de otras situaciones. Nosotros estamos relacionados a la construcción y esta industria, a pesar del COVID, se siguió moviendo. Fue muy dinámica y sigue siendo muy dinámica. A nosotros, como a la mayoría, nos ha ido bien. A pesar de algún inconveniente con compo-

Continúa en Pag.: 4-5

Espacios flexibles

Modos de habitar el espacio doméstico: el mobiliario y su relación con la casa hoy

La arquitecta María José Verón* afirma en este artículo: “Conocer los modos de vida no es sólo tema de estudio de sociólogos, psicólogos, antropólogos, sino que nos atañe a los arquitectos de modo directo para utilizarlo como una variable más en la práctica proyectual”.



All I Own House materializa el interior de la casa de Yolanda a través de sus objetos personales. Pero estos objetos, como Yolanda, no están nunca quietos. Se mueven con ella y la acompañan a lo largo de su día a día.

Habitar es un gerundio. La transformación de la unidad familiar evidencia

la progresiva sustitución de la idea clásica de convivencia-comunidad de com-

portamientos, por la de una cohabitación - contrato (o relación) abierto- susceptible

de favorecer la independencia tanto de las acciones y de los comportamientos como de necesidades diversas y cambiantes. La significación, pues, de los individuos por encima de los clanes (Morales, 2000, p.263).

Conocer los modos de vida no es sólo tema de estudio de sociólogos, psicólogos, antropólogos, sino que nos atañe a los arquitectos de modo directo para utilizarlo como una variable más en la práctica proyectual.

Es un insumo directo donde el mundo real ingresa para participar activamente.

Habitar la arquitectura

Continúa en Pag.: 8/9

Historia reciente

Tendencias en impresiones para el mercado de laminados en los últimos 25 años

Ver en Pag.: 12

Disertación virtual

Modas y tendencias en diseño de muebles: alquiler de productos y el rol del Art Director

Ver en Pag.: 10



HERRAJES CONFIABLES



Relevamiento de CAME

La producción de madera y muebles de PyMEs creció 2,1% en septiembre

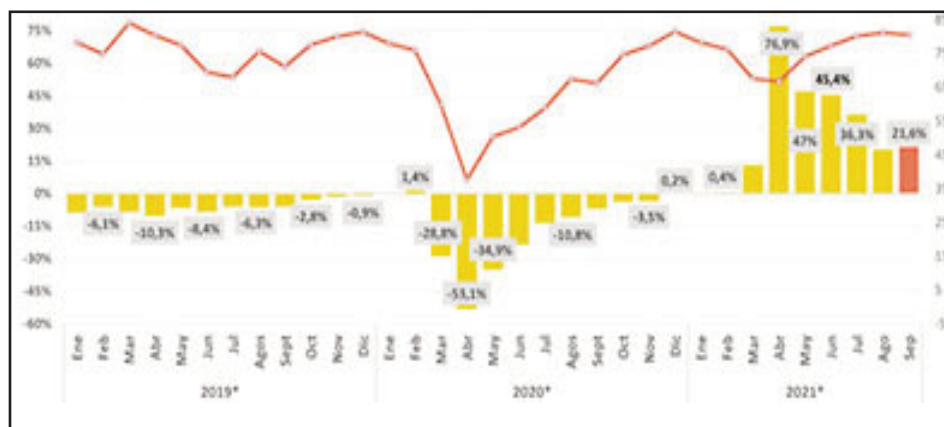
La producción de maderas y muebles creció 2,1% anual y 0,6% comparado con septiembre 2019. En el acumulado del año, todavía está 8,7% debajo de 2019, aunque 19,3% por encima de 2020. Las empresas del sector coincidieron en que se registró una baja en los pedidos que podrían vaticinar meses más flojos en noviembre, diciembre y enero. Las ventas de amoblamientos aumentaron 32,5% en septiembre de 2021 respecto de septiembre de 2020. Fuente: CAME.

La industria PyME creció 21,6% anual en septiembre respecto a 2020, 13,2% respecto a 2019 y acumula un alza de 24,6% en el año

La industria manufacturera pyme continuó creciendo en septiembre y acercándose a sus niveles pre-pandemia. Ya hay cuatro sectores que lograron recuperarse y otros 7 en camino de recuperación.

Los principales motores de crecimiento en septiembre fueron la demanda por sustitución de importaciones de bienes de consumo y la demanda externa.

Las empresas consultadas manifestaron que encuentran problemas con las importaciones: por un lado, restricciones para ingresar piezas, partes e insumos, por otro, mayores obstáculos para



Evolución de la Actividad Industrial PyME.

Según el Índice de Producción Industrial Pyme (IPIP) elaborado mensualmente por CAME, el resultado de la producción industrial pyme de septiembre 2021, fue:

Frente a agosto 2021: cayó 0,7%, con la mayor baja en

2020: la producción creció 21,6%, con las mayores tasas de variación en Calzado y marroquinería (+38,6%) y Material de transporte y sus partes (+35,6%). No hubo ningún sector con baja anual, y la suba más leve ocurrió en Maderas y Muebles (+2,1%).

Calzado y marroquinería sigue siendo el de peor situación, pero achicando su brecha a solo -12,3%.

En el acumulado de los primeros nueve meses del año: la industria pyme acumuló un alza de 24,6% frente a iguales meses de 2020 y de 0,4% frente a los mismos meses de 2019.

Rentabilidad: el porcentaje de empresas con rentabilidad negativa, pasó de 9% en agosto a 10,1% en septiem-



Variación por sectores: madera y muebles fue el que menos creció en septiembre de 2021 respecto de igual mes de 2020, con un 2,1 por ciento. Esta rama industrial creció 0,6 por ciento respecto de septiembre de 2019.

pagarlas y finalmente, el incremento de los precios por parte de las navieras, entre otros motivos por la falta de contenedores a nivel mundial.

Resultado de la producción industrial

Indumentaria y textil (-12,8%), y las mayores subas en Material de transporte y sus partes (+3,1%) y Máquinas y aparatos eléctricos e informáticos (+3,1%). Cuatro de las 11 ramas relevadas cayeron y 7 subieron. Frente a septiembre de

Frente a septiembre de 2019: la producción creció 13,2%, con nueve sectores que produjeron más y 2 que produjo menos. El mayor aumento fue en Máquinas y aparatos eléctricos e informáticos (+26,3%), mientras que

Madera y muebles creció 19,3 por ciento en los primeros nueve meses de 2021 respecto de igual período de 2020.

bre (en julio había sido de 38%). Pero el 62,3% declaró tener rentabilidad positiva (suba mensual de 2,3 puntos) y el 27,2%, nula. El 10,5% restante negativa o nula.

Situación de la empresa: la proporción de industrias que

muy dependiente de la confianza, y las elecciones retrasaron inversiones y pedidos de producción que se trasladaron a septiembre.

- Indumentaria y textil, la producción creció 24,0% anual en septiembre, pero bajó 2,6% frente al mismo mes de 2019. En el acumulado del año produjo 5,5% menos que en iguales meses de 2019, aunque 40,7% más que en 2020. "Tuvimos inconvenientes para importar, no podemos pagar las importaciones ya confirmadas y en algunos casos, pagado el adelanto no podemos pagar el saldo para que despachen la mercadería", explicaron desde una industria textil de La Banda, en Santiago del Estero, y advirtieron que el stock actual de materia prima les alcanza para mantener operativa la planta solo un mes y medio

perspectivas positivas a futuro.

Las ventas de Amoblamientos, decoración y textiles para el hogar aumentaron 32,5 por ciento en septiembre de 2021 respecto de septiembre de 2020.

Fue un mes atípico, donde las estacionales habituales de cada sector quedaron mezcladas por la normalización del ciclo escolar en casi todo el país, por la reapertura de clubes, gimnasios, la habilitación de eventos, el levantamiento de las restricciones para circular, y por la concreción de compras que venían frenadas.

Los comercios se movieron con altibajos, con momentos de alto flujo de gente y otros, donde los compradores desaparecieron del mercado. Sobre fin de septiembre se sintió la falta de efectivo, pero el balance

Dealer of

SP 2020 CV TP

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

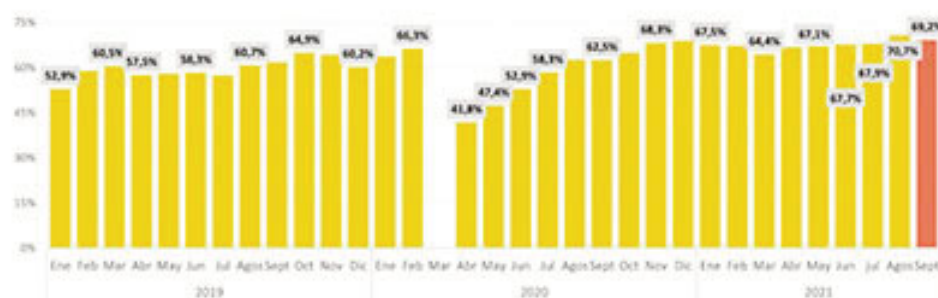
ESPECIALISTAS EN EL SECTOR MUEBLES

diseño de productos
imagen corporativa
arquitectura comercial
asesoramiento estratégico
formación

más diseño,
más negocios

Producto FLEX para RICCHEZZE

Proyecto Diseño



Evolución del uso de la Capacidad Instalada en la Industria PyME.

general mostró una economía que va encontrando su recuperación.

Así surge del Índice de Ventas Minoristas Pymes elaborado mensualmente por CAME. Analizando las ventas a precios constantes de septiembre 2021, los resultados son: Frente a agosto 2021 (variación mensual): cayeron 0,5%, con las mayores bajas en Electrodomésticos, electrónicos, computación, celulares y accesorios (-7,9%) y Jugueterías y librerías (-6,8%). Los mayores aumentos fueron en Indumentaria, lencería y accesorios (+3,9%) y Alimentos y bebidas (+3,3%).

Frente a septiembre de 2020 (variación anual), crecieron 15,7%, con las mayores tasas de variación en Ropa y artículos deportivos y de recreación (+69,5%) y Jugueterías y librerías (+65,5%). Solo cayeron dos rubros de los 11 relevados: Farmacias (-8,6%) y Neumáticos y repuestos de autos y motos (-1,0%).

Frente a septiembre de 2019 (variación bianual), se ubicaron 6,8% arriba, por el impulso de sectores vinculados a la actividad escolar, ocio, recreación e indumentaria laboral, que tuvieron una actividad atípica para lo que suele ser septiembre.

En los 9 meses del año las ventas acumulan un alza de 14,0% frente a iguales meses de 2020 aunque se mantienen 10,3% debajo de iguales meses de 2019.

Los resultados se obtuvieron sobre el promedio de las tasas de variaciones mensuales y anuales informadas por 725 comercios del país entre el 30 de septiembre y el 1 de octubre.

- Alimentos y Bebidas: las ventas en septiembre tuvieron un aumento mensual de 3,3% y de 0,7% frente al mismo mes del año pasado (siempre medidas a precios constantes). En el acumulado del año la venta de ese rubro se ubica 0,4% arriba de los mismos meses de 2020. Los comercios consultados destacaron el uso de las tarjetas sociales y las compras más pausadas de lo habitual, día a día, incluso en las grandes ciudades.

- Electrodomésticos, artículos electrónicos, computación, celulares y accesorios: en septiembre las ventas en los comercios pymes subieron 1,5% anual y cayeron 7,9% en la comparación

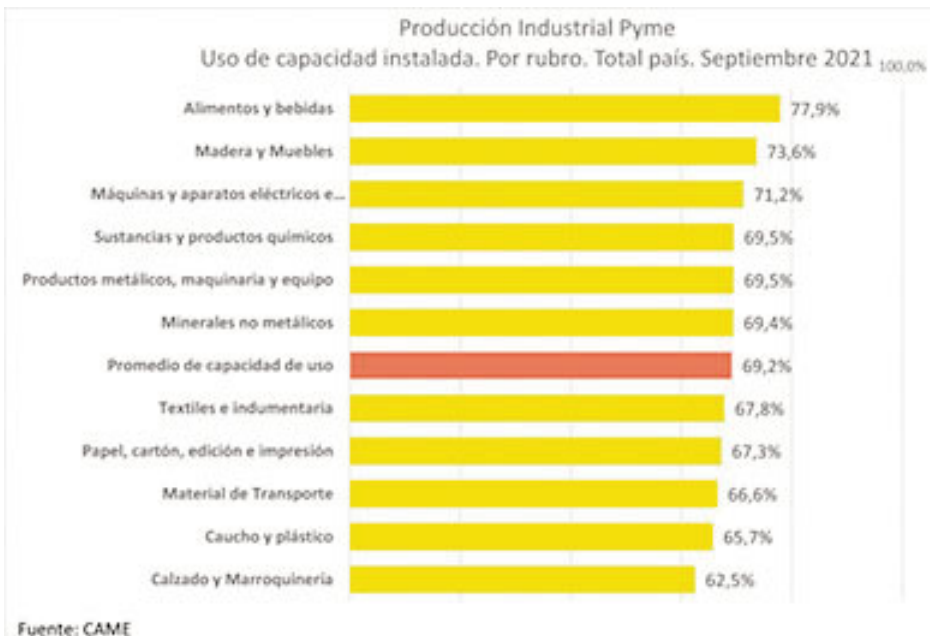
mensual. En el año, acumulan un incremento de 14,9% frente a los mismos meses de 2020. Lo que se vendió fue mayormente en cuotas, usando los Ahora 12 sobre todo. Pero las trabas de los bancos en el financiamiento con tarjetas (algunos bancos lo cortan cuando hay pocos días de atraso, otros cortaron los descubiertos automáticos), fueron un obstáculo. De todos modos, los comercios se mantienen optimistas sobre las ventas de octubre por el Día de la Madre y fin de año. La mayor preocupación, es que no haya faltantes de stock ni demoras en las entregas como viene sucediendo.

- Jugueterías y librerías: las ventas crecieron 65,5% anual, muy impulsadas por la normalización del ciclo escolar, y porque se está comparando contra un mes donde los colegios estaban cerrados. Las librerías y papelerías fueron las que más sintieron la demanda del mes. En la comparación mensual, las ventas bajaron (-6,8%) porque se compara contra el mes del día del niño. Pero, aun así, los comercios vinculados a la venta escolar, tuvieron un septiembre aceptable.

- Indumentaria, Lencería y accesorios: las ventas crecieron 22,6% anual (siempre a precios constantes), y 3,9% mensual. En el acumulado del año las ventas están 34% arriba de enero-septiembre de 2020, aunque todavía no recuperaron los niveles de 2019. La llegada del calor alentó el consumo, pero, sobre todo, incidió el regreso a las oficinas dispuesto por algunas empresas, la vuelta de las reuniones físicas (aunque menos frecuentes que antes de la pandemia), la habilitación de eventos, y las mayores salidas nocturnas, que prácticamente se normalizaron. En septiembre los comercios presentaron la nueva temporada, que también tuvo su efecto, porque el año pasado la rompa de primavera se pasó por alto.

- Ropa y artículos deportivos y de recreación: las ventas cayeron 3,3% mensual, pero crecieron 69,5% anual a precios constantes. En el acumulado del año, es el único rubro que recuperó los niveles de ventas prepandemia. En la comparación mensual la caída era previsible, porque el Día del Niño levanta las ventas de agosto. Mientras que, en el fuerte

crecimiento anual, incidió la normalización de torneos en todas las disciplinas, la realización nuevamente de eventos deportivos que habían quedado suspendidos, la reapertura de clubes y gimnasios, y las promociones lanzadas por los clubes para atraer a los socios perdidos en 2020, entre otros. Los comercios consultados estiman que las ventas seguirán creciendo hasta fin de año. Además, fue un buen mes para los comercios pymes que venden ropa de marcas alternativas, que captaron el público que las marcas líderes perdieron por los precios inaccesibles para el ingreso familiar promedio.



Fuente: CAME

Evolución del uso de la Capacidad Instalada en la Industria PyME.

- Farmacias: las ventas subieron 0,2% mensual, pero cayeron 8,6% anual. Se dieron dos efectos que explican la caída anual. Por un lado, la vacunación contra el COVID redujo la demanda de medicamentos tradicionales vinculados a los síntomas del virus (como antifebriles).

Por otro, el año pasado las farmacias captaron muchas ventas de las Perfumerías y cosméticas, ya que como la gente iba a comprar medicamentos y regían las restricciones para circular, se llevaba de paso esos productos. Por eso las perfumerías fueron unos de los rubros de mayor incremento anual (+52,9%)

en septiembre.

Imágenes: CAME.

Gentileza

Representante Exclusivo en Argentina de:

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

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

www.cebe-sa.com.ar

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

Entrevista exclusiva

Zurschmitt Amoblamientos termina nueva planta industrial y apunta a mercados externos

De Pag. 1

nentes importados y tantos otros problemas. Pero no nos podemos quejar. A tal punto que nuestra empresa estuvo creciendo en este último tiempo. Nuestra fábrica quedó adentro de la ciudad y hace algunos años compramos un predio cerca del parque industrial, a 4 kilómetros de la ciudad de San Jerónimo Norte. Y ahí estamos haciendo una planta nueva. Estamos tratando de terminar, en una primera etapa, una nave de 4.000 metros cuadrados. También hay obra civil (baños, vestuarios, cocina, comedor) y hay un sector con oficinas. El terminar esta primera etapa nos permitiría mudarnos y aumentar la producción. Esta nave es el triple de lo que hoy tenemos. La inversión también está motivada porque hay muchas personas,



Mueble de cocina "Colección Grand".

el proyecto que tenemos desde hace unos años.

- *Me interesa profundizar en la idea de que tienen interesados del extranjero en revender los productos de la empresa. ¿Cuáles son esos productos?*

- En los últimos tiempos estamos haciendo muchos muebles para el hogar y seguimos haciendo los placares y vestidores con los que habíamos arrancado.

lizando mercados. Eso está muy avanzado. Y también hay posibilidades con Bolivia. Estamos tranquilos, con estos proyectos en marcha, pero enfocándonos en la nueva planta. Esto significa sumar recursos humanos, que es un problemita que tenemos todos en este país, no solamente la industria del mueble. Conseguir recursos humanos es los más difícil, que se comprometan con la

desde ingenieros hasta operarios para armar un cajón o para manejar una máquina. Nosotros tenemos máquinas sofisticadas, con computadoras, hay que interpretar planos.

nas.

- *¿Cuáles son esas razones "insólitas" por las que se van algunos empleados? ¿Pasa con los más jóvenes o en todas las edades?*

- No, pasa con los más jóvenes, con los millenials. Por ahí se van para encarar algún emprendimiento que no tiene ningún sentido y empiezan con eso, o se dedican a fabricar monedas nuevas como el bitcoin y ese tipo de cosas. Económicamente y temporalmente puede ser buen negocio, pero yo creo que una persona que ha estudiado diseño industrial no me cierra que se vaya por un proyecto de ese tipo. Pero, bueno, no todos pensamos iguales. Alguno tal vez se va a Australia porque tiene un amigo, pero

sa que ya tenía la fábrica de muebles y tiene que dar un salto muy grande en tecnología. Como manejan la parte comercial ellos prefirieron aliarse a una empresa que les provea los muebles. Nosotros estamos invirtiendo mucho en diseño. Hay diseñadores que trabajan con nosotros hace muchos años y creo que eso está haciendo la diferencia. Además, una de nuestras fortalezas es cumplir. Este año estamos en falta con algunos clientes debido al COVID-19. Nosotros hemos tenido semanas en las que nos faltaban 10 personas en producción. Es un problema. Pero somos optimistas. La mayoría está vacunada y creo que el año que viene la situación va a ser casi normal en este aspecto.



Línea de dormitorio "Creatif"

Opinión sobre la industria del mueble argentina en general

- *¿Cuál es tu opinión sobre la industria en general? ¿Cómo la ves?*

- Este año ha aflojado un poco la demanda, incluso en este momento hay mucha incertidumbre. La gente está esperando para comprar y algunos compran dólares. Ese comportamiento lamentablemente está. Nosotros también lo hemos sentido, pero lo estamos acomodando muy bien o supliendo con la demanda que hay en el sector de viviendas multifamiliares. Tenemos mucha demanda de muebles para edificios. Eso compensa la situación. También sabemos que hay problemas en colegas que venden muebles destinados a los segmentos medio y medio-bajo. Esos segmentos, lamentablemente, han perdido mucho poder adquisitivo y ahí se nota esta situación.

- *Más allá de los problemas puntuales para importar ciertos productos, ¿cómo está la relación con la cadena de proveedores en general?*

- Está complicado. A muchos de nuestros proveedores, ya sea por el COVID-19 o por los productos importados, hay que estarles muy atrás porque a veces no cumplen con las entregas. Se hace pesado porque uno tiene muchas cosas a cuesta y ahora se agrega esto.

- *Con el auge de la virtualidad cierta tendencia al home office, ¿han notado ustedes cambios a raíz de estas situaciones que aceleró la pandemia? ¿O es algo que se publica en los grandes medios y no existe en el día a día?*

- En general, no hubo cambios en nuestro caso porque se trata de productos muy personalizados. Otros colegas sí han aumentado mucho las ventas por otras vías: por las redes, por Internet. Sí, sí, eso ha cambiado. Muchos colegas lo han notado. Tenemos gente trabajando en nuestra página web para darle una mejora. Y también planeamos renovar nuestro showroom para el año que viene.

- *¿Te referís al showroom de San Jerónimo Norte o a otro?*

- Nosotros tenemos tres showrooms propios: Rafaela, San Jerónimo y Rosario, pero también tenemos un representante en El Trébol y estamos armando una representación en Paraná.

dentro y fuera del país, interesadas en ser representantes y vender nuestros productos. Eso está muy bueno, pero si no tenemos capacidad no podemos afrontar esos proyectos de expansión. Calculo que en diciembre comenzaremos a mudarnos y que en marzo ya estaremos ubicados en la nueva planta. Y, a partir de ahí, empezar a estudiar los mercados y a expandir. Es

Hemos incorporado amoblamientos de cocina, baños, estar. Tenemos una oferta muy importante; también hacemos dormitorios. Es una oferta importante para cualquiera que quiera ser representante. Y respecto del exterior, concretamente tenemos a alguien en Montevideo con el que tuve reuniones antes de que empezara la pandemia. Nos hemos seguido reuniendo por Zoom, ana-

empresa, con el día a día. Está difícil. Estamos teniendo inconvenientes para ir consolidando nuestro equipo.

- *¿Vos te referís a personal calificado o a empleados de todo tipo?*

- De todo tipo, pero sobre todo los del área de producción e instalación. En administración y en la parte comercial andamos bien, pero la falencia está en el área de producción,

Estamos bastante complicados para conseguir ese personal. Y a veces conseguimos buenos recursos, los formamos y se van. A veces por cosas medio insólitas, pero se van. Queremos avanzar en una ampliación, pero si no tenemos el recurso humano es imposible. Después de tres décadas el mayor capital que tiene mi empresa es el recurso humano. Cómo sumar al recurso humano y, al mismo tiempo, fidelizarlo.

- *¿Cuántos empleados*

tal vez este amigo trabaja juntando paltas o en un bar.

- *Respecto de las posibilidades de colocar productos en Uruguay o en Bolivia, ¿cuáles son las principales ventajas que estos empresarios encuentran en los productos de Zurschmitt para llevarlos a sus países? ¿Es el tipo de cambio, el diseño, el tipo de producto, la materia prima? ¿Cuál sería el diferencial?*

- Hay muchos factores. Obviamente que la paridad

Pandemia

- *¿Cuáles fueron los principales inconvenientes que tuvieron que sortear ustedes en el primer momento de la pandemia, allá por el 20 de marzo de 2020, si bien parece ser una empresa a la que no le falta demanda?*

- Primero, estuvimos cerrados unos 45 días, como la mayoría. Después se habilitó a nuestro rubro y yo diría que el segundo semestre del año pasado



Estar "Línea Elegance"

directos tiene la empresa?

- Entre todas las áreas son 60 personas, pero también hay terceros. Los terceros hacen las instalaciones, parte de la tapicería, marmolería, corte de vidrios. Contando a proveedores, a los técnicos que hacen mantenimiento y al personal de sistemas somos cerca de 100 perso-

cambiaria ayuda. Pero lo que interesa, y va a hacer sustentable el proyecto, es tener una empresa que sea seria, que cumpla con las entregas, que permanentemente innove y diseñe nuevos productos. Y calidad. Yo creo que es lo que los empresarios del exterior observan. En el caso de Uruguay es una empre-

fue muy bueno. Hemos vendido más que el objetivo que teníamos planteado a principios de año. Pero este año está bastante más complicado. Primero, por los contagios que hubo en la empresa. También hubo problemas con algunos insumos, porque lo mismo les pasó a nuestros provee-



Baño "Línea Creatif".

dores. Y, además, en este último tiempo se complicó la situación porque están frenando las importaciones. Están poniendo muchas trabas para liquidar dólares a los importadores. Entonces hay escasez de ciertos artículos y otros ya los importadores nos los traen más, sobre todo artículos que tienen poca rotación.

- ¿Por ejemplo?

- Accesorios para cocina. Nosotros apuntamos al segmento ABC1 y trabajamos con accesorios muy importantes. Por ejemplo, un canasto doble que va a en la esquina de un mueble de cocina. Y así muchos otros accesorios más. Como la

hay problemas con esos insumos importados. Yo creo que esto el año que viene se va a ir acomodando.

- ¿Siguen produciendo exclusivamente con MDF o utilizan también madera maciza?

- La visión, la estrategia y los valores de nuestra empresa hace desde hace muchos años un aporte al cuidado del medio ambiente. Entonces estamos tratando de no usar prácticamente nada de madera nativa. Se usa mucho MDP y MDF y madera de bosques de reforestación, cubiertos por melamina y enchapados. También utilizamos mucho vidrio, aluminio, ecocuero, MDF en crudo

cuánto comenzó el proyecto y cómo lo pudieron encarar?

- Arrancamos el año pasado a partir de un anteproyecto y en plena pandemia. Yo pensaba que otra vez se iba a postergar el proyecto y me desilusioné. Uno la viene remando —porque ya hace cinco años que habíamos comprado el terreno— y entonces dije que no nos podía parar el COVID-19. Me empecé a reunir con un estudio de ingeniería, le llevé el anteproyecto y le fuimos dando forma en plena pandemia. Se transformó en un proyecto concreto y después de mediados del año pasado comenzamos. Hicimos canjes con los proveedores de la estructura, con albañiles, con el mismo estudio de ingeniería. Y le empezamos a buscar la vuelta, porque era todo con recursos nuestros. También he vendido algunos inmuebles que yo tenía y ese dinero lo puse en la empresa. Pero hace unos meses llegó un momento en el que no sabía de dónde sacar recursos y habíamos hecho una gestión a nivel provincial. La verdad es que el gobernador y el ministro de la Producción nos dieron una mano importante. La provincia firmó un convenio con el Banco Nación por el cual el banco otorgaba un crédito para este tipo de proyectos y la provincia subsidia la tasa. Y así hemos logrado avanzar en la parte final de la obra. Será entre

un 20 por ciento y un 30 por ciento de la inversión total.

- ¿Se puede decir el monto y el porcentaje de la tasa?

- El monto fue de \$30 millones y una tasa subsidiada que quedó en el 16 por ciento anual. Es a cinco años y no se pudo obtener ningún plazo de gracia.

- ¿Hay algún nicho en especial que al que apunte más decididamente la empresa o estratégicamente está bien con el actual portafolio de productos?

- En cuanto al tipo de productos, estamos bien. Por ahí sí queremos mejorar: mejorar algunos diseños, incorporar más accesorios, más herrajes. Pero estamos limitados por lo que mencioné sobre las importaciones. Respecto de los nichos de mercados

por zonas geográficas, estamos viendo. Prestamos especial atención a Córdoba capital, Neuquén, obviamente Buenos Aires, pero también nos interesa avanzar con los mercados internacionales. Posiblemente, como hoy está la paridad, hoy nos deje más rentabilidad que vender en el mercado nacional.

- ¿Cómo está la cadena de pagos en este momento?

- Nosotros estamos muy bien. El 70 por ciento de nuestra producción va al segmento ABC1 de viviendas unifamiliares. Nosotros cobramos un adelanto del 50 por ciento cuando nos confirman el pedido y antes de que se entregue el producto cobramos el saldo. Por ese lado no tenemos problemas. Y con las viviendas multifamiliares,

con las constructoras, tratamos de que nos anticipen como mínimo el 70 por ciento del total porque se trata de montos muy grandes y los márgenes son más chicos. Y nos pagan el 30 por ciento restante cuando nosotros terminamos de entregar. Muchas veces pueden pasar hasta dos años hasta que se termine la obra y ese saldo se actualiza de acuerdo a un índice de inflación. Tenemos muy buenos clientes, tanto de los sectores unifamiliares como multifamiliares.

Fotos: Gentileza Zurchsmitten Amoblamientos.



La nueva nave industrial de la empresa tendrá 4.000 metros cuadrados, el triple de las actuales instalaciones.

importación está limitada, los importadores traen los productos que tienen mayor rotación. Entonces hay productos que empiezan a faltar en el mercado. Lo mismo nos pasa con los electrodomésticos. Nosotros vendemos los muebles de cocina completos: con mesada, bacha, horno, anafe, campana. Y

que después nosotros recurrimos con lacas de distintos colores. Hay variedad de opciones en materiales.

Inversión y crédito del Banco Nación

- ¿La inversión en la nueva planta la hacen con recursos propios o tienen algún tipo de apoyo en el financiamiento? ¿Hace

MADERAS PROTEGIDAS COMO EL PRIMER DÍA.

Contamos con una amplia gama de productos; pensados para satisfacer las necesidades de tus proyectos.

Distribuidor oficial



Descargá el código QR y agendá nuestro contacto.



LACAS & BARNICES

RECUBRIMIENTOS QUE EVOLUCIONAN

Tel. +54 11 4651-8785 / +54 11 4482-0438 - ventas@mirosrl.com - www.mirosrl.com

M. CASEROS

Soluciones integrales para la industria de la madera

59 AÑOS
MCASEROS.COM

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 Revisiadas.
- Stock de Piezas Partes y Recambios
- Servicio Técnico Post-Venta.
- Asistencia Técnica Online.

Anticipo

Supersalone / El Salone del Mobile.Milano 2021

“Una apuesta ganada gracias al coraje, la visión y la cohesión en un claro ejemplo de la simbiosis público privada”, señaló Paolo Bergomi, presidente de la Asociación Latinoamericana de Diseño (ALADI) en este artículo exclusivo para D&F Muebles. Había 425 marcas expositoras, 16% de las cuales eran extranjeras, más 170 jóvenes estudiantes de 22 países y 39 diseñadores independientes. En cuanto a la afluencia de visitantes, la asistencia fue de más de 60 mil, en seis días de 113 países.

Más de 60 mil personas asistieron al evento especial del Salone del Mobile.Milano que -apoyado también por las palabras del Presidente de Italia, Sergio Mattarella, quien subrayó el coraje y la calidad con la que nació el evento "supera todas las expectativas en cuanto a participación y define el relanzamiento de la ciudad, como todo un sistema y el país mismo". Un anticipo para la sexagésima edición que se escenificará del 5 al 10 de abril de 2022.

Presidente de la República

"Supersalone", el evento especial 2021 del Salone del Mobile.Milano, inaugurado con un discurso "no programado pero estratégico", del cual nuestros funcionarios deberían aprender, del presidente de la República, finalizó con un resultado muy positivo gracias al atractivo y gran capacidad de involucrar a un formato transversal en



Más de 60 mil personas asistieron al evento especial del Salone del Mobile.Milano.

el que las empresas han creído firmemente.

Todo ello con la garantía de la máxima seguridad para los operadores y visitantes, gracias al sistema de control Green Pass y los hubs para las aglomeraciones en las entradas, pudieron trabajar y visitar el evento sin riesgo.

Había 425 marcas expositoras, 16% de las cuales eran extranjeras, más 170 jóvenes estudiantes de 22 países y 39 diseñadores independientes. En cuanto

a la afluencia de visitantes, la asistencia fue de más de 60 mil, en seis días de 113 países. Más de la mitad fueron operadores y compradores del sector (47% del exterior). Casi 1.800 periodistas acreditados de todo el mundo, entre los cuales nuestra Prensa ALADI.

También fue decisivo el papel de la nueva plataforma digital del Salone del Mobile.Milano, que, en tiempos del "supersalone",

amplificó el evento, activando un nuevo enfoque y un disfrute sin precedentes tanto para los visitantes presentes en la feria como para usuarios en remoto.

Se mostraron las empresas y sus productos, se dio la palabra a las numerosas personas presentes, se aseguró la información y se multiplicaron los contactos directos.

Datos del evento

Los datos recogidos hasta el jueves 9 de sep-

millones de páginas vistas con un promedio de 90 mil usuarios diarios.

La nueva cuenta de TikTok del Salone del Mobile.Milano, con 19 videos subidos en los primeros 5 días de "supersalone", tuvo más de 630,000 reproducciones totales, mientras que hubo 2.000 streams para los primeros tres episodios del Super! Podcast. Inmediatamente entró en el Apple Podcast Top 100 Italia.

Los canales sociales (Instagram, Facebook, LinkedIn, Twitter) registraron 15 millones de impresiones, 25 mil interacciones y 50 mil visualizaciones de videos. Números que refuerzan el deseo de utilizar todos los canales digitales para seguir difundiendo la voz activa del Salone del Mobile.Milano los 365 días del año.

María Porro, Presidenta del Salone del Mobile.Milano, dijo:

- "Cerramos esta edición del Salone del Mobile.Milano con mucha satisfacción y mucha emoción. Era importante dar un primer paso, pero decisivo, estar ahí y dar una señal a todo el país. Hemos tenido éxito;

- "Gracias al trabajo de todos: las empresas que se involucraron, el comisario Stefano Boeri y todo el equipo de co-comisarios, pero también los organizadores, los armadores, los diseñadores y los operadores de la cultura y la comu-

dosis de coraje y una importante asunción de responsabilidad hacia todo el sistema y toda la cadena de suministros que necesitaba una oportunidad física y concreta, no solo simbólica y digital, para empujar el acelerador de un reinicio que - hemos visto en estos días- ya es una realidad. Pero también a todos los visitantes, a quienes teníamos que garantizar las mejores condiciones en materia de seguridad", comentó Porro.

Y agregó:

- "Hemos invertido y razonado centrándonos en la calidad, la sostenibilidad y la dimensión digital y el resultado es que todos han percibido nuestro entusiasmo, nuestra capacidad para crear un sistema e ir más allá de los negocios para ofrecer, una vez más, aunque de forma diferente, una experiencia, en la que lo que cuenta es la innovación, el compromiso y la cohesión;

- "Fuimos una mecha que desencadenó una reacción en cadena que involucró a toda la comunidad internacional del diseño, la ciudad de Milán y todo el sector. Ahora miramos hacia el futuro, con una renovada conciencia del valor y la historia de este patrimonio colectivo y con el deseo de acoger nuevos retos trabajando de inmediato en la sexagésima edición del Salone del Mobile que se celebrará del 5 al 10 de abril de 2022", concluyó Porro.



El evento fue un anticipo para la sexagésima edición que se escenificará del 5 al 10 de abril de 2022.

tiembre fotografían una comunidad dinámica y en crecimiento, dividida al 50% entre accesos italianos e internacionales, que ha respondido a todas las iniciativas propuestas.

Más de 22 mil escaneos de códigos QR a través de la nueva aplicación. La Web ha contado con 1,5

nicación que, juntos, han creído en esta manifestación;

- "Un agradecimiento especial al Presidente de la República, Sergio Mattarella, quien nos hizo sentir la cercanía de las instituciones. Elegir dar vida a este "super-solitario" implicó una buena

Autoridades presentes

El reconocimiento de la importancia del Salone del Mobile.Milano como motor económico del país también vino de la presencia de muchas autoridades gubernamentales e institucionales.

El apoyo concreto al



Hubo 425 marcas expositoras.

“supersalone” por parte del Ministerio de Asuntos Exteriores a través de Simest y la Agencia ICE confirma el valor internacional del evento, y el apoyo de la Región de Lombardía confirma la centralidad de este territorio para nuestra cadena de

nombre y de hecho que ha sabido conjugar diseño, sostenibilidad, calidad, investigación, innovación, cultura y alimentación en una fórmula innovadora basada en la excepcionalidad del momento. En una palabra, los buques insignia del tejido empresarial

una fórmula diferente, inventando un formato exitoso en pocos meses? Nuestras empresas nunca han perdido el deseo de innovar y haber organizado con éxito el supersalone fue una forma tangible de decirle al mundo que Italia realmente ha vuelto a las

la crítica de los muchos diseñadores y arquitectos que lo visitaron, y por el programa público muy rico con más de 40 voces distinguidas (incluidos arquitectos, innovadores, visionarios, emprendedores, artistas y políticos), que agotó muchas charlas, señal de que el deseo de

guido gracias a la confianza que nos ha brindado el Salone del Mobile.Milano, la voluntad de las empresas y el extraordinario trabajo de un equipo de comisarios: Andrea Caputo, Maria Cristina Didero, Giorgio Donà, Anniina Koivu, Studio Folder (Marco Ferrari y Elisa

mundo”, dice el arquitecto Stefano Boeri, comisario de “supersalone”.

También hay ecos de consenso de la ciudad. En estos días 35.000 visitantes han estado en la Triennale Milano, que presentó la exposición Salone / la Città, un evento expositivo concebido por el Triennale



Hubo casi 1.800 periodistas acreditados de todo el mundo, entre ellos Prensa ALADI.

reencontrarnos y discutir los temas fundamentales del proyecto y su valor social y ambiental está más vivo que nunca.

Largas filas también en los cuatro Food Courts de Identità Golose, espacios dedicados a la pausa gourmet firmados por los grandes nombres de la cocina italiana.

El pasado mes de junio prometimos un "supersalone", que es un evento imperdible y especial, capaz de arrastrar a todo el mundo del diseño y el mobiliario durante una semana. Hoy podemos decir que lo hemos conse-

Pasqual), Lukas Wegwerth, quien mostró al mundo lo que puede ser el futuro de las grandes exposiciones.

Abierto al público, a la interacción y compra digital, con un formato de visualización claro capaz de realzar los productos, completamente reciclable en los materiales y desmontado en los accesorios, el "supersalone" fue la demostración de que, en tiempos de dificultad, el 'entrelazamiento de coraje, pasión y claridad en los objetivos es una palanca que puede cambiar el

Milano Museum of Italian Design para el Salone del Mobile. Milano. Precisamente este éxito hizo que la exposición se ampliara una semana más hasta el 19 de septiembre.

Se agradece a la Oficina de Prensa del Salone del Mobile y a la Dra. Paola Govoni, Directora del Centro Studi Industria Leggera CSIL

Paolo I.G.Bergomi / ALADI



Hubo 68 marcas expositoras no italianas.

suministro. También es importante la estrecha colaboración con Fiera Milano que ha contribuido a la realización de este evento.

Claudio Feltrin, presidente de Federlegno Arredo, dijo:

- “Hace apenas cuatro meses la confirmación de la 59ª edición, luego el nombramiento del arquitecto Stefano Boeri y hoy los números definitivos más allá de las expectativas que decretan el éxito del supersalone. Tres pasos que resumen la historia de un evento que tiene para nosotros el sabor del desafío ganado, fruto del coraje y ganas de involucrarnos de nuestros emprendedores, deseosos de mostrar las creaciones de los últimos 18 meses al mundo entero, aprovechando la gran oportunidad de competir con una preciosa experimentación;

- “Un supersalone de

de nuestro país que, gracias al supersalone, han 'jugado' al unísono, demostrando la capacidad de todas las entidades públicas y privadas involucradas para crear un sistema;

- “Desde los pabellones Rho Fiera, nuestra cadena de suministro ha podido confirmar su liderazgo en el sector atrayendo compradores nacionales y extranjeros, profesionales y no profesionales, ganando importantes espacios tanto en la prensa nacional como internacional. Pero, sobre todo, creo que los empresarios del mueble de madera, presentes con 425 marcas, deben ser reconocidos por haber hecho mucho más, asumiendo la responsabilidad de darle a todo el país una bandera, un contenedor, diría una casa;

- “¿Y quién, mejor que la comunidad del diseño, podría haberlo imaginado, repensando los espacios en

carreras. Quiero agradecer a todos por creer en nosotros trabajando también en agosto y por poner sus habilidades y tiempo al servicio de un propósito superior: siempre pensé que hacer el supersalone era la elección correcta, tenerlo confirmado hoy, después de las seis jornadas intensas, es la mejor satisfacción que nos recompensa por cada esfuerzo y que nos impulsa hacia la edición de abril de 2022”, subrayó Feltrin.

Éxito público para The Lost Graduation Show, que también recibió elogios de

TORNILLOS

INDUSTRIA ARGENTINA

CASER-Fix

Tornillos Rosca Chipboard para MADERAS INDUSTRIALIZADAS

CASER-Wall

Tornillos Rosca Drywall Punta Aguja para MADERAS Y METALES DELGADOS

CASER-Max

Tornillos Para Ensamble de MUEBLES

CASER-Maq

Tornillos Especiales Roscas con Paso Normalizado (MM / WW / NC)

CASER-Drill

Tornillos Auto perforantes Punta Mecha MULTIPROPOSITO

CASER-Plast

Roscas para Fijar sobre PLÁSTICOS

CASER-Rosc

Roscas Autorroscantes MULTIPROPOSITO

CASER-Form

Tornillos de Cuerpo y Rosca TRILOBULAR para formación de Roscas

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

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

Más de 70 años brindando soluciones integrales para su herramienta

FRUND STARK ARGENTINA

Fábrica: Hernández 328 - Adm. y Ventas: Bolívar 478 - PAER: Gdor. S. Begni 2140 S2300B0J RAFAELA (SF) Argentina - Tel. + 54 (3492) 422784 (Lineas 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

Espacios flexibles

Modos de habitar el espacio doméstico: el mobiliario y su relación con la casa hoy

De pag.: 1

hoy es permitir la creación de mundos para el sujeto de este tiempo, construyéndolos a partir de un pensamiento arquitectónico reflexivo.

Cambios en formas de vivir

Es importante reconocer que los núcleos de familias tradicionales se amplían y mutan en múltiples y diversos modos de conformarse. Nos encontramos cada vez menos con familias conformadas por un padre que trabaja fuera de la casa para mantener un hogar con esposa e hijos, para dar lugar a familias que pueden ser ensambladas, parejas homosexuales, familias con menos niños, familias donde los rituales propios de encuentro o aislamiento toman otras



A media mañana Yolanda se ha citado con un cliente. Los libros se muestran ahora orgullosos, la gran pizarra se prepara para la reunión.

características: a ellos debemos dar respuesta.

Se deberá bucear en los comportamientos hasta reconocer prácticas, valores, costumbres, hábitos,

sin dejar de lado los deseos, los sueños, los imaginarios.

Si las familias ya no están ligadas a la idea de permanencia debiéramos

introducir el carácter de temporalidad y flexibilidad, de inacabado, en la construcción doméstica: esto lo posibilitará el mobiliario.

Se reconoce que los esquemas a los que estábamos habituados (living/cocina /comedor más dormitorios/baños) se caen, se desvanecen, así

cómo dar respuesta a las nuevas formas de vivir implica reconocer claramente el momento y las consecuencias en el habitar.

Y, más aún, en el soporte físico que será el escenario de este habitante. Cómo construir lugar en estos tiempos fluidos es el desafío, es un ensayo permanente.

Pensar y ejercitar el hacer una arquitectura de sentido, más que una de espectáculo, es un objetivo.

La casa debe tener flexibilidad suficiente para adaptarse y dar respuesta a usos diurnos y nocturnos, a usos en días feriados o de fines de semana.

Como expresa el ensayo de Montey y Fuerte, “la gente, las personas que habitan los edificios, siguen siendo, en el fondo, los grandes olvidados en la arquitectura residencial. Sin embargo, una casa es una vivienda más la gente que la habita y los objetos que guarda” (Montey y Fuerte, 2001, p. 14).

Se enmarca la mirada a los modos de habitar, desde una perspectiva sociológica, en la modernidad líquida.

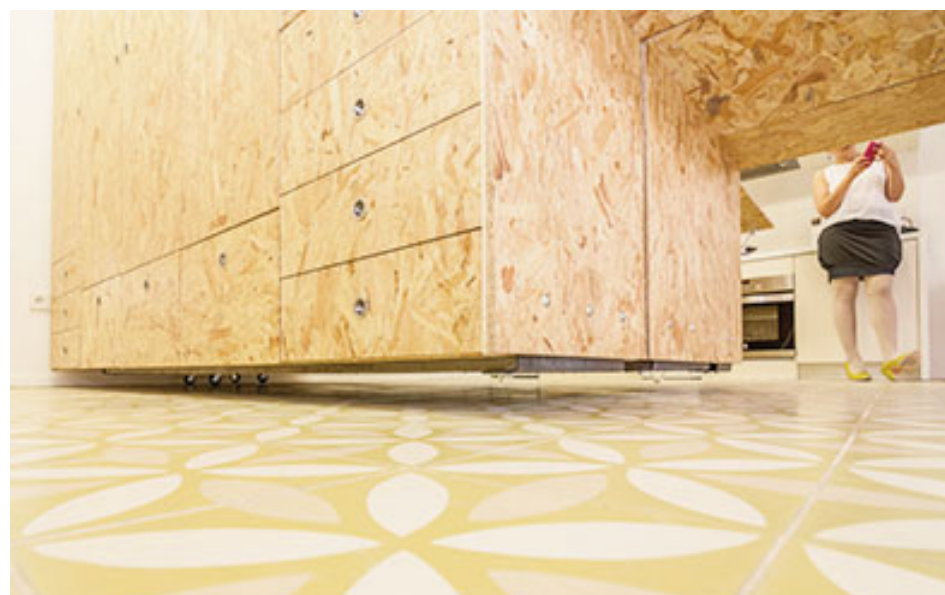
Lo modernizamos todo, tomamos las reglas, las relaciones, los objetos y tratamos de modernizarlos. No viven demasiado tiempo. Eso es el mundo líquido. Nada encuentra una forma definida que dure mucho tiempo.

Se reconoce una preocupación en la vida social e individual acerca de cómo prevenir que las cosas se queden fijas, que sean tan sólidas que no puedan cambiar en el futuro.

Estamos acostumbrados a un tiempo veloz, seguros de que las cosas no van a durar mucho, de que van a aparecer nuevas oportunidades que van a devaluar las existentes. Y sucede en todos los aspectos de la vida.

Y eso que es así con los objetos materiales funciona igual con las relaciones con la gente y con la propia relación que tenemos con nosotros mismos, cómo nos evaluamos, qué imagen tenemos de nuestra persona, qué ambición permitimos nos guíe.

Todo cambia de un momento a otro, somos conscientes de que somos cambiables y por lo tanto tenemos miedo de fijar algo para siempre. Los



A través de un cuidadoso diseño, con el uso de un sencillo sistema de guías industriales, se organiza todo el espacio servidor de la casa. Se hace mediante tres contenedores de madera OSB suspendidos, móviles y transformables.

como las prefiguraciones que se tenían de ellos.

En este contexto pensar

Cada una de nuestras posesiones tiene su propia historia privada, un recuerdo asociado. Al igual que nosotros crecemos y cambiamos, nuestros objetos personales van cambiando, nos deshacemos de algunas cosas y no de otras.

Zygmunt Bauman introduce el concepto de “mundo líquido” para definir el actual momento de la historia en el que las realidades sólidas se han desvanecido dando paso a un mundo más precario, provisional, ansioso de novedades, con frecuencia, agotador.

Un mundo que ha sabido explicar como pocos. Según Bauman, modernidad significa modernización obsesiva, adictiva, compulsiva. Modernización significa no aceptar las cosas como son, sino cambiarlas en algo que consideramos es mejor.

cambios van y vienen. Mucha gente está hoy convencida de que ya hay alternativas a esta liquidez, pero que son invisibles porque aún están muy dispersas.

Repensar la vivienda

La vivienda es una de las pieles o capas que envuelven a cada persona, es el lugar donde -solos o acompañados- se desarrollan al menos algunas funciones básicas: descansar, aseo, comer, beber, trabajar, estudiar, relacionarse, entretenerse, y morir.

La vivienda hoy debería ser objeto de reflexión, considerando los cambios

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



Este espacio puede ser totalmente reorganizado en unos segundos. Permite, en sus distintas combinaciones con el espacio servido, adaptar toda la casa según necesidades concretas de uso del espacio en cada momento.

producidos en los últimos cien años en la sociedad (se toma como punto de inflexión la exposición de París de 1926).

La casa, la construcción de la habitación, no es tanto una metáfora como el sujeto mismo de la filosofía existencial.

En ella podría desplegarse un auténtico habitar, la plenitud del ser, pero la casa no es un marco inocente, sino el reflejo de nuestros conflictos: el lugar tanto de lo íntimo como lo inhóspito, un espacio de alienación que vela o esconde un desarraigo, una incapacidad para el pleno despliegue del ser —ahí. (Ábalos, 2019, p.47).

La casa como un laberinto topológico, un microcosmos de multiplicidades que la mira como un todo, y esto trasladado al territorio de los muebles y objetos que colonizan estos espacios.

Evolución del mueble

El mobiliario ha evolucionado paralelamente con la arquitectura. Se reconoce como un banco de pruebas permanente para nuevos materiales y tecnologías.

Esto se verifica como en ninguna otra época en la primera mitad del siglo XX, a partir de los maestros del movimiento moderno (particularmente en un momento que va de 1925 a 1937).

El mueble es un objeto que posee valor histórico, ya que es reflejo de una época y de sucesivas capas que le tocó vivir.

Posee valor social, como producto de la actividad humana que actúa como eslabón de las manifestaciones culturales que se reflejan en los modos de vida del hombre a lo largo de su historia.

Tiene también valor artístico, ya que no sólo se aprecia de un mueble el

sustrato natural de los materiales, sino también la aportación del sujeto que lo diseña y construye, el corazón del artesano o precisión de la máquina

Y cuenta con valor simbólico, porque actúa como objeto comunicativo dentro de un contexto histórico y social determinado.

Casi ningún@ de los grandes maestr@s de la historia resistió la tentación de diseñar muebles, mobiliarios o equipos.

Casi como una obsesión circular que lleva a dibujar una y otra vez nuevas prótesis que nos sirvan para inter-actuar con el medio. Se puede descubrir una forma de trabajo sobre el espacio habitable que se ha considerado tradicionalmente efímero, casi despreciable.

Esta forma de habitar por medio de elementos que son fácilmente cambiables, esconde una complejidad real: y es que la arquitectura habitada por ese mobiliario se transforma, le imprime carácter, permite su significativa ocupación diaria.

Del mismo modo que el mueble deja en nosotros sus huellas tras el uso, la arquitectura absorbe el tono con que se ha habitado.

Equipamiento y espacios flexibles

El equipamiento será el posibilitante y cualificante de situaciones espaciales flexibles adecuadas a los modos de habitar contemporáneos en el espacio doméstico.

En función de esto, es un objetivo comprender la problemática y generar herramientas que permitan lograr viviendas más flexibles que se adapten a los modos de habitar contemporáneos a través del equipamiento doméstico.

El mobiliario de la casa

sin tabiques ni divisiones merece una consideración especial.

En estos espacios, los muebles juegan un papel esencial al no estar apoyados por nada, y acaban por sustituir el papel de los tabiques (Fuertes y Monteys, 2001, p. 66).

El estudio de las nuevas

unidades de familia, a través de encuestas y revisión de Censos Nacionales, será una herramienta para verificar cómo están constituidas, o dónde hay problemática en la vivienda y su flexibilidad.

Algunos conceptos, vigentes aún, fueron exhibidos en la Exposición Internacional de Artes Decorativas y de Industrias Modernas (París, 1925).

Charlotte Perriand presenta una cocina parecida a un pequeño laboratorio comunicada al comedor. Es un adelanto de lo que desarrollaría posteriormente en la Unidad de habitación de Marsella.

Se intentaba optimizar la casa, convertirla en un lugar más eficiente, ideas que se presentaban como revolucionarias en el contexto europeo.

Grete Schutte-Lihotzky diseñaba la “Franfurter Küche” destinada a la mujer moderna, en espacio

caracterizado por la economía del gesto, con intención de facilitar el trabajo y permitirle liberarse de las tareas domésticas para facilitar su inmersión en el mercado laboral.

Walter Gropius investiga en paralelo la evolución de la estructura familiar, el significado de familia.

Aborda temas como la externalización del estímulo intelectual, el nomadismo de los individuos, la desaparición de la servidumbre doméstica, y el abandono de las actividades domésticas por la mujer, con todos los conflictos existenciales que traía aparejados.

Cambian las formas de vida sin encontrar respuesta oficial: la vivienda se sigue identificando a la familia, tenemos muchas viviendas tipo para pocas familias tipo.

Si las familias, ya no están ligadas a la idea de permanencia debiéramos introducir el carácter de

temporalidad y flexibilidad, de inacabado en la construcción doméstica.

Se trata más que de la aparición de un perfil específico, más que de un nuevo sujeto, de la aparición simultánea de un conjunto de pautas sociales que tienen de común denominador el rechazo del modelo tradicional de la familia como referencia vital.

A ellos se deberá dar respuesta a través de una casa flexible, con menos muros y más muebles que permitan que el espacio se adapte en función de las solicitudes de sus habitantes.

* María José Verón (arq.mariajoseveron@gmail.com) es arquitecta y docente de la Universidad Nacional de Córdoba.

LANZAMIENTOS 2020

SEDA AZZURRA

LANZAMIENTOS 2020

VIENA

STREET

HOME

COLISEO

LANZAMIENTOS 2020

TEXTURA STUCCO

LÍNEA URBAN CONCEPT

¡AHORA PODÉS COMPRAR ONLINE!

Visitanos en www.faplaonline.com.ar

Facebook Instagram @faplacmelamina

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

arauco

Disertación virtual

Modas y tendencias en diseño de muebles: alquiler de productos y el rol del Art Director

Segunda y última parte de la extensa disertación *Diseño Estratégico del Mueble Argentino* que dictaron por Zoom desde Córdoba la diseñadora Elisabet Arn y el arquitecto Daniel Salum, socios de Estudio Arn + Salum. El encuentro se desarrolló el 7 de julio para titulares, directores ejecutivos y directores comerciales de industrias de fabricación de muebles y lo organizó FAIMA. Se dio como parte del programa de Sinergia entre Cámaras, de la que participaron APICOFOM, CICMA, CON, CIMA, ADEMA, CEMA, CAFYDMA y CAMMEC.

Daniel Salum (DS)- “Existe un cambio muy profundo en el mercado. Hay una generación a la que se la denomina millenials y que tiene valores diferentes a las generaciones que nosotros llamamos “antes y después de Google”. Y eso va empujando a las tendencias a tener en cuenta temas como la sostenibilidad.

Elisabet Arn (EA)- En sintonía con eso aparecen los creadores de valor a través de plataformas, donde diseñadores, emprendedores presentan ideas y conmueven al mercado a través de sus historias. Eso está cada vez más presente. Es una nueva manera de poner en pie a una empresa y que genera productos de calidad, con innovación. Sugiero que se investigue un poco esto porque es un fenómeno que cada vez crece más.

Otra moda que está sumamente instalada es entender a la casa como un refugio, que se potenció con la llegada de la pandemia. Cuando entendemos



“Hay otra tendencia en cuanto a estilos de vida que es el co-living”, dijo Elisabet Arn (Foto: Gentileza PlataformaArquitectura.cl).

la casa como refugio necesitamos rodearnos de elementos que nos den calidez, que nos den confort, que nos hagan un mimo. Y es por eso que los estilos son hoy la principal moda que vemos en las páginas web. En la memoria de las personas están estos productos, en la casa de nuestros padres o de nuestros abuelos.

DS- Y además ha pasado que la pandemia ha obliga-

do a las familias a vivir más dentro de sus casas, con la necesidad de sentirse bien y de sentir que parte del exterior al que no pueden acceder, puedan sentirlo dentro de sus casas. Por eso ha crecido el consumo de materiales orgánicos, de texturas naturales, de maderas casi naturales.

EA- La vida al aire libre tiene que ver bastante con la pandemia. Todo lo relacionado al equipamiento

para el aire libre –muebles, habitáculos o cerramiento- parece ser un sector en crecimiento.

DS- Y esto también va a hacer repensar a los fabricantes de muebles porque un producto para el exterior tiene otras exigencias.

EA- Otra tendencia es crear en las oficinas espa-

adquisitivo con productos que sean más bellos, más seguros y de mejor calidad. Aunque no tengan un precio alto. Hay un faltante de productos en Argentina en ese sentido. Si bien entendemos que el consumidor de ese segmento todavía no tiene, por así decirlo, el paladar preparado para productos de diseño, creemos que es importante que pueda crecer la oferta de productos económicos con buena calidad de diseño. Hay otra tendencia en cuanto a estilos de vida que es el co-living. En general son personas muy jóvenes que conjugan trabajar y disfrutar. En Internet hay promociones de lugares para ir a surfear y vivir en comunidad, o para hacer montañismo y vivir en comunidad. Eso implica que estos jóvenes le dan poco valor a su entorno en cuanto a mobiliario. Están dispuestos a invertir poco porque se mudan constantemente. Es una tendencia que pareciera ir creciendo y la tendencia hace que todo lo que los rodea tenga que ser muy liviano.

Deco Japandi es un estilo de decoración japonés con el estilo escandinavo. Los expertos plantean que va a perdurar porque es un estilo muy elegante y muy sobrio. Son las tendencias que siempre perduran. Entre el estilo japonés y el

por todo el mundo y también con un comercio más sostenible. IKEA hizo una prueba en 2020 en 30 mercados del mundo y está evaluando los resultados. Es algo que se está gestando y pareciera que va a dar respuesta a un importante segmento del mercado. IKEA incorporó repuestos de muebles el año pasado a su catálogo y también están vendiendo los muebles que les devuelven o que están en buen estado y los clientes desean cambiar. Para los grandes jugadores todo lo que tiene que ver con sustentabilidad no es broma. Una empresa alemana alquila muebles orientados a los millenials. En Estados Unidos está funcionando muy bien. Es un segmento del mercado en el que las mudanzas implican un conflicto muy importante a nivel económico y los jóvenes se mueven muchísimo de un lado al otro del país. Aparentemente, en Estados Unidos está funcionando mucho mejor que en Europa esta modalidad.

¿Todas las tendencias se pueden trasladar al mercado argentino?

DS- Yo quisiera agregar que muchas veces viajamos y tratamos de traspolar lo que vimos en una feria extranjera al mercado local y a la industria nues-



Ejemplo de Deco Japandi, es un estilo de decoración japonés mezclado con el escandinavo (Foto: Gentileza LaVoz.com.ar). “Los expertos plantean que va a perdurar porque es un estilo muy elegante y muy sobrio. Son las tendencias que siempre perduran”, señaló Arn.

cios de reunión en ámbitos abiertos o semi-cubiertos, o al aire libre. Dentro de las posibilidades tecnológicas que tenga la oficina. Es algo para seguir mirando y ver cómo se está verificando. En Argentina pasa mucho que la mayor inversión en diseño se da en productos destinados a segmentos altos, pero es necesario poder llegar a los segmentos de menor poder

escandinavo hay muchas cuestiones en común. Por ejemplo, la calidad de los materiales, el detalle en los acabados, las texturas naturales, la valoración del trabajo artesanal. Deco Japandi es sumamente interesante y, aparentemente, vino para quedarse.

El alquiler de muebles está en total y absoluta sintonía con esta cuestión de los millenials que viajan

tra. Y muchas veces no se logra el éxito que uno busca. Hay tendencias que el mercado argentino tiene la madurez para asimilarlas y otras, que no. También hay cuestiones tecnológicas y comerciales que hacen que esas tendencias puedan sean viables en nuestro mercado o no. Por eso es importante entender hacia dónde va el mundo, pero también ver

D&F Muebles

Diseño y fabricación de muebles

maderamen.com.ar

Una nueva propuesta editorial

Facebook icon

Inicio Noticias Ferias y congresos Mercados Diseño Empresas Productos Más

MERCADOS

Vietnam superó a China en 2020 como el mayor exportador de muebles a EE.UU.

maderamen.com.ar - 3 junio 2021

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

maderamen.com.ar - 12 noviembre 2020

Producción industrial PyME de madera y muebles cayó en julio 14,6 por ciento

maderamen.com.ar - 29 noviembre 2020

Comercio exterior de muebles de madera y sus partes

maderamen.com.ar - 31 marzo 2021

Empresas en Línea

CADESA

EUROHARD

M. CASEROS

EGGER

TORNILLOS CASER

HERRAJES ARB

MIRO

Cebe

DORKING

FRUND STARK

FA PLAC

Senla



Silla Millefoglie es un diseño hecho para Plank de Biagio Cisotti y Sandra Laube.

de qué manera uno puede ir bajando eso al mercado local.

EA- Para cerrar, vamos a hacer otra pequeña presentación para contarles sobre

de la cultura italiana de diseño. Es muy importante ponernos en contexto. Toda la cadena de valor del mueble italiano está atravesada por distintos actores

diseño. Por ejemplo, el premio de diseño Compasso d'Oro es sumamente prestigioso en Italia y un producto que logra ese galardón normalmente tiene un éxito comercial directamente relacionado con el premio. Porque los arquitectos y el mundo que se relaciona con la artística están pendientes año tras año de cuáles son los productos premiados por el Compasso d'Oro. Los institutos tecnológicos como CATAS y COSMOB desarrollan permanentemente tecnologías, investigan, proponen, generan nuevos materiales. Todo esto potencia a la industria del mueble en general. En ese contexto aparecen estas figuras, que son los directores artísticos que trabajan sumamente ligados al propietario de la empresa. Para mí Biagio Cisotti ha sido una gran inspiración. Fue mi profesor de posgrado y aprendí muchísimo de él con relación a la profe-

potencial en conjunto con toda el área comercial, ya que había ciertas resistencias a los cambios. Además, el mercado pedía muebles renovados para la hotelería a la cual ellos iban orientados, estaba pidiendo un cambio de look muy importante para sus productos. Uno de los diseños de Cisotti y Laube es la silla Millefoglie, hecha en multilaminado. Tiene la particularidad que la misma pieza es el asiento y el respaldo de la silla. Para esta silla Plank y Cisotti desarrollaron una chapa reconstituida, junto a un proveedor, específicamente diseñada para aplicar en esta pieza del multilaminado conformado. Se trabajó con una empresa alemana que pudo hacer las curvaturas de madera. Este diseño los llevó a participar de una muestra de materiales y tecnologías. La patente del desarrollo de esta tecnología la tuvo Plank durante dos años de manera exclusiva y después comenzó a comercializarla a otros fabricantes de muebles.

DS- Es interesante destacar cómo la figura del Art Director, esta especie de diseñador estratégico integral, no sólo trabaja en el diseño del producto, sino en el desarrollo del mismo, el relacionamiento con proveedores, en tecnología. Hay una visión bastante más amplia, obvia-



Diseñadores Sandra Laube y Biagio Cisotti.

mente involucrado en un 100 por ciento en la empresa.

EA- Y lo que me parece interesante es volver al concepto inicial: el sistema italiano, toda la cadena de valor, está altamente comprometido con el incremento de valor en cada eslabón de la cadena. Eso posibilita desarrollos de este tipo. Posteriormente a la silla Millefoglie se desarrolló la silla Luna, que también fue premiada.

Otra de las tareas del Art Director es descubrir diseñadores que tienen el potencial de generar un producto para esa empresa.

* Elisabet Arn es diseñadora y cofundadora, junto a Daniel Salum, de Estudio ARN + SALUM

www.arnsalum.com
Facebook @arnsalum
ig. estudio.arn.salum

Silla Millefoglie tiene la particularidad que la misma pieza es el asiento y el respaldo de la silla.



Productos de Plank: taburete y mesa Miura, y silla Myto.

el diseñador estratégico por excelencia, el Art Director, que forma parte

res y cada uno cumple la función de incorporar innovación, tecnología,

sión. Por eso voy a hablar específicamente de su experiencia con la firma Plank. Cisotti junto con su esposa, Sandra Laube, tienen un estudio de diseño y comunicación. Hace unos cuantos años fueron convocados por la empresa Plank para trabajar en conjunto. Es una empresa italiana fundada en 1893; sus productos estaban orientados sobre todo a la hotelería y al contract. Puntualmente, con la banqueta Miura -diseñada por Konstantin Grcic- están en el Museo de Arte Moderno (MOMA) de Nueva York. Plank pasó de fabricar productos tradicionales a desarrollar otros con alto contenido de diseño, orientados al contract. Al empezar a trabajar con esta empresa, Cisotti evaluó su

Silla Luna, otra creación de Cisotti y Laube para Plank.

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

Sistema de Gestión de Calidad Certificado
IRAM-ISO-9001:2008

Tendencias en impresiones para el mercado de laminados en los últimos 25 años (Parte I)

Las tendencias en impresión para los productos laminados han cambiado drásticamente en los últimos 25 años. Sin embargo, ¿qué no ha cambiado en este tiempo? Mientras que muchos de los laminados han siempre sido producidos, la gran mayoría, hasta hace poco era sólidamente en color. Fuente:

Surface & Panel. Artículo ya publicado.

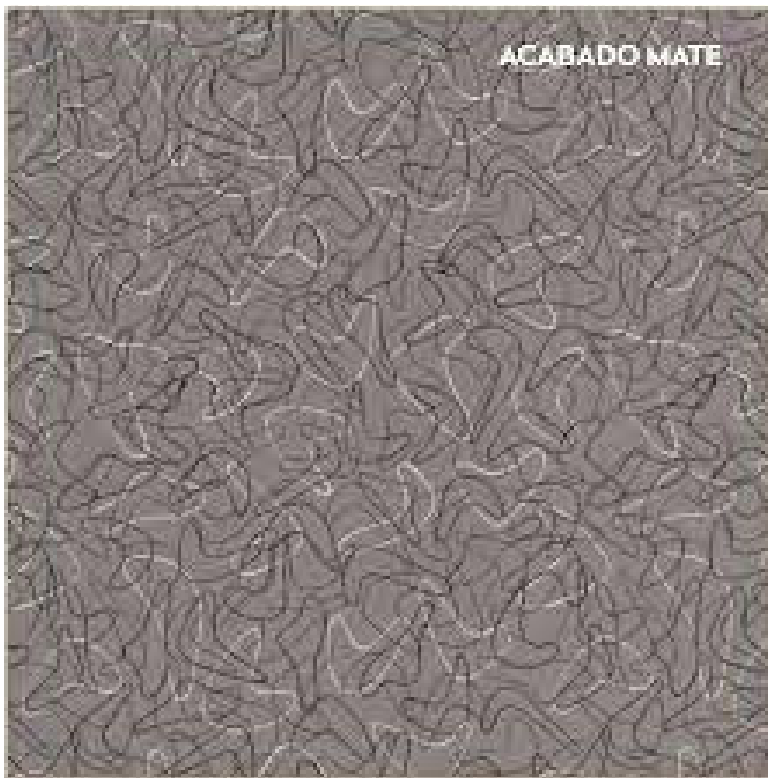
El negocio de HPL (High Pressure Laminate, laminados de alta presión) fue probablemente de un 70% y el mercado de TFL (Thermally Fused Laminates, fusión térmica de laminado) fue de un 90% de colores sólidos hace 25 años atrás, con blanco, almendra y negro siendo los dominantes de esos colores.

Las habilidades para fotografiar madera, piedra y diseños abstractos a los niveles que podemos hoy fue en un comienzo, con mejoras significativas relacionadas a las cámaras, video, escaneo, grabados y tecnología digital aún por venir. La industria que vio primero las impresiones aumentar en su utilidad 25 años atrás fueron las superficies con paneles para residencias. Sin embargo, los patrones fueron rudimentarios allá por los años ochenta. Incluso en industrias como la de casas prefabricadas y en oficinas in-

situ, los patrones más populares fueron blanco, almendra, nuez y nogal.

A fines de los años ochenta, nuevos patrones de roble comenzaron a emerger como David Embry en Wilsonart introdujo Roble Dorado y Roble Solar como Alexander DeGregori de Formica comenzó con Roble Natural y Fino. Nevemar, Pioneer y Westinghouse siguieron la demanda a corto plazo.

Pero en los noventa, Norte América fue el primero de lo que fue el principio de una gran tendencia hacia impresiones en



Modelo "Boomerang" de Formica.

colores claros, usando madera con patrones de arce y abedul.

Suomi Birch fue un claro color cremoso insulso plana veta, perfecta para ebanistería de interiores y producidos por varios

impresores japoneses en ambos grado saturado y papeles livianos. Frank Densmore de Pioneer hizo su marca en la industria, insertando el arce duro. El Patrón fue desarrollado en conjunto con la Compañía Orchard, y Pioneer lo trajo

al mercado primero, luego casi lo abandona varias veces dentro de esos cinco primeros años antes que comenzara a ganar fuerza. Otros siguieron con arce duro y eventualmente el arce se unió al roble, nogal, pecan y caoba para representar las líneas de impresiones del león que los productores de HPL y TFL vendían. El tiempo pasó, y el arce duro y sus semejantes se convirtieron en los números uno de productos impresos en cada una de las líneas de clientes y se convirtió así en la materia prima que continuo vigente dentro de todo empaquetado de mercadería.

Antes de los años 90, un número abstracto de diseños fueron vendidos en el mercado, en pequeñas cantidades, pero casi todos como productos HPL. Formica tenía algo de éxito con su patrón icónico boomerang (ver foto), y hubo una variedad de patrones monocromáticos tipo cristal y algunos tipos fibra, todos diseñados para ser versiones modificadas de colores sólidos. Los otros diseños impresos fueron patrones de piedra, principalmente mármol y granito que proveyeron alternativas laminadas al blanco almendra y negros monocromáticos. Los patrones de piedra para mesada y trabajo de superficies tienden a ser coordinados por los colores blanco estándar, almendra, y negro, pero un verde verdi (sic) era esencial en la mayoría de líneas.

Los noventa

En 1991, Herb Scheer, Judy Wolgast y el diseño en conjunto con el equipo de ventas de Nevamar presentaron y desarrollaron algo revolucionario para el mercado de HPL, y ellos tuvieron éxito. Ellos comenzaron con imágenes generadas por computadora series de puntos impresos sobre el papel blanco y presentaron una única ruptura con lo hasta ese entonces establecido, que permitió a un punto blanco mostrarse a través de la base del papel. El patrón fue diseñado para dar lo último en sólido óptico. El nuevo indicio de impresión lucía como nada que se hubiese visto hasta entonces. Mientras daba la misma apariencia final como color sólido, tenía el beneficio adicional de esconder las temidas marcas de huellas digitales. Hubo un

gran número de desafíos técnicos en términos de encontrar el diseño de computadora original, cilindro de manufactura y la impresión de registro, la cual fue originariamente pensada como innecesaria. Pero el diseño probó ser un éxito no apto. En su año introductorio, el nuevo patrón supero en un doble a los impresos de Matrix y vendió más de 30 millones de pies cuadrados en los 4 colores.

En breve la paleta se expandió, y Matrix y los imitadores que siguieron se probaron como los vendedores de decoración abstracta en la historia. No tomó mucho hasta que los diseñadores como Mark Smith en compañías como Steelcase, la más grande productora de muebles en el mundo, descubrieran los beneficios y la popularidad de Matrix y desarrollaran sus propias versiones, vendiendo muebles de oficina con millones de metros cuadrados con el nuevo patrón incluido.

A mediados de los noventa se vio una gran consolidación en lo que respecta del negocio del laminado. Al mismo tiempo, hubo una puja hacia la innovación en el diseño. Nuevas vetas decorativas como en las marcas de Formica: Cereza salvaje se puso de moda. Más interesante, vetas decorativas en la madera como en Wilsonart's Fusion Maple, Anigre y Sycamore también se pusieron en escena.

El precio de la madera de nogal bajó estrepitosamente cuando los servicios de parques lanzaron miles de acres de bosque federal para recolección. El beneficio agregado a la industria de laminados eran los decorados con madera de nogal ganando popularidad, con muchas compañías agregando nuevas versiones de sus estándares existentes.

Renee Hytry de Formica fue original y contrató un diseñador ecléctico para aportar una copia única a la colección de diseños radicales nuevos, los cuales lograron algo de éxito, pero más importante fue que incrementaron el concepto general de mejores y originales diseños para superficies. Otros agregaron diseños más conservadores y abstractos que ellos tenían esperanza de proveer en gran volumen y eventualmente convertirse así en "La Nueva Matrix".

Se realizó el Foro Más capacitación PyME para más trabajo

Más de 450 industriales participaron en la Primera Jornada del Encuentro del "Foro

+Capacitación PyME para +Trabajo". La segunda jornada, destinada a quienes que se encuentran buscando trabajo o están interesados en mejorar su condición laboral, superó los 600 asistentes.

El evento fue organizado por el espacio que integran la Federación Argentina de la Industria Maderera y Afines (FAIMA), la Federación Argentina de la Industria Gráfica y Afines (FAIGA), la Federación Argentina de la Industria de Calzado y Afines (FAICA), y la Asociación de Industriales Metalúrgicos de la República Argentina (ADIMRA). El objetivo de la primera jornada, dirigida a dueños o directivos de empresas, fue debatir sobre la importancia de la capacitación en la mejora de la productividad de las PyMEs industriales, y difundir las herramientas y oferta formativa de los distintos sectores para apoyar la formación en los perfiles laborales más demandados.

Asimismo, se abordaron los nuevos perfiles que comienzan a surgir como consecuencia de la incorporación de nuevas tecnologías y la digitalización de los procesos productivos. Participaron del panel de debate, que fue moderado por la periodista Martina Rúa, el Secretario PyME del Ministerio de la Producción, Guillermo Merediz, y el presidente de la Asociación de Desarrollo y Capacitación Argentina (ADCA), Guillermo Barreto. Por el sector empresario participaron Natalia Heyd por FAIGA, Pablo Giannavola por ADIMRA, Daniel Vier y Fernando Couto por FAIMA, Alberto Sellaro y Daniel Risafi y Guillermo Zavallone por FAICA.

En la segunda jornada, dirigida a quienes están buscando trabajo y quieren mejorar su condición de empleabilidad mediante la capacitación, se presentaron los perfiles laborales más buscados en los sectores de calzado, gráficos, metalúrgicos y maderero; así como también la oferta formativa brindada por las entidades que representan al sector. Participaron del panel la industrial metalúrgica Rita Cosentino y Diego Golombek, ex Director Ejecutivo del Instituto Nacional de Educación Tecnológica (INET). De esta manera, el encuentro apuntó desde diversas aristas a impulsar en empleo de calidad en el país y facilitar que las personas que se acercan a buscar trabajo cuenten con las calificaciones que hoy necesitan estas industrias.

El presidente de FAIMA, Román Queiroz, afirmó: "La formación técnica de los actuales y futuros empleados del sector resulta fundamental para potenciar a toda la cadena de valor de la madera, la cual se trasciende ampliamente a las empresas que forman parte de la federación.

Una mayor capacitación de los trabajadores resulta beneficiosa tanto para el empleado como para el empleador, logrando mejorar las perspectivas sectoriales en particular y de la industria en su conjunto".

Ellos se encontraron con varios grados de éxito, pero nada en comparación con Matrix.

Un gran cambio para el negocio de diseños impresos a mediados de los noventa fue la introducción de pisos laminados en Estados Unidos. La alternativa popular en cuanto a pisos en Europa estaba siendo introducida, a través de la cadena de venta al por menor, de azulejo/baldosa de color y otros similares. De repente, se produjo un gran desarrollo de los recursos en lo concerniente a decoración, que comenzaron a crecer rápidamente en el segmento de los pisos. Una vez más la mayoría de la copia que el mercado perseguía eran vetas con más del 50% parecida al roble. Las introducciones iniciales eran la mayoría three-strip, short block o lo que Europa llama Ship Board patrones, de roble y madera de arce. Haya que marco la mayoría de las ventas en Europa nunca se pusieron de moda en América. Sin embargo, la mejor parte del programa era que el 100% de los decorados iban hacia pisos laminados que eran impresos.

Al final de los noventa, Panolam, habiendo derrotado a Pionite, tomo nuevo interés en maderas y paneles de madera que estaban siendo estimuladas por el negocio de pisos laminados. David Bell y su equipo desarrollaron una nueva colección llamada "nudo de madera", usando el juego de palabras (knot Wood) para promover sus nuevos diseños de fusión térmica de laminados. La nueva colección que era completamente compuesta por paneles de madera, duplicó el número de Panolam en cuanto a sus ofertas en aquel momento, cuando la madera se estaba convirtiendo infinitamente más interesante. Ellos eli-

gieron un número exorbitante de patrones de cereza (cherry) que presentaron una paleta completa, incluyendo un nuevo naranja oxidado de coloración. Esto atrapo la atención de un número de clientes de laminados quienes estando sobre el proceso de hacer el cambio de laminados de alta presión a la fusión térmica de laminados, tuvieron otras dos nuevas opciones para elegir.

Coincidentemente algunos de esos decorados empezaron a presentar una grieta (o straight-grained style) que simultáneamente proveyó mejores réditos para algunos fabricantes de muebles. En 1998, una pequeña fábrica de muebles, Techline, que compró y trató sus propios papeles y laminó sus tablonos, notó lo que estaba ocurriendo. Marshal Erdmann, el creativo dueño de Techline, decidió hacer un cambio radical a la línea que su compañía ofrecía hacia 15 años.

Fue aquel año que Techline eligió una veta cereza de corte con algunos pequeños nudos en un naranja oxidado para introducir a los muebles de oficina y posicionarlos en el mercado. La hermana de Techline, los Arquitectos Marshal Erdmann, usaron los muebles de Techline en la nueva tonalidad cereza para grandes proyectos de hospitales, incluyendo cinco nuevos hospitales clínicas en Florida. Aquello probó ser una de las industrias popularizando el nuevo look, color y diseño en los próximos 5 años. Y otros los siguieron rápidamente.

En las puertas del nuevo milenio, mientras la tendencia hacia una ruptura del corte clásico crecía, quarter-sawn cherry estaba despegando hacia mercados más comerciales, Jean Guyon y el equipo de diseño en TAFISA, un diseño

innovador de TFL, hizo un audaz movimiento. Ellos introdujeron una diferente fruitwood con una apariencia totalmente nueva al mercado residencial. La veta por excelencia era de Wild Calvados Apple, pero el color era el, en ese momento familiar, naranja oxidado, al cual bautizaron "Cognac".

Cognac Calvados Apple de repente empezó a hacerse presente en los muebles de cocina y luego se convirtió en el color y el diseño para el mercado de los placards. Los que crecieron en popularidad, hace más de una década, fueron las puertas de los muebles presentando en blanco RFL o 12 mil vinyl, cámara a presión de un lado de las tablas de melamina. Y para el 2002, los fabricantes de puertas de cocina estaban comenzando a utilizar RFT impreso con el nuevo Cognac Calvados Apple de un lado y con Cognac Calvados Apple acabado de melamina del lado posterior. La nueva combinación en el frente y en la parte de atrás de la misma puerta, hizo lucir al resto, como fuera de moda.

La nueva combinación incrementó el valor percibido de todos los gabinetes donde las puertas, en su interior y en su exterior combinaban. Esto requirió que las impresoras de papeles de grado saturados tuvieran que trabajar en conjunto con y compartir información con fabricantes.

El programa se probó altamente exitoso hasta el punto que ahora existen más de 100 TFL y RTF combinaciones disponibles.

Fuente: Surface & Panel. Artículo escrito por Tom Drazen, presidente y CEO de Décor USA.

Tienda especializada

El local EGGER Haus Ushuaia abrió sus puertas en octubre

Abrió en octubre el local EGGER Haus de Ushuaia, el más austral del mundo. La red EGGER Haus continuó creciendo durante 2021 y cuenta hoy con 41 puntos de venta en Argentina y Uruguay. Esta red de tiendas especializada para el profesional de la madera ofrece todos los productos Egger y complementarios para los proyectos de mobiliario, interiorismo y pisos.

Fuente: EGGER.

EGGER Haus es la red especializada que ofrece a los profesionales de la madera todos los produc-

rismo en un solo lugar.

La red EGGER Haus continuó creciendo durante 2021 y cuenta

A esta gran expansión se suma que recientemente inauguró su primer local en Ushuaia, el más



La red EGGER Haus continuó creciendo durante 2021 y cuenta hoy con 41 puntos de venta en Argentina y Uruguay.

tos EGGER y complementarios para su próximo proyecto de interior-

hoy con 41 puntos de venta en Argentina y Uruguay.

austral del mundo. Así, con una amplia cobertura en la región, Continúa en pag.: 15

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

Visite nuestros showrooms exclusivos en nuestro local de Bs.As. / HÄFELE - BLUM

www.herrajessanmartin.com

D&F Muebles | maderamen.com.ar

INICIO | NOTICIAS | FERIAS Y CONGRESOS | MERCADOS | DISEÑO | EMPRESAS | PRODUCTOS | MÁS

MERCADOS

Vietnam superó a China en 2020 como el mayor exportador de muebles a EEUU.
maderamen.com.ar | 3 junio, 2021

La industria del mueble en América latina: perfil de algunos países seleccionados
maderamen.com.ar | 10 noviembre, 2020

Producción industrial PyME de madera y muebles cayó en julio 14,6 por ciento
maderamen.com.ar | 26 noviembre, 2020

Comercio exterior de muebles de madera y sus partes
maderamen.com.ar | 11 marzo, 2021

Empresas en Línea

CADESA | EH EUROHARD | M. CASEROS | EGGER

TORNILLOS CASER | HERRAJES ARB | MIRO | Cebe

FROND STARK | FA PLAC | Santa

Beves

CAME apoya el proyecto de ley para condonar a PyMEs deudas menores a \$100.000

Un proyecto de ley, impulsado por el oficialista Sergio Massa, ingresó recientemente a Diputados con el objetivo de condonar a PyMEs deudas menores a \$100.000, informó CAME. Empresarios PyMEs de toda la Argentina manifestaron su apoyo al proyecto de ley de "Alivio fiscal para fortalecer la salida económica y social a la pandemia generada por el COVID-19", presentado recientemente por el diputado Sergio Massa, integrante del Frente de Todos. Fue en el marco de la reunión federal del consejo directivo de la Confederación Argentina de la Mediana Empresa (CAME), que se realizó a fines de septiembre. Participó del evento la titular de la Administración Federal de Ingresos Públicos (AFIP), Mercedes Marcó del Pont.

"El 59,4% de las PyMEs debió endeudarse por la pandemia. Un mecanismo de financiamiento de deudas tributarias que cuente con el acompañamiento de todas las fuerzas políticas es fundamental para sostener a las pequeñas y medianas empresas", dijo el presidente de CAME, Alfredo González. Hace unos días el titular de la Cámara de Diputados de la Nación, Sergio Massa, presentó el proyecto que contempla la condonación de deudas a PyMEs en montos inferiores a \$100.000. Producto de la pandemia la mayoría de las pequeñas y medianas empresas se encuentra en una situación de creciente endeudamiento.

Los resultados de una encuesta realizada por CAME indican que el 59,4% de las compañías debió tomar nuevos créditos para poder sostenerse. A partir de estos datos, que impactan directamente sobre la supervivencia de muchas pymes, es que el consejo directivo de la entidad expresó su acompañamiento a este proyecto. "El 46% de las empresas que encuestamos indicaron no estar en condiciones de hacer frente a las deudas contraídas en los plazos originalmente acordados", destacó González. En ese sentido, la titular de la AFIP dijo que "la deuda post pandemia es un tema a resolver. Tenemos que buscar un mecanismo de financiamiento blando para cuando se levante la suspensión de las ejecuciones. Sabemos que el problema más grande está en el sector de las pequeñas y medianas empresas". Por otra parte, el consejo directivo de CAME le expresó a Marcó del Pont la necesidad de retornar al anterior sistema de anticipo de pago de ganancias. También, la prórroga del cronograma obligatorio para reemplazar los controladores fiscales de "vieja tecnología" por equipos de "nueva tecnología" o por emisión de factura electrónica para los comercios más pequeños.

En este último pedido se remarcó la dificultad que les acarrea a las PyMEs del interior del país. Cabe destacar

que las micro, pequeñas y medianas empresas representan el 44% del PBI nacional y movilizan del 70% del empleo privado del país.

La AFIP y la Secretaría de Industria, Economía del Conocimiento y Gestión Comercial Externa modificaron la operativa de las Licencias de Importación

La Administración Federal de Ingresos Públicos (AFIP) y la Secretaría de Industria, Economía del Conocimiento y Gestión Comercial Externa determinaron, mediante la Resolución General 5070/2021, cambios en la operativa de las Licencias de Importación. De esta manera, dicha norma sustituye el artículo 4º de la RG AFIP 4158/18 por el siguiente:

ARTÍCULO 4º. – La información registrada en el Sistema Integral de Monitoreo de Importaciones (SIMI) será puesta a disposición de los organismos integrantes del Régimen Nacional de Ventanilla Única de Comercio Exterior Argentino (VUCEA), incluidos los alcanzados por la Res.Gral. AFIP 3599/14 y su modificatoria, a efectos de su intervención en el ámbito de sus respectivas competencias. Para ello, podrán solicitar a la Administración Federal de Ingresos Públicos la inclusión de la información complementaria que estimen necesaria. Los aludidos Organismos deberán pronunciarse en un lapso no mayor a 60 días, contados desde el registro en el Sistema Integral de Monitoreo de Importaciones (SIMI).

Así, la AFIP comunicará a los importadores las novedades producidas por esos entes y, en su caso, las circunstancias que motivan las observaciones formuladas, así como el organismo ante el cual deberán comparecer a los fines de su regularización, de corresponder.

El plazo anteriormente vigente para pronunciarse era de 10 (diez) días. Por consiguiente, habría que esperar posibles demoras en la emisión de las Licencias de Importación. Fuente: CAFYDMA.

Empresas brasileñas se comprometen a luchar contra el cambio climático

El Consejo Empresarial Brasileño para el Desarrollo Sostenible (CEBDS) presentó al Ministerio de Economía un documento titulado "Empresarios por el Clima", que fue firmado por más de 100 entidades del sector privado en el que defienden una economía baja en carbono y asumen la responsabilidad de implementar el cambio. En el momento de la entrega del documento la comunidad empresarial destacó las oportunidades generadas por un modelo empresarial sostenible, como la generación de empleo y cómo la acción del sector privado es esencial para que el país logre su objetivo de reducir las emisiones de gases de efecto invernadero. La CEBDS reúne a unos 80 de los mayores grupos empresariales del país, responsables del 47% del PIB brasileño y de 1,1 millones de empleos. Trece de las quince mayores empresas por valor de mercado del país son miembros del CEBDS. En una noticia relacionada, el estudio "Oportunidades para Brasil en los mercados de carbono", elaborado por la Cámara de Comercio Internacional de Brasil (CCI), muestra que el mercado de carbono tiene un potencial para generar ingresos de hasta 100.000 millones de dólares para 2030, así como la creación de oportunidades de empleo. Fuente: Notifix.

Programa Desarrollo Productivo Pyme – FONDEP Línea de Aportes No Reembolsables (ANR)

Nueva Convocatoria al Programa Desarrollo Productivo Pyme – FONDEP LÍNEA DE APORTES NO REEMBOLSABLES (ANR) mediante Resolución 585/2021 del Ministerio de Desarrollo Productivo de la Nación. La convocatoria tiene por objeto asistir a empresas con proyectos estratégicos de productividad, para impulsar la transformación de las pymes y el desarrollo de su cadena de valor e incrementar las exportaciones y estará vigente durante 60 días corridos desde la fecha de su publicación. El ANR a otorgarse podrá cubrir hasta el 70% del proyecto presentado sin incluir el IVA. El monto total del ANR no podrá exceder los \$ 40.000.000 ni ser inferior a \$ 3.000.000 por beneficiaria. Serán gastos elegibles para financiar dentro de la convocatoria: Servicios de consultoría y asistencia técnica; Adquisición de bienes de capital; Capital de trabajo incremental asociado al Proyecto. Respecto a los solicitantes, para poder acceder al ANR del Programa, deberán cumplir con los siguientes requisitos: Contar con el Certificado MiPyME vigente al momento

de la inscripción; Poseer Registro Único de la Matriz Productiva (RUMP) con información actualizada; Ser persona jurídica; Poseer 2 años o más de actividad económica verificable conforme surja de la documentación respaldatoria; Encontrarse inscrita en la AFIP, y encontrarse en curso normal de cumplimiento de sus obligaciones fiscales y previsionales; Dedicarse, según el nomenclador de actividades económicas de AFIP, a la industria manufacturera de origen industrial o agropecuario (letra C). Exclusivamente en casos de proyectos de desarrollo sostenible serán admitidas adicionalmente las actividades 381100, 382010, 382020, 390000, 410011, 410021, 421000, 452101, 466920, 949930, 949990, 960990. La presentación de los proyectos para participar de la Convocatoria, se deberá realizar -incluyendo la documentación citada como ANEXO de la Resolución mencionada- a través de la Plataforma online de Trámites a Distancia (TAD). Fuente: CAFYDMA.

Ikea trasladará más producción a Turquía

El director financiero de Ikea para Turquía, Kerim Nisel, ha informado que el proveedor sueco de muebles va a trasladar una mayor parte de su producción a Turquía, difundió Notifix. La decisión es en respuesta al aumento de los costos de transporte y a los problemas con las cadenas de suministro globales. Los productos que espera fabricar y luego exportar desde Turquía, incluyendo sillones, bibliotecas, armarios y gabinetes de cocina, se envían actualmente a miles de kilómetros desde el este de Asia a los mercados de Oriente Medio o Europa. "Debido a los problemas de transporte a los que nos enfrentamos durante la pandemia, estamos intentando tener más producción en Turquía", dijo Nisel a la agencia de noticias Reuters. "Todos vimos en la pandemia que la diversificación es muy importante. No sería una buena estrategia producir artículos en un país y luego intentar transportarlos por todo el mundo". Nisel dijo que el coste de un contenedor desde el este de Asia había subido de 2.000 a 12.000 dólares, incluso antes de que Covid-19 se extendiera por todo el mundo a principios de 2020. "Es más racional que [los productos] se fabriquen más cerca de donde se venden. Por eso queremos que se fabriquen en Turquía". La movida de Ikea sigue pasos similares de otras marcas europeas como Benetton, que está acercando la producción a su país impulsando la fabricación en Serbia, Croacia, Turquía, Túnez y Egipto con el objetivo de reducir a la mitad la producción en Asia.

Premios FSC al Mobiliario 2021 en Italia

Los premios FSC Furniture Awards 2021 (a muebles fabricados con madera certificada FSC) tienen como objetivo identificar y recompensar a las empresas certificadas FSC que tienen su sede en Austria, Bosnia y Herzegovina, Croacia, República Checa, Alemania, Italia, Polonia, San Marino, Serbia, Eslovenia, Reino Unido. Está pensado para productos en los grupos W12 (muebles de interior) o W13.1 (muebles de jardín), o W13.7 (otros muebles de exterior y productos de jardín) dentro del alcance de su certificado y han producido y vendido al menos un mueble interior o exterior con certificado FSC durante los últimos tres años. Se ha creado la página dedicada <http://www.fscfurnitureawards.org/> y recientemente se llevó a cabo el webinar en inglés dedicado a las empresas certificadas para explicar cómo participar, con tres empresas italianas ganadoras de ediciones pasadas como invitadas, que informaron su experiencia: Calligaris, Composad y Roda. El concurso es parte de una campaña en la industria del mueble para aumentar la conciencia y la responsabilidad entre empresas y consumidores, especialmente en Europa, en lo que respecta a materias primas y productos de uso forestal responsable. Hay un total de alrededor de 40.000 empresas certificadas FSC en la UE, y más de 8.000 de ellas en el sector de muebles de madera. Solo en Alemania y Austria, 319 empresas en el campo del mobiliario / muebles y 233 en el campo del mobiliario de jardín tienen la certificación FSC. 23 minoristas de muebles confían en una licencia de publicidad FSC para publicitar activamente productos certificados FSC y para subrayar su compromiso con una silvicultura creíble y sostenible. Todos los participantes pueden competir por una de las 7 categorías del concurso (Home-Living, Home-Office, Mobiliario de oficina, Mobiliario de retail, Mobiliario de espacios públicos, Mobiliario de exterior para el hogar, Mobiliario de exterior para espacios públicos), y opcionalmente, una mención especial.

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

Tienda especializada

El local EGGER Haus Ushuaia abrió sus puertas en octubre

De pag.: 13

esta red de tiendas especializada para el profesional de la madera ofrece todos los productos Egger y complementarios para los proyectos de mobiliario, interiorismo y pisos.

Gama de servicios

Para asegurar una terminación de excelencia en cada trabajo, EGGER Haus cuenta con personal capacitado y tecnología de última generación para brindar los servicios de:

- Optimización de corte;
- Corte de placas;
- Pegado de cantos.

Estos servicios son un valor agregado para el profesional, que encuentra todas las soluciones en un solo lugar. Reduce así sus tiempos y agiliza su trabajo diario.

Esta Red especializada ofrece la amplia variedad de productos que caracteriza a EGGER distribuidos en tres áreas de atención diferenciada: mobiliario e interiorismo, pisos y construcción.

La compañía brinda al profesional el asesoramiento específico para cada producto y aplicación.

En cuanto a los productos complementarios, Egger Haus cuenta con un socio estratégico en este aspecto.

Se trata de Häfele, compañía líder en herrajes para mobiliario y arquitectura, que está presente en los puntos de venta con un espacio destacado de exhibición, y brindando a los clientes capacitación y asesoramiento profesional.

Espacio de experimentación

Además, en EGGER Haus los profesionales cuentan con un espacio de inspiración y experimentación: EGGER Studio.

Es un lugar de creación, donde están disponibles todas las muestras

para interactuar y probar diferentes opciones.

Tanto en el local como desde la web pueden acceder a la plataforma VDS (Visualizador de ambientes), elegir entre una gran variedad de espacios ya creados y jugar con diferentes diseños de mobiliario y pisos, guardar el proyecto y compartirlo con quien desee.

La compañía brinda al profesional el asesoramiento específico para cada producto y aplicación.

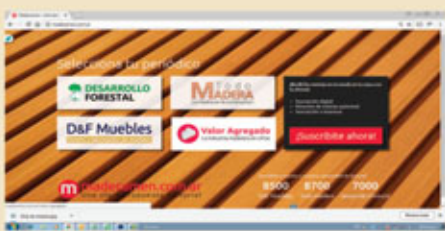
Esta red destinada a brindar productos y servicios de excelencia para el profesional de la madera abrió sus puertas por primera vez en octubre de 2018.

Desde allí, en estos tres años creció de forma constante con el firme propósito de estar cada día más cerca de los profesionales y ser su aliado en el trabajo diario.

Fuente y fotos: EGGER.



Vigésima Cuarta Edición



Relevamiento de FAIMA

Cayó 9% en setiembre el interés online por los muebles argentinos respecto de agosto

Los datos surgen del Índice Interés del Mueble Argentino online (IIMAO). El dato de septiembre de 2021 del IIMAO, desarrollado por FAIMA, muestra una fuerte caída del 9% respecto al registro de agosto 2021. Fuente: FAIMA.

Esta disminución nos ubica en mínimos comparables a marzo 2020 antes de la pandemia. El registro anual de enero-setiembre 2021 muestra una caída del 23% del

interés online por el mueble argentino en comparación con el mismo período del año anterior.

Anticipo de IIMAO

La producción indus-

trial de muebles y colchones relevada por INDEC para el mes de agosto 2021 marcó una caída interanual del 28,5% y una disminución del 2% respecto a julio.

Esta caída mensual fue correctamente captada por el IIMAO en el informe de agosto 2021, aunque la misma no fue de la intensidad esperada.

El IIMAO de septiem-

bre 2021 anticipa en los próximos meses una caída de la producción de muebles en Argentina. Esto es importante porque la información de producción es publicada con dos meses de retraso por INDEC.

Escritorios

En particular este mes se registran caídas en todos los rubros relevados por el IIMAO. Se destacan las caídas en escritorios y muebles.

La palabra muebles

continúa su disminución, acercándose a mínimos históricos, es en esta línea donde la estimulación de la demanda se vuelve vital para incrementar el interés por el sector

“A partir de nuestras mediciones se vuelve una necesidad prioritaria apuntalar el financiamiento de la demanda de muebles ya sea mediante cuotas sin interés, extensión de plazos o incremento de los límites de las tarjetas”, destacó Román Queiroz, presidente de FAIMA.

A nivel provincial se observa un incremento del interés en septiembre en comparación con agosto en las provincias de Tierra del Fuego, Formosa, La Rioja, CABA, Corrientes y Salta. El resto de las provincias presentan disminuciones de importancia respecto del mes de agosto 2021.

El objetivo del Índice es relevar el interés por el mueble argentino online a través de palabras clave para la industria y corroborar su evolución en el tiempo.

Para elaborar este Índice se tomó la base de datos de Google Trends que mide la intensidad de búsqueda de ciertas palabras en el territorio argentino por semana. El mismo es un número entre 0 y 100 que indica el interés por un tema particular.

Se construyó un índice llamado IIMAO "Índice Interés del Mueble Argentino Online" compuesto por las palabras Muebles (80%), Sillón (10%), Escritorio (5%) y Colchón (5%).

Las mismas revisten significatividad para la industria y medidas individualmente correlacionan con la producción industrial mueblera.

Este informe se presenta de manera mensual en el marco del Observatorio Estadístico de FAIMA, que busca proveer información para la toma de decisiones temprana para el sector de la madera y el mueble.

Fuente e imagen: FAIMA.



Todos los diseños mostrados y mencionados son reproducciones.

A la hora de diseñar espacios residenciales ó comerciales atractivos EGGER ofrece las mejores soluciones en tableros decorativos y pisos.

EGGER Colección Decorativa cuenta con una amplia variedad de diseños, productos y renovadas texturas para hacer realidad su próximo proyecto de interiorismo: Unicolores intensos y neutros, Reproducciones de maderas en una amplia variedad de tonos y estilos, Reproducciones de materiales: piedras, textiles y metales.

La Colección de Pisos EGGER PRO 2021+ ofrece diferentes opciones para cada necesidad, ya sea para uso hogareño, profesional, para lugares tranquilos o ambientes húmedos. Los pisos EGGER se caracterizan por su innovador diseño y un gran número de formatos, sí como por su rápida instalación, solidez, resistencia, fácil mantenimiento y cuidado del medio ambiente.

Descubra todo el potencial de EGGER Colección Decorativa descargando la App

» Síguenos en Instagram: @eggerlatam

» Conozca más en: www.egger.com

MORE FROM WOOD.

EGGER