

En línea....!

**m maderamen.com.ar**  
Una clara propuesta editorial

Información actualizada día a día

Año XXIX N° 188- Abril 2024

“El salto del dueño” (2012), referido al proceso de profesionalización de las empresas de dueños. “La problemática del crecimiento de las organizaciones y del crecimiento de sus dueños, y de cómo cambian sus roles, es algo que trasciende culturas”, planteó Molinari. Ver. Pag.: 6



En marzo, la actividad del sector manufacturero PyME registró una caída anual del 11,9%, experimentando un nuevo descenso. En el primer trimestre del año, la producción industrial acumuló una baja del 19,1% en comparación con el mismo período de 2023. Ver Pag.: 2



# D&F Muebles

Diseño y Fabricación de Muebles

Entrevista exclusiva

## Se relanzó Proyecto Deseo, en la búsqueda de posicionar al mueble argentino

D&F Muebles dialogó telefónicamente con Pablo Bercovich, coordinador del Instituto del Mueble Argentino (IMA) que acaba de relanzar Proyecto Deseo para conocer detalles de la edición 2024. “Es un proyecto de posicionamiento a nivel simbólico porque hay que posicionar al mueble, tanto a nivel nacional como internacional, con los atributos diferenciales que tenemos que construir y algunos otros, apuntalar”, señaló en entrevista exclusiva.



Otro de los diseños que se presentaron en la edición 2016 de Proyecto Deseo.

- ¿Cuáles son las principales características de esta nueva edición de Proyecto Deseo?

- Proyecto Deseo es una iniciativa que busca un

Continúa en Pag.: 4-5

Diseño

## Así fue el Salón del Mueble de Milán 2024

La 62ª edición del evento confirma su liderazgo en el panorama internacional, combinando investigación, experimentación e innovación, y registrando un crecimiento del +17,1% respecto a la edición de 2023. Fuente: Salón del Mueble de Milán.



El evento contó con 1.950 expositores de 35 países.

El Salón del Mueble de Milán 2024 atrajo la participación de más de 1.950 expositores de 35 países.

En términos de asistencia, el evento registró una participación récord: la asistencia total fue de 361.417

personas, el 54,3% procedentes del extranjero (+100.000 presencias respecto a 2022), totalizando

un +17,1% respecto a 2023. Excelentes resultados en asistencia de operadores, que registraron un +26,8%, con un 65,8% procedente del extranjero.

En el top 15 de geografías de mercado, China registró un gran regreso, seguida de Alemania, España, Brasil, Francia, Estados Unidos, Polonia, Rusia, Suiza, Turquía, India, Reino Unido, Corea del Sur, Japón y Austria.

Un atlas que ha abierto nuevas oportunidades de negocio gracias a las numerosas delegaciones de Estados Unidos, India, Emiratos Árabes, Reino Unido, Francia, Arabia

Continúa en Pag.: 8-9

Gremial empresaria

## Omeñuka reemplazó a Queiroz y es la nueva presidenta de FAIMA

Ver en Pag.: 2

Lanzamiento

## EGGER presentó su nueva Colección Decorativa para mobiliario e interiorismo

Ver en Pag.: 11

**OLLERO DE VIDRIO**  
Altura final 199 mm.



Calidad en Herrajes



**EUROHARD**

+ info

Consultá nuestro catálogo ingresando a [www.euro-hard.com.ar/catalogo](http://www.euro-hard.com.ar/catalogo)

(54-11) 2206-4000/4002-4400

info@euro-hard.com.ar

eurohard.herrajes eurohardherrajes



Menor actividad

# La industria del mueble cayó un 20,1% en el primer trimestre del año y no prevé rebote

En marzo, la actividad del sector manufacturero PyME registró una caída anual del 11,9%, experimentando así un nuevo descenso. A su vez, en el primer trimestre del año, la producción industrial acumuló una baja del 19,1% en comparación con el mismo período de 2023. Es el cuarto mes consecutivo que la actividad fabril retrocede y, por como vienen los pedidos de producción, las PyMEs no ven un piso en el corto plazo. Fuente: CAME.

Además, se observó un retroceso del 3,4% en la comparación mensual desestacionalizada. Esta coyuntura refleja la gravedad de la situación del sector y la necesidad de tomar medidas urgentes para revertir esta tendencia.

Es el cuarto mes consecutivo que la actividad fabril retrocede y, por como vienen los pedidos de producción, las PyMEs no ven un piso en el corto plazo.

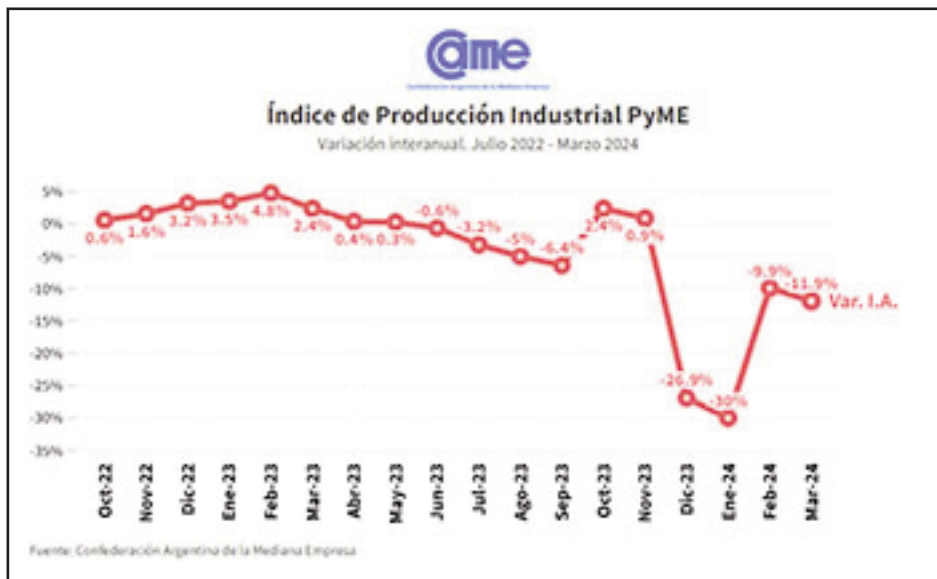
Las empresas relevadas operaron en marzo con 70% de su capacidad instalada, mostrando una caída de 0,8 puntos porcentuales frente a febrero. Hay sectores con niveles altos de stock que se debaten entre seguir produciendo para no cortar el proceso y tener que cesantear personal o frenar.

Por otra parte, las industrias consultadas destacaron que los precios estuvieron más estables y un 25,3% señaló que siguen teniendo problemas para reponer stocks.

Estos resultados surgen del Índice de Producción Industrial Pyme (IPIP) que elabora CAME, con una muestra que alcanzó a 413 industrias PyME a nivel federal.

### Análisis sectorial

Cinco de los seis sectores manufactureros del segmento pyme tuvieron fuertes caídas en la comparación anual, siendo los



Progresión de la caída de la actividad PyME en los últimos cuatro meses: diciembre, -26,9%; enero, -30%; febrero, -9,9%; y marzo, -11,9%.

más afectados “Papel e Impresiones” (-27,4%) y “Químicos y plásticos” (-20,7%). “Textil e indumentaria” fue el único rubro en alza (+10,9%).

### Maderas y Muebles

En marzo, el sector se retrajo 11,9% anual a precios constantes, y 4,4% en la comparación mensual desestacionalizada. En el primer trimestre del año, acumula un descenso del 20,1%.

Las industrias operaron con 72,6% de su capacidad instalada. Fue un mes relativamente estable en materia de precios, pero la producción se vio muy frenada, con pocas consultas y con bajas ventas. La gente detuvo obras, al igual que los gobiernos de todos los niveles, y eso afectó a los sectores que directa o indirectamente están vinculados.

“Por la poca actividad y la caída fuerte en las ventas, tuvimos que reducir horas de trabajo al personal” (Fábrica de muebles en la ciudad de Salta).

“Seguimos abiertos solo esperando la reactivación, porque en marzo no se vendió nada y abril no vemos repunte aún” (Fábrica en Puerto Tirol, Chaco).

### Alimentos y bebidas

El sector registró una caída de 5,6% anual a precios constantes en marzo y de 3,6% en la comparación mensual. En el primer trimestre del año acumula una baja

de 14,2% anual. Las industrias operaron con 73,3% de su capacidad instalada.

A pesar de la performance de marzo, algunas empresas destacaron como positivo la desaceleración de los precios y la normalización en la importación

de insumos. De todas maneras, el escenario esperado conjuga costos crecientes con márgenes cada vez más chicos y ventas decrecientes.

“Las Pascuas no fueron lo esperado. Pensábamos duplicar las ventas del año pasado y no fue lo que sucedió. Para nosotros, marzo junto con fin de año es la época más fuerte, pero sólo trabajamos al 50% de la capacidad instalada, no necesitando ni siquiera el 100% del tiempo ni personal” (Industria en Villa Lynch, provincia de Buenos Aires).

“Marzo fue pésimo. La venta se desmoronó, los ingresos cayeron mucho, hay menos trabajo” (Fábrica en San Rafael, Mendoza).

### Textiles e indumentaria

Este sector mejoró 10,9% anual en marzo, aunque registró una caída de 0,5% frente a febrero. Para el primer trimestre del año acumula un aumento de 2,3%. Las industrias operaron con 71% de su capacidad instalada. Esto es un nivel bajo para el sector, pero mejor que el del año pasado.

A pesar del crecimiento en la actividad, las empre-

“La venta mejoró, pero necesitamos que aumente mucho más para obtener rentabilidad. Son tiempos difíciles” (Fábrica en Godoy Cruz, Mendoza).

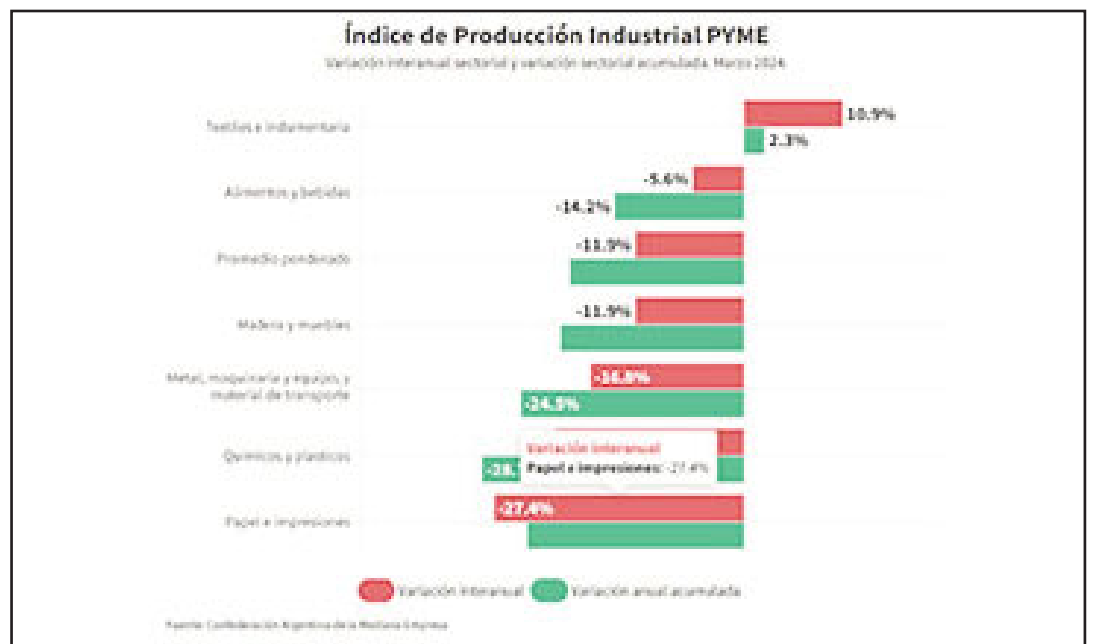
### Metal, maquinaria y equipo, y material de transporte

En marzo, el sector tuvo una contracción de 16,8% anual a precios constantes y del 4,8% en la comparación mensual.

Para el trimestre, acumula una caída de 24,5% frente a los mismos meses de 2023. Las industrias operaron al 66,6% de su capacidad instalada, niveles similares al de los últimos meses.

Las empresas consultadas se mostraron preocupadas por las condiciones económicas, pero también optimistas con la recuperación. Hubo algunas que cesantearon personal porque no había trabajo para darle, y otras que decidieron cerrar algunos días para no seguir acumulando stocks.

“Nuestra planta industrial comenzó a cerrar una semana al mes por falta de demanda. Esperamos incentivos por parte del Gobierno nacional para aumentar el consumo interno” (Fábrica en la Ciudad



Índice de Producción Industrial PyME por subsector. Muestra la variación interanual de marzo de 2024 (versus marzo de 2023) y la variación anual acumulada entre enero y marzo de 2024. La caída acumulada en maderas y muebles fue del -20,1% en el primer trimestre del año.

sas se lamentaron por la multiplicación de las tarifas de electricidad y porque la venta no alcanza para cubrir los costos de fabricación.

“Pasamos de pagar 14 millones de pesos de luz a 40 millones. Imposible afrontar esos costos con los volúmenes de ventas actuales” (Fábrica en Paso del Rey, provincia de Buenos Aires).

de Buenos Aires). “Todavía tenemos algunos problemas para conseguir insumos, pero lo que más nos preocupa son los aumentos de costos. Para vender tenemos que bajar nuestra rentabilidad porque estos meses no hay margen para subir precios” (Fábrica en ciudad de Córdoba).

### Químicos y plásticos

En marzo, el sector



experimentó una significativa contracción del 20,7% anual a precios constantes, y de 4,4% en la comparación mensual.

En el trimestre, la producción acumula una caída de 28,7% frente al mismo período de 2023. Durante el tercer mes del año, las industrias operaron con 65,6% de su capacidad instalada, con bajos niveles de inversiones.

Las empresas consultadas explicaron que sus clientes mantienen altos niveles de stocks y por eso se frenaron los pedidos de producción.

Las PyMEs que exportan logran compensar la caída en el mercado interno, pero igual la rentabilidad es una ecuación difícil de equilibrar con los costos actuales.

“Trabajamos muy poco este mes y, además, seguimos teniendo problemas para cancelar deudas en el exterior, a pesar de la implementación del bono” (Fábrica en Paraná, Entre Ríos).

“El mes fue muy malo, facturamos menos que en marzo del año pasado con precios que se triplicaron” (Fábrica en la ciudad de San Luis).

#### Papel e impresiones

La actividad se retrajo 27,4% anual a precios constantes, siendo nuevamente el sector con mayor retroceso. En términos mensuales, también se registró una retracción de 5% y en el primer trimestre del año la actividad acumula una caída de 23,7% frente al mismo período del año pasado.

Las empresas operaron con 77,9% de su capacidad instalada, nivel alto tanto en el comparativo histórico como en relación con otros sectores, pero que se explica por los bajos niveles de inversiones.

“Hay poco trabajo, no se imprime nada. Lo que nos salva de un mes para el olvido son los servicios que brindamos en diseño y edición” (Industria en Rosario, Santa Fe).

“Estamos con altos niveles de stocks, podríamos abastecer demandas varias semanas sin producir” (Empresa en la ciudad de Catamarca).

Fuente y fotos: CAME.

#### Gremial empresaria

## Omeñuka reemplazó a Queiroz y es la nueva presidenta de FAIMA

**Mercedes Omeñuka, presidenta AMAC (Asociación de Madereros, Aserraderos y Afines de Corrientes) desde hace casi dos décadas, fue electa esta semana como nueva presidenta de FAIMA por el período 2024-2026. Reemplazó a Román Queiroz (AMAYADAP), quien en los últimos meses se había mostrado muy crítico al gobierno de Javier Milei, lo que había incomodado a colegas de la comisión directiva de FAIMA. Gacetilla de la entidad.**

Es la primera vez en los más de 90 años de historia y trayectoria de la Federación Argentina de la Industria Maderera y Afines (FAIMA) en la que una mujer será presidente de la entidad.

Mercedes Omeñuka tendrá, junto a la nueva comisión directiva, que representar los intereses y objetivos de las 28 cámaras que conforman a la Federación, así como profundizar el prestigio y posicionamiento de la madera en Argentina y representar la totalidad de esta extensa cadena.

Desde su creación en 1933, la Federación Argentina de la Industria Maderera y Afines (FAIMA) representa a nivel nacional al sector industrial maderero a través de sus 28 Cámaras asociadas en las distintas provincias del país.

En FAIMA se encuentran representados productores de envases y pallets, pisos y revestimientos, molduras, aserraderos, carpintería en general, fabricantes de aberturas, maderas y piezas para la construcción, láminas, chapas, maderas compensadas, tableros de partículas y de fibras, pellets de madera, viviendas industrializadas, muebles y demás manufacturas de madera.

FAIMA renovó esta semana, con un enfoque federal y participativo, su cúpula directiva por el período 2024-2026.

#### Compromiso productivo

Mercedes Omeñuka asumió en el acto este nuevo cargo y se convierte así en la primera mujer en presidir la entidad. Mercedes tendrá, junto a la nueva comisión directiva, importantes proyectos y desafíos.

La flamante presidenta declaró:

- “Somos una organización que representa a nivel nacional el sector industrial maderero a través de sus 28 cámaras asociadas y tenemos un profundo compromiso con toda la cadena productiva;

- “En cuanto a llevar adelante políticas tendientes a incrementar el impacto positivo sobre el medio ambiente, aumentando los procesos productivos afines a la economía circular y a la mitigación del cambio climático;

- “Toda la cadena de valor desde la forestación hasta el mueble tiene un enorme potencial con una capilaridad que llega a todos los rincones del país. Es un eje central que permite reactivar economías regionales, expandir el consumo mientras se piensa en el mercado externo;

- “Nuestro trabajo como empresarios industriales no se limita a nuestro saber hacer del día a día dentro de la fábrica. Somos creadores de empleo, somos creadores de marca país, somos nuestras horas en las asociaciones y federaciones, donde buscamos destapar el potencial para un país cada vez más grande e inclusivo”.

La propuesta de Omeñuka para su próximo gobierno en FAIMA consta de 12 ejes temáticos que apuntan a seguir consolidando la presencia de FAIMA.

Ellos son capacitación, sinergia entre las cámaras, ferias y eventos, el desarrollo e implementación de un programa de Responsabilidad Social Empresaria con la cadena productiva de la madera y sus productos derivados como eje central.

Además, concursos y premios, foco en la innovación y nuevas tecnologías aplicadas, potenciar los RRHH, especialmente la puesta en valor de FAIMA Joven, un proyecto de vinculación institucional con otras entidades y varios objetivos más, todo en un contexto de economía circular.

#### Animarse

El hecho de ser la primera mujer en ocupar la presidencia de FAIMA, la posiciona también como una líder del sector, junto a muchas otras mujeres que ocupan cargos de liderazgo, manejan maquinarias, hacen investigación de



Mercedes Omeñuka se convirtió en la primera presidenta mujer de FAIMA.

bosques y plantaciones, nuevos biomateriales, diseñan y fabrican muebles, toman decisiones a diario, planifican y coordinan y equilibran la vida personal con sus desafíos laborales.

Omeñuka agregó:

- “Creo que las mujeres podemos trabajar en cualquier puesto y desarrollar cualquier actividad, lo más importante es dar el primer

paso y animarnos;

- “El segundo paso es que te den el lugar, que puedas demostrar que sos capaz. Esta es una actividad que, de por sí, siempre fue de hombres. Yo tuve mucha suerte y me encontré con mucha gente que me acompañó y apoyó, que creyó siempre en mí;

- “Siempre hay que aprender, superarse y estar

a la altura, en cualquier ámbito. Cuando se logra eso, creo que no hay nada imposible. Y acá me viene la idea del famoso techo de cristal, que sin duda existe, pero en la medida en que nosotras mismas nos lo ponemos”.

Omeñuka es profesora Ciencias Económicas, además de empresaria y presidente de la AMAC (Asociación de Madereros, Aserraderos y Afines de Corrientes) desde hace casi dos décadas y vicepresidenta tercera de FEC (Federación Económica de Corrientes).

Participa del Instituto Correntino de la Industria de la Madera (ICIM) y en el año 2005 creó su propia empresa familiar en donde hoy se desempeña como Socia Gerente. Fue distinguida como mujer empresaria por CAME en 2019 y 2023 y Mujer destacada en el sector por el Gobierno de la Provincia de Corrientes en 2023.

Dentro de FAIMA ostenta una amplia trayectoria. Comenzó como vocal, prosecretaria y desde hace un año se desempeñaba como secretaria general, dentro de la gestión del presidente precedente, Román Queiroz.

Fuente y foto: FAIMA.

**MIRÓ**  
-DESDE 1963-

**LACAS & BARNICES**

**ACOMPañANDO TUS PROYECTOS.**

**OTROS PRODUCTOS**

**NITROS ACUOSOS  
POLIURETANOS  
ALQUIDICOS  
POLIESTERS  
LASURES  
ACRÍLICOS  
UREICOS**

**NUEVO VIDRIO LIQUIDO  
ADHESIVOS**

Distribuidor oficial  
milesi 3M

**www.mirosrl.com** +54 911 4991-0528



Entrevista exclusiva

## Se relanzó Proyecto Deseo, en la búsqueda de posicionar al mueble argentino

De Pag.1

impacto concreto en lo cuantitativo, pero también busca generar un impacto simbólico de posicionamiento del sector entero. Se persiguen impactos materiales en cada una de las unidades productivas que se presenten en Proyecto Deseo, pero, sobre todo, tiene el objetivo de un posicionamiento sectorial. Es una estrategia de posicionamiento sectorial y por eso es importante que se piense desde toda la cadena de valor foresto industrial. Y, además, es un

proyecto de posicionamiento a nivel simbólico porque hay que posicionar al mueble, tanto a nivel nacional como internacional, con los atributos diferenciales que tenemos que construir y algunos otros, apuntalar. No se trata solamente de aumentar ventas.

- ¿El Proyecto está pensado para una cierta cantidad de empresas o pueden incluirse tantas como se postulen?

- La inscripción está abierta hasta el 30 de abril. Nosotros vamos a hacer una selección y se va a



"El diseño implica muy baja, muy baja inversión y termina teniendo impactos muy altos a la hora del consumo", dijo el entrevistado (Foto: Red social X).

determinar con cuántas

empresas será conveniente trabajar. Dependerá también de la calidad de los proyectos y de las empresas que se presenten. Queremos que el resultado sea heterogéneo en varias cuestiones. Primero, que sea un proyecto federal. También me gustaría que fuera heterogéneo al nivel de escalas de las firmas, que haya tanto fábricas consolidadas con marca propia y también emprendimientos un poco más chicos.

- A priori, ¿cuántas empresas creés que tendrían la capacidad y la posibilidad de participar? ¿A qué cantidad de empresas apuntan?

### Presentación oficial de Proyecto Deseo

Se presentó en los primeros días de abril Proyecto Deseo, una iniciativa de FAIMA e IMA que busca agregar valor y posicionar al mueble argentino, informan fuentes de la Federación.

La Federación Argentina de la Industria Maderera y Afines (FAIMA), a través del Instituto del Mueble Argentino (IMA), presentaron una nueva edición de Proyecto Deseo.

Es un espacio interdisciplinario que busca crear, producir y llevar a todo el mundo la excelencia del talento argentino en diseño y fabricación de muebles.

Proyecto Deseo 2024 será un laboratorio de diseño y una ventana de oportunidades al futuro del equipamiento nacional organizada por FAIMA y el IMA.

Proyecto Deseo es una articulación que convoca a las empresas muebleras más destacadas del país para trabajar en conjunto con los más notorios talentos del diseño nacional con el objetivo de pensar, crear y ejecutar el mueble argentino del futuro utilizando madera y otros materiales.

Proyecto Deseo busca ser un espacio de desarrollo para la creación de un producto o una línea de productos innovadores para el sector y para la empresa participante.

Una vía de comunicación con el mundo para construir, además, una nueva marca país en la cual se destaque y distinga al mueble argentino.

Se buscará hacer foco en calidad, excelencia, diseño, uso de materiales nobles, innovación y - así como lo ha logrado la industria del vino nacional o la italiana en cuanto a moda - lograr que los muebles de Argentina sean la puerta de entrada de nuevas inversiones y oportunidades para el desarrollo de las más diversas áreas productivas (turismo, RRHH, industrialización, comercio exterior, arte, etc.).

Pablo Bercovich, asesor de FAIMA y de IMA, será el coordinador de Proyecto Deseo. Bercovich afirmó:

- "Este proyecto tiene un doble objetivo. Por un lado, es simbólico y, por el otro, es comercial. Queremos empezar a construir la marca paraguas que posicione el sector del mueble a nivel nacional e internacional, demostrar la productividad del sector y detectar y acompañar a la nueva vanguardia sectorial e identificar a los líderes dispuestos a marcar el rumbo";

- "Pensamos al diseño como una herramienta integral y estratégica que posibilita a las empresas a pensar, sentir y actuar en consecuencia para lograr distinguirse y mostrarle al mundo cuáles serán los muebles argentinos del futuro".

IMA actuará durante todo el proceso y duración del certamen como intermedio y guía de los participantes, aportando metodología de seguimiento y apoyo.

Habrán reuniones periódicas individuales y conjuntas para monitoreo de resultados. También habrá mentorías temáticas (nuevos materiales, comercialización, marca, etc.).

Y, más cerca de la finalización, se trabajará en la exposición de los trabajos, actividades de difusión y rondas de negocios.

Para FAIMA Proyecto Deseo es una columna fundamental en el camino de mejorar la productividad y competitividad de las empresas muebleras argentinas.

FAIMA las invita e incentiva para crear, para animarse a probar nuevos caminos con la mirada puesta en el desarrollo de productos que interpelen mejor a los consumidores.

### Cronograma

- Abril: inscripción de las empresas interesadas.
- Mayo: selección de empresas y estudios de diseño y comienzo del diagnóstico.
- Junio-octubre: generación y desarrollo de propuestas con mentorías especializadas.
- Noviembre-diciembre: eventos de exhibición, comercialización, prensa y posicionamiento.

- No me queda claro si hay una convocatoria explícita a diseñadores o cada empresa aporta sus profesionales.

- Las empresas pueden proponer su intención de trabajar con algún diseñador o estudio de diseño, pero si se presentan muchas empresas de un territorio vamos a tener que contactar a dos o tres diseñadores para ofrecerles a esas empresas que quizás no tengan su estudio de diseño. Nosotros vamos a hacer la curaduría de los estudios de diseño que participen. Queremos que sean profesionales idóneos, con experiencias. Los proyectos resultantes de Proyecto Deseo tienen que ser de extrema calidad. Pero también busca ser disruptivo y tener una pata innovadora. Entonces, quizás, el estudio con el que viene trabajando una empresa consolidada tal vez no es el indicado y por ahí se les recomienda innovar únicamente por este proyecto y ver qué pasa. Aunque igualmente tenga que pagarle los honorarios de su bolsillo, hay diferencias entre que un fabricante contrate a un estudio de diseño por su cuenta y que lo haga a través de Proyecto Deseo. Es todo el seguimiento metodológico, los informes, mi presencia en el puente entre empresa y diseñador, las mentorías en diseño, innovación, desarrollo exporta-

fesional es lo único que va a pagar la empresa. Después está todo el seguimiento metodológico, mi presencia en cada uno de los proyectos, porque yo me voy a sentar todas las semanas con los diseñadores, con las empresas. Y las mentorías no solamente van a estar a mi cargo, sino que también vamos a ir consiguiendo profesionales expertos en diferentes temáticas que van a capacitar a todos los estudios de diseño. Se va a hablar de posicionamiento comercial a nivel nacional e internacional, de biomateriales y de materiales compuestos, de vanguardias y tendencias en el mundo. Se van a abarcar diferentes temáticas para que el diseñador no esté solo. Además, los diseñadores van a tener que entregar al IMA informes periódicos. Las fábricas a veces piensan que necesitan algo y se lo piden al diseñador como algo cerrado y el estudio de diseño se termina convirtiendo en un operador de lo que el fabricante ya pensó. Y muchas veces lo que hay que hacer -y por eso el pedido de informes- es plantearse cuál es el diagnóstico que llevó a tomar tal o cual decisión. Vamos a trabajar en esa manera integral de entender al diseño.

- De alguna manera, es una profesionalización.

- Totalmente, es una profesionalización. No sola-



Uno de los diseños de Proyecto Deseo 2016.

- En Argentina hay unas 2.000 empresas del sector del mueble. Yo creo que muchísimas podrían presentarse a Proyecto Deseo. Lo ideal sería trabajar con entre 10 y 20 empresas en el período que va de mayo a noviembre. Lo iremos viendo. Depende muchísimo de la calidad y de los proyectos que puedan llegar a encarar las empresas que se presenten.

comercialización. Estas mentorías convierten a Proyecto Deseo en laboratorio de proyectos y no únicamente en un vínculo entre privados.

- Es decir, el aporte de los honorarios de los diseñadores va a correr por cuenta de las empresas. ¿Y qué implican las mentorías? ¿Qué quiere decir exactamente?

- Los honorarios del pro-

mente del diseño, sino del vínculo entre el diseñador y la empresa. Y otro de los ítems es que no se trata solamente de diseñar un nuevo proyecto, sino que va a ser el resultado de Proyecto Deseo. Proyecto Deseo después va a tener visibilidad en medios de prensa, va a participar de eventos, de rondas de negocios, se va a comunicar con Cancillería, con la



Agencia de Inversiones, con el Estado y con el sector privado. Y dentro de él van a estar todos los proyectos que participen. Eso va a ser lo más importante. Cada proyecto va a tener un marca paraguas, que es Proyecto Deseo. Y eso va a alimentar otra marca paraguas, que es el mueble argentino. Todos esos proyectos van a colaborar para la concreción de Proyecto Deseo como posicionamiento del mueble.

#### Actualidad de la industria

- Te llevo un poco a la realidad de la industria. Más allá de la coyuntura de las ventas, de la macroeconomía, ¿dónde está parada en este momento la industria del mueble? Por otro lado, si hay muchas empresas que responden a la convocatoria de Proyecto Deseo dispuestas a dar un paso al frente.

- Yo creo que FAIMA está tomando una excelente decisión al apostar por el diferencial, por el intangible. Es un momento en el que, más allá de la caída de las ventas, de la caída de la actividad, sí está bueno que el empresario no piense a seis meses, a dos años, sino que esté pensando a 10 años. Y me parece que esta propuesta tiene que ver con eso, con pensar estratégicamente un sector. Dónde queremos que esté el mueble argentino en los próximos años. En la presentación de Proyecto Deseo nombré el caso de Wines of Argentina (Vinos de Argentina). Es uno de los sectores que se pensó como sector en términos asociativos y eso hizo que las unidades productivas dentro de ese sector crezcan muchísi-

mo. Hablaba de eso para marcar la importancia de lo asociativo, de trabajar con empresas líderes que les abran caminos a otras empresas y que se abran camino entre sí. La importancia de la colaboración para tener una marca paraguas.

- ¿Este proyecto cómo encuentra en este momento a las empresas del sector del mueble para pensar a 10 años e intentar dar el salto?

- Las empresas hoy están capitalizadas, no solamente en el sector mueblero, sino también en general. La PyME hoy está capitalizada, viene de años de crecimiento industrial. No lo digo yo, lo dicen los datos. Crecimiento del empleo industrial, crecimiento de la capacidad instalada. Son datos concretos que estaban al alza. Uno entra a una PyME y ve datos de productividad bastante altos, máquinas nuevas, empleados nuevos. Por supuesto, lo coyuntural no está siendo positivo y no parece que vaya a ser positivo en el corto plazo. Pero hay empresas capitalizadas que pueden pensar en un mediano y largo plazo. Deberían hacerlo. Y, además, esas empresas tienen que saber que tienen que invertir estratégicamente e inteligentemente. El diseño implica muuuy (alarga la "u") baja, muuuy baja inversión y termina teniendo impactos muy altos a la hora del consumo. Si uno compara la inversión que una empresa hace a nivel diseño con maquinaria, mano de obra y demás es mínimo lo que invierte una PyME a nivel diseño. Y a la hora de la compra un potencial cliente se fija



Producto realizado por Federici para Proyecto Deseo 2017.

muchísimo y en la elección lo que pesa el diseño es enorme. Así que muchas empresas -otras, no- están pensando en el mediano y largo plazo.

- Imagino que desde febrero has tenido mucho contacto con los fabricantes de muebles.

- Sí.

- ¿Cuáles son sus preocupaciones? Porque este momento malo desde lo macroeconómico los hace quizás abrir los ojos y ver que está oportunidad de Proyecto Deseo es más acuciante que, si las ventas anduvieran bien, tal vez pensarían que nos es importante encarar un desafío respecto del dise-

ño. ¿O me equivoco?

- Yo estuve 10 años en el Estado, en diferentes lugares. Sí es cierto que mi único cargo político fue de 2019 a 2023 (NdR: fue subsecretario PyME). Renuncié el 2 de enero de 2024. En esos 10 años pasaron muchas cosas, con momentos buenos y malos. En los buenos momentos

muchos empresarios me decían: "Para qué quiero invertir si a mí ya me va bien". Y en los malos momentos me decían: "Para qué voy a invertir si me está yendo pésimo". Nunca era el momento adecuado para hacer inversiones en innovación, en generación de conocimiento y demás. Ahora yo estoy viendo una oportunidad. Ya la estaba viendo en 2021, 2022 y 2023, que fueron años en los que el empresario invirtió bastante. Compró máquinas, se tecnificó. Y ahora sigue ese impulso. Yo estoy viendo que en este contexto de baja sustancial de consumo, a pesar de eso, las empresas por primera vez apuestan al diferencial. ¿Hay baja del consumo? Voy a tener que apuntar a algún nicho de extrema calidad para personas que puedan pagarlo y también a un nicho que me permita abaratar mis procesos,

Continúa en Pag.: 16

### La bienvenida de FAIMA a Bercovich

FAIMA le dio la bienvenida a Pablo Bercovich como coordinador del Instituto del Mueble Argentino (IMA) el 14 de febrero por medio de la red social X:

- "Desde FAIMA estamos contentos de dar la bienvenida a Pablo, quien junto a su equipo de la consultora MARCA PYME, estará a cargo del gerenciamiento del Instituto del Mueble Argentino (IMA);

- "Con su amplio conocimiento y experiencia en el mundo de las PyMEs, Pablo aporta una perspectiva invaluable que es crucial para nuestro sector;

- "La Federación continúa así apostando con dedicación y compromiso por el desarrollo de las pequeñas y medianas empresas, ya que reconocemos el papel fundamental que desempeñan estas empresas en la industria maderera;

- "Estamos seguros de que su trabajo ayudará a fortalecer y promover el crecimiento de nuestras PyMEs muebleras, impulsando así el desarrollo sostenible y la innovación en nuestro sector. ¡Es un honor contar con su experiencia y visión en nuestro equipo!"



# NOSOTROS LO FIJAMOS

WE FIX IT

## INDUSTRIA Y CONSTRUCCIÓN

**PARA EL MUEBLE:**  
Clavadoras y Grapadoras Neumáticas  
Clavos, Grapas, Clavillos  
Atornilladores Neumáticos y Puntas

**PARA LA TAPICERÍA:**  
Grapadoras Neumáticas y Manuales  
Grapas, Tachuelas  
Mesas Neumáticas

**PARA EL EMBALAJE**  
Clavadoras y Grapadoras Neumáticas  
Hojas de Sierra  
Clavos, Grapas

**PARA LA CONSTRUCCIÓN**  
Clavadoras Neumáticas y a Gas  
Clavos, Grapas  
Soldadores de Aire Caliente y Cuña



**TAMBIÉN LÍNEAS AUTOMÁTICAS Y EQUIPOS**



Líneas para fabricación de PALLETS y CARRETES



Equipos para TAPICERÍA y Afines

INDUSTRIA ARGENTINA  
DESDE 1963

Jose Cortejarena 3558  
(B1738CPF) La Reja, Moreno  
Buenos Aires | Argentina

**11-5263-2798**  
**0810-666-0232**

+54 9 (11) 5579-7317  
+54 9 (11) 5579-7316

ventas@cebe-sa.com.ar



SERVICIO TÉCNICO,  
rápido y confiable

Representante Exclusivo en Argentina de:



[www.cebe-sa.com.ar](http://www.cebe-sa.com.ar)



Disertación

# Profesionalización de empresas de dueños, etapas y desafíos

**FAIMA convocó a la consultora Paula Molinari para su 144° Congreso Maderero, que se desarrolló en diciembre pasado y del que participó D&F Muebles de manera virtual. Ella es autora del libro “El salto del dueño” (2012), referido al proceso de profesionalización de las empresas de dueños. “La problemática del crecimiento de las organizaciones y del crecimiento de sus dueños, y de cómo van cambiando sus roles, es algo que trasciende culturas”, planteó Molinari. Desgrabación de la charla completa.**

“Entre los comentarios que escuchaba de mis amigos empresarios había patrones. Y empecé a organizar académicamente esa información. Así surgió el libro.

La problemática del crecimiento de las organizaciones y del crecimiento de sus dueños, y de cómo van cambiando sus roles, es algo que trasciende culturas. La evolución del rol y del gobierno corporativo de las empresas son similares en todos los países.

## Etapas

Quisiera empezar por un cuadro que muestra las distintas etapas evolutivas por las que pasan las empresas.

La mortandad de empresas en sus primeros diez años de vida es altísima, de alrededor de un 70 por ciento. Vamos a toma el caso de las empresas que crecen y evolucionan.

Hay un momento cero donde hay un dueño que sabe hacer algo, que conoce de algo. Y la empresa empieza a crecer. Y cuando



Paula Molinari  
El salto del dueño

Molinari es co-fundadora de la consultora El Salto ([www.elsaltodeldueño.com.ar](http://www.elsaltodeldueño.com.ar)), en sociedad con otros dos profesionales. Fundadora y presidente del Grupo Whalecom, consultora líder en Latinoamérica. Es autora del libro “El Salto del Dueño” y es conferencista.

crece significa más de todo: más empleados, más metros cuadrados, más depósito, más facturas que pagar, más materia prima que comprar.

Es la Etapa Fundacional. La principal característica es que las decisiones están centralizadas.

Hay un dueño o una dueña, o socios que están en todo. Se conectan con los colaboradores de forma radial. Es decir, todo el mundo tiene acceso a los dueños. Fundamentalmente es el tema de la decisión centralizada.

Cuando las empresas crecen esa forma de gestión no funciona más. Por distintas razones: por mayor complejidad, porque el dueño ya no tiene tanto tiempo.

Por lo tanto, hay que pasar a otra forma de organización, que es la segunda etapa: Etapa Funcional. Tiene como proceso clave la delegación.

Es la Etapa Funcional o Etapa Profesional. Quiere decir que se determinan los roles y funciones de cada persona; ingresan a la empresa profesionales que en algunos temas saben

más que el dueño.

Ese dueño que antes era totalmente polivalente ahora, por ejemplo, deja de ir al banco. Está mucho más claro qué hace cada uno. Es una etapa de cuantificación. Empiezan a importar los indicadores, analizar los resultados, ver las metas. Es una etapa de ordenamiento.

Lo increíble es que en

todo el mundo pasa que, cuando un dueño o dueña tiene dos minutos, se mete en otro negocio. Inversión en un campo, un desarrollo inmobiliario, lo que sea.

Por eso la etapa siguiente se llama de Multiempresa. Quiere decir que la creación de valor no viene solamente de un negocio, sino de más de un negocio. Pero, ¿qué pasa?

El problema es que el nuevo negocio está apoyado en la empresa madre. Hasta que la empresa madre dice: “Basta, tenemos que separar las cosas”.

Y entonces se pasa a otra etapa, que es la de mayor nivel evolutivo, que es la de Grupo Empresario o Holding. Hay allí distintas unidades de negocio independientes, con algunas funciones transversales. Es la forma de funcionamien-

to más evolucionado.

Ahora, lo increíble es que en la antesala de cada etapa hay una crisis. La primera crisis es llamada Crisis de Cacicazgo. ¿Por qué? Porque el cacique tiene que dejar de ser cacique.

A la segunda crisis la llamamos de “mono empresa” y a la tercera se la llama de Funciones Estratégicas.

El secreto de El Salto del Dueño y del modelo que yo desarrollé es haber descubierto que la peor crisis, la más difícil de superar, es la primera, la Crisis de Cacicazgo. Todas las empresas entran en una crisis de marchas y contramarchas. Quiero profesionalizar, pero no lo puedo hacer. Entonces vuelvo para atrás. A ese paso yo lo llamé el gran salto que da el cacique como metáfora de las decisiones centrali-

## Preguntas del auditorio

- Me parece súper interesante. La mayoría de nosotros tiene empresa familiares y quisiera saber qué rol jugaría el protocolo familiar. ¿Qué tan fuerte y necesaria sería como herramienta?

PM- El protocolo familiar es una herramienta fantástica y necesaria cuando uno empieza a tener herederos. Porque preservan el valor de la empresa, en el sentido de que marca quiénes pueden vender las acciones, cómo se pueden vender las acciones; quién trabaja en la empresa, quién no trabaja en la empresa. No tiene que ver con la gestión diaria.

Mi recomendación es que se necesita más que nada para configurar las relaciones de las familias cuando las familias se empiezan a complejizar. Yo tengo un cliente donde hay 60 accionistas. Es de yerba mate. Hay 60 personas en el consejo de accionistas. En ese caso hay que regular todo.

Mi consejo es que hagan el protocolo de familia cuando no haya conflictos. Con eso se previene el conflicto. Si tenés que decidir, por ejemplo, sobre 30 temas, se puede resolver en un mes trabajando con un consultor.

- Nosotros hace 15 años que empezamos con el proceso de profesionalización después del traspaso generacional. Y haber hecho el protocolo en ese momento, cuando los chicos eran más chicos y estaba todo tranquilo, resolvió que el proceso fuera más fácil. Tuvo dificultades, pero eso ayudó a que fuera más fácil. Estoy saliendo y hay dos hijos al frente de la empresa. El problema se presenta por lo difícil que resulta entender desde uno, con todo el trabajo que pusimos, a una generación que trabaja 8 horas diarias, con 20 días de vacaciones. Y que dice: “Yo no voy a dejar la vida acá adentro como hiciste vos”. Acá empieza el desafío al tener que aceptar a otros que deciden de manera diferente.

PM- Es así. Ellos van a gestionar de otra forma, van a incorporar más tecnología, van a usar más información y no va a ser al cultura del esfuerzo físico, de estar 24 horas por 24 horas. Al traspaso generacional se le suma que estamos en medio de un cambio de época fuertísimo. Ellos tienen otras prioridades, y eso no quiere decir que hagan las cosas mejor o peor, sino de manera distinta.

Cuesta mucho aceptarlo pero lo que hay que ir a ver son los resultados, no las formas. Ahí hay que evolucionar. En la investigación que hice hay un inmenso dolor en los jóvenes por la resistencia de los mayores a nuevas formas de trabajo. Pelean terriblemente por cosas sobre las que habría que probar y medir cómo funciona.

A esto yo le sumo como recomendación que el mundo está cambiando tan abruptamente que, si no incorporamos la mirada de los jóvenes, nos vamos a caer del tablero. Hoy tenemos 4 generaciones conviviendo en la empresa y hay un problema que se suma: la prolongación de la expectativa de vida. Hay un momento en que las empresas necesitan gente joven, necesitan otra forma de gestión. ¿Quién quiere hacer una última pregunta o comentario? Ah, bien, la generación joven.

- Nosotros somos jóvenes que estamos en la cámara empresaria y me pregunta gente grande desde otras cámaras cómo hacer para que los jóvenes se acerquen a trabajar con ellos en las cámaras o empresas. Yo te quería pedir algún consejo para ellos sobre cómo atraer a esos jóvenes.

PM- Es casi como el huevo y la gallina. Si las empresas y las cámaras no tienen jóvenes son poco atractivas para los jóvenes. Hay que generar determinado proyecto que sea obligadamente hecho por los jóvenes, de forma tal de cambiar el mix rápidamente. Y en los directorios de las empresas tiene que haber jóvenes, lo mismo que en la conducción de la cámara.

Hoy, con el cambio de época, los jóvenes son necesarios. Si no incorporan jóvenes en el presente, no van a poder ver el futuro. Tenemos que hacer ingresar a los jóvenes, pero no alienarlos. Nadie disfruta de un trabajo si no le da valor. Espero que les haya servido. Muchísimas gracias.

The screenshot shows the D&F Muebles website interface. At the top, there's a navigation menu with categories like 'MERCADOS', 'DISEÑO', 'EMPRESAS', and 'PRODUCTOS'. Below the menu, there are several news articles and reports, including one about Vietnam's export to China in 2020 and another about the industrial production of wood and furniture in Latin America. At the bottom, there's a section titled 'Empresas en Línea' which lists various member companies such as CADESA, EUROHARD, M. CASEROS, EGGER, CASER, HERRAJES ARB, MIRO, Cebe, DORKING, FRUND STARK, FA PLAC, and Senla.



zadas.

### Obstáculo principal

Me gustaría charlar con ustedes sobre cuál es el obstáculo principal y cómo es que se pasa de manera contundente a la Etapa Profesional. Si la empresa se queda derrapando en la etapa de marchas y de contramarchas pierde plata, energía, oportunidades.

¿Cuál es el obstáculo principal para avanzar a la etapa de profesionalización? El dueño mismo. Él tiene todo en su cabeza, desde las cuestiones más operativas hasta las más estratégicas. En una empresa en la que hay un cacique, la gente espera al cacique.

La centralización de decisiones se vuelve negativa porque la gente no toma autonomía. Siempre hay empleados de confianza que fueron creciendo con el cacique, siempre en esas empresas los puestos se definen en base a la gente.

Entonces hay empleados que hacen un poco de cada cosa. Hay mucha polivalencia. El cacique mismo es muy polivalente. La confianza y la familia son valores fundamentales en la Etapa Fundacional.

No se habla de desempeño, lo que llevaría conflictos. Hay familiares y amigos. Cuanta más familia hay en la empresa, más difícil es pasar a la etapa siguiente. Y siempre el que más trabaja es el dueño. Sin duda.

### El Salto

¿Por qué damos el salto? ¿Por qué queremos dar el salto? ¿Es necesario pasar a la etapa siguiente? No. Hay empresas que se quedan en la Etapa Fundacional durante toda su existencia.

Yo siempre pongo el ejemplo de la panadería de mi barrio en Vicente López, donde yo voy a comprar el pan los domingos. En la caja está la segunda generación. La panadería ya tiene tres generaciones.

Siempre igual la panadería. Yo la conozco hace 35 años. No han pensado en un negocio de franquicias, de ofrecer un cafecito. Siempre la misma panadería.

Ahora, si Patri, que es la que está en la caja, me dijera que quiere tener un gerente de panadería porque no quiere trabajar los domingos, una panadería no te da para tener un gerente.

Si vos no profesionalizás, vas a tener que estar en la panadería los domingos. No hay otra. Quiere decir que profesionalizar, su primera causa, es el cambio de estrategia de vida del dueño o dueña.

El cambio de estrategias personales de los dueños o dueñas es algo que lleva a la profesionalización.

Otra fuente es la mayor complejidad. El dueño puede decidir todo cuando la empresa tiene una determinada cantidad de variables. Porque el límite son las horas del día del dueño. A mayor complejidad, hay que empezar a delegar. No queda otra.

Y la tercera causa es lo que llamamos Exit Plan. Es una disciplina nueva que tiene unos diez años y que tiene que ver con cómo salimos los dueños de las empresas.

Y se sale de tres formas:  
1- Con la venta;  
2- Con el traspaso generacional;  
3- Con management profesional.

Son tres caminos. Todos ellos son un proceso y requieren trabajo. Si yo no quiero estar más en la empresa no puedo darles las llaves a otro e irme. Si yo hago eso, hay pérdida de valor. Y los procesos llevan dos o tres años.

Ya les digo que es más fácil crear una empresa que salir de ella. Algo que les pasa a los caciques en la primera etapa de las empresas es que todos se cree omnipresentes y eternos.

Hay muy poco pensamiento de futuro. La vida pasa y, si no se entra en un proceso ordenado, puede ser que después haya una pérdida de valor.

Entonces, cuando estamos en el período de transición de las marchas y contramarchas. El tema es cómo se pasa a la segunda etapa. En el 100 por ciento de las veces, cuando profesionalizamos hay que traer gente nueva. Hay que asumir riesgos.

En la Etapa Profesional se necesita gente que tome riesgos y que tome las riendas de un sector. Que lleve innovación. Esto pasa en todos los sectores de actividad.

Si la empresa está en Etapa Fundacional no hay buena información. ¿Por qué? Porque los dueños y dueñas son los reyes del olfato. Toman las decisiones intuitivamente. Pero cuando se pasa a la siguiente etapa se buscará que un gerente decida en

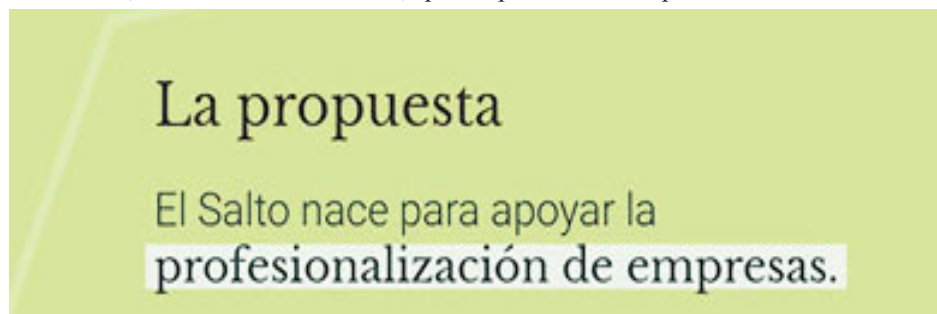
base a información.

Entonces, el paso a la siguiente etapa siempre implicará invertir en las generación o recopilación de información.

La pregunta es, ¿cómo el dueño o la dueña se corta las plumas?

El modelo de El Santo del Dueño dice que para avanzar hay que hacerlo en tres dimensiones:

- 1- Estrategia;
- 2- Gente;



Hay un video referido al tema de la conferencia al que se puede acceder en el sitio [www.elsaltodeldueño.com.ar](http://www.elsaltodeldueño.com.ar)

3- Información o tecnología que permita obtener mayor información.

### Estrategia

En la Etapa Fundacional todo está en la cabeza del dueño, que decide en soledad. En esta etapa siempre la estrategia está parada en el presente. El pensamiento de futuro se empieza a dar cuando pasamos a la Etapa Profesional.

Lo que va a pasar en la etapa siguiente es que ya las decisiones se van a pasar a tomar en una mesa chica, o en una reunión de gerentes. Se habla de planes y se habla de mesa.

Se empieza a poner en foco si se logran las metas o no, se empieza a pensar en el desempeño, tanto de la organización como de la gente. Eso no estaba antes.

Y empieza a haber un pensamiento del futuro. Se empieza a pensar por indicadores y a trabajar con ellos. En la segunda etapa los temas de los que se habla son más estratégicos. Se habla de rentabilidad, por ejemplo.

En la primera etapa la gente no es autónoma, las decisiones están centralizadas. Cuando pasamos a la Etapa Profesional, se incorporan profesionales a la empresa, que llevan nuevos conocimientos. Se empieza a pensar en la gente, a gestionar a la

gente. Y empieza a haber un pensamiento de futuro.

Por ejemplo, temas referidos a cómo se forman líderes, cómo se gestiona el desempeño. A veces aparecen consultores. La selección se estandariza, se dejan de llevar a la empresa familiares o amigos.

Pero lo fundamental es que se llevan profesionales que se sientan en la mesa chica con el dueño o dueña, que empiezan a no

transformación cultural de la organización. Muy grande.

¿Cuáles son las claves del éxito? Para mí, son estas cuatro.

1- Los Power Rangers. Metafóricamente, tiene que haber otra gente. Esa mesa chica de gente que está al lado del dueño con capacidad de aportar elementos distintos. Si están solo, no podés avanzar. Es por un tema de resistencia

etapa fundacional eso está todo centralizado en el dueño.

Si el cacique aprende a hacer todo eso, pasa a tener la posibilidad de estar en la playa tomando una caipirinha. Este proceso no es sencillo.

¿Cómo se da este proceso? Se van dando pasos: compramos el sistema de información, la gente aprende a leer la información, tenemos indicadores, empezamos a tener reuniones estratégicas. Vamos haciendo cosas distintas mes a mes, o año a año, hasta que generamos una cultura profesional.

El que se da cuenta de que ha ocurrido la profesionalización es el cliente, el proveedor, el empleado, el competidor. El otro se da cuenta.

### Problemas del traspaso generacional

Para correrme de la empresa tengo tres caminos: venta, management profesional o traspaso generacional.

Hay grandísimos problemas con el traspaso generacional. En las empresas de dueños hay herederos, pero no necesariamente hay sucesores. Quiere decir que tenemos hijos o hijas, pero uno se va a trabajar a Canadá, otro se va a dar vueltas por el mundo y otro dice que la empresa no le interesa.

Hay sectores de actividad importantísimos en grave riesgo, porque si nosotros no tenemos sucesores hay peligro de pérdida.

Continúa en pag.:15

**TORNILLOS CASER INDUSTRIA ARGENTINA**

- CASER-Fix** Tornillos Rosca Chipboard para MADERAS INDUSTRIALIZADAS
- CASER-Drill** Tornillos Auto perforantes Punta Mecha MULTIPROPOSITO
- CASER-Wall** Tornillos Rosca Drywall Punta Aguja para MADERAS Y METALES DELGADOS
- CASER-Plast** Roscas para Fijar sobre PLÁSTICOS
- CASER-Max** Tornillos Para Ensamble de MUEBLES
- CASER-Rosc** Roscas Auto roscantes MULTIPROPOSITO
- CASER-Maq** Tornillos Especiales Roscas con Paso Normalizado (MM / WW / NC)
- 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

**FRUND STARK**

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

**FRUND STARK SA**

SYLVESTRE BEGNIS 2270 (PAER) S2300BDJ - RAFAELA (SF) ARGENTINA  
+54 (3492) 579097 - +54 (3492) 636896  
VENTAS@FRUND-STARK.COM.AR - ADMINISTRACION@FRUND-STARK.COM.AR  
WWW.FRUND-STARK.COM.AR



Diseño

# Así fue el Salón del Mueble de Milán 2024

De pag.: 1  
Saudita.

La presencia de la prensa también creció significativamente: hubo 5.552 periodistas y expertos en comunicación acreditados para un total de 6.778 entradas (el 50,4% procedentes del extranjero).

Crecieron las cifras registradas en los días abiertos al público: 32.567. Ha aumentado el número de estudiantes italianos y extranjeros, situándose actualmente en 13.556, de los cuales 8.368 son italianos (+25,5%), con un crecimiento medio global del 18,8%.

Durante el 25º aniversario del Salón Satélite estos jóvenes aceptaron la invitación a descubrir el potencial de un sector que genera significado y belleza con una mezcla de habilidades multidisciplinares, en línea con la transición azul y verde anticipando el futuro de las nuevas generaciones.

## Referencia

El Salón del Mueble de Milán confirma su papel como evento de referencia en el sector, que este año contó con la Biental



Salón del Mueble 2024 registró una participación récord: la asistencia total fue de 361.417 personas.

EuroCucina / FTK, Tecnología para la Cocina y el Salón Internacional del Baño como vidrieras clave.

El Salón es un evento cultural, además de un lugar de negociación y networking, capaz de atraer a operadores cualificados, entre ellos compradores, arquitectos, interioristas y medios de comunicación de todo el mundo.

La semana no sólo pro-  
pió interacciones profe-

sionales sino también encuentros centrados en la cultura del proyecto, como lo demuestra el rico programa de eventos que incluyó difusión, formación, debates y discusiones.

A estas se sumaron las instalaciones "Interiores por David Lynch. Un cuarto para pensar" del famoso cineasta estadounidense, "Debajo de la superficie" de Accurat, Design Group Italia y Emiliano Ponzi, y

"Todo lo que siempre has querido saber sobre el diseño de alimentos en seis presentaciones", junto con



La cita con el Salón del Mueble de Milán 2025 está prevista del 8 al 13 de abril.

Maria Porro, presidenta del Salón del Mueble de Milán, comenta:

- "El 62º Salón del Mueble de Milán ha superado todas las expectativas. Ha sido una edición de récord. Registramos resultados excepcionales, gracias a la confianza de un ecosistema que, una vez más, reconoció el liderazgo internacional del evento; - "Con 361.417 visitan-

Una contribución decisiva provino de la ITA – Agencia Italiana de Comercio, la agencia gubernamental italiana que apoya el desarrollo económico y comercial de las empresas italianas en el extranjero, atrayendo inversiones extranjeras a Italia.

Un año más, el ICE brindó al Salón del Mueble de Milán un importante apoyo para llamar la atención,



Maria Porro, presidenta del Salón del Mueble de Milán, dijo que el evento es "una gran fábrica de significado y valor duradero, de productos y empleo, de cultura material e inmaterial".

Design Kiosk: el espacio temporal del Salón de la ciudad.

El Salón incluyó este año la Biental EuroCucina/FTK, Tecnología para la Cocina y el Salón Internacional del Baño como vidrieras clave.

tes, el Salón vuelve a ser un evento único a nivel mundial, un puente imprescindible con las nuevas geografías de los mercados: una ciudad intercontinental abierta a la innovación, donde la competencia acelera la competitividad de un sector clave para la economía del país y más allá;

- "Una gran fábrica de significado y valor duradero, de productos y empleo, de cultura material e inmaterial".

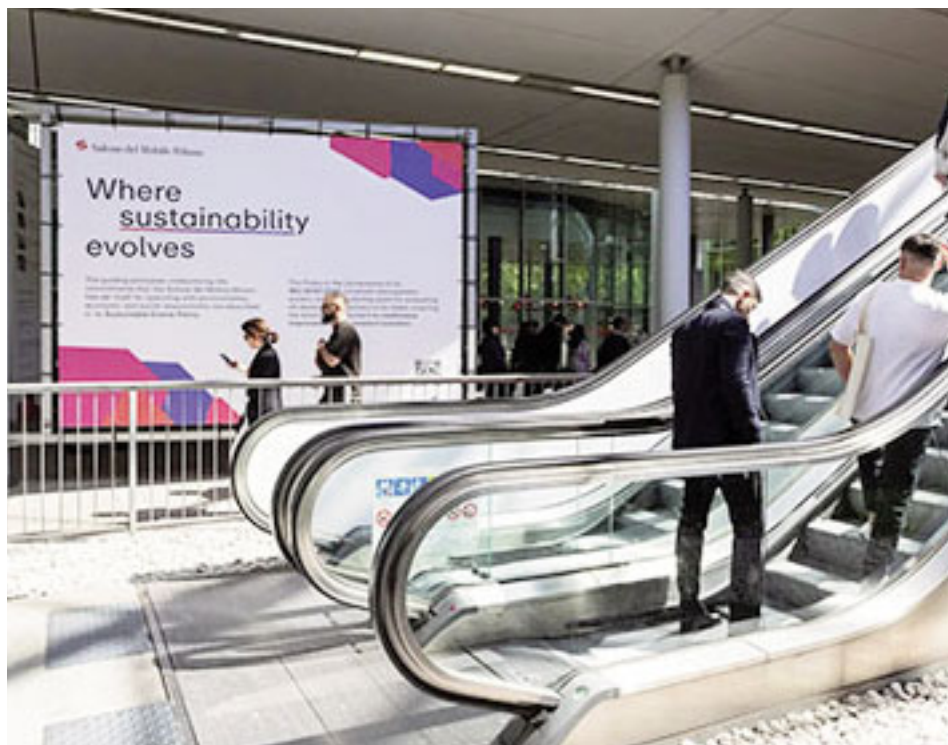
Apoyo de ITA

trayendo a la feria el mayor número de operadores internacionales cualificados, con invitaciones a más de 220 compradores y 240 periodistas de 64 países que tuvieron la oportunidad de conocerse. las empresas expositoras.

También fue importante la estrecha colaboración con Fiera Milano, que contribuyó a la producción del evento.

Claudio Feltrin, presidente de FederlegnoArredo dice:

- "Fue una edición ver-



maria jose veron  
[ arquitecta ]

investigación, docencia y producción en torno al diseño  
mjoeron@hotmail.com :: www.facebook.com/mjoeron :: t. @mjoeron :: + 54 351 156574075  
proyectos de arquitectura, interiorismo, imagen corporativa



## Sostenibilidad

## Sostenibilidad, novedades y desafíos en el Salón del Mueble de Milán 2024

*La cuestión de la sostenibilidad es a la vez un desafío y una oportunidad que hay que aprovechar, aprovechando la disciplina del diseño y el uso de materiales reciclados, reciclables y posiblemente circulares a lo largo de todo su ciclo de vida. Había muchas novedades y las expectativas eran altas, pero el Salón estuvo a la altura del desafío. Fuente: Salón del Mueble de Milán.*

daderamente excepcional y recompensó el extraordinario trabajo realizado por los expositores durante un año;

- “Una vez más, los empresarios aceptaron el desafío y después de 62 años, podemos decir con certeza que somos líderes indiscutibles, capaces de atraer el diseño de todo el mundo a los pabellones de Fiera Milano, Rho, confirmando el Salone di Milano como la feria del sector más importante referida al comercio internacional;

- “¿El secreto? Genio, visión, determinación y esa “artesanía industrial” irreplicable que sólo nuestros productos pueden expresar. Las empresas y la cadena de suministro de muebles de madera son el motor económico de este enésimo éxito, del que estamos orgullosos y que es nuestro deber seguir potenciando, como expresión del gran sistema que es el diseño italiano;

- “Lo hemos hecho y lo seguiremos haciendo, conscientes de que el Salón del Mueble de Milán es ante todo una feria empresarial que permite incluso a las empresas más jóvenes exponer sus productos a un público tan amplio y especializado que difícilmente podrían llegar individualmente”.

### Diseño internacional

Gran entusiasmo de la comunidad internacional del diseño. El éxito a escala mundial se confirma con una narración en directo multicanal de las principales novedades de la 62ª edición del evento.

Las cifras alcanzadas por los recursos digitales superan las expectativas: más de 1 millón de interacciones (+50% vs 2023) con una tasa de participación del 60% y 90 millones de impresiones (+15% vs 2023).

Los resultados de la aplicación en términos de utilización de servicios fueron excelentes, desde el emparejamiento, que registró un crecimiento superior al 40%, hasta la navegación por mapas interactivos, con más de 450.000 búsquedas.

La cita con el Salón del Mueble de Milán 2025 está prevista del 8 al 13 de abril.

Fuente e imágenes: Salón del Mueble de Milán.

Dos mil treinta está a la vuelta de la esquina y la agenda europea no se anda con rodeos, hay objetivos que cumplir y desafíos que afrontar si queremos hacer que este planeta sea sostenible, aún habitable y, si es posible, aún mejor.

Sostenibilidad: una palabra muy publicitada que se asocia desde hace muchos años al diseño y que representa a la vez un desafío y una oportunidad para el Made in Italy, que sitúa a Italia en la cima de las listas europeas en materia de políticas vinculadas a la transición ecológica.

El desafío es complejo y las soluciones disponibles para empresas y diseñadores para lograr los objetivos deseados son innumerables.

Lo primero y más importante es una cuidadosa investigación sobre el uso de materiales reciclados, reciclables, naturales y de bajo impacto, que también sean extremadamente duraderos, con el fin de aumentar la vida útil del producto.

Desde la madera totalmente certificada FSC, pasando por el vidrio y el aluminio, materiales que alcanzan coeficientes de reciclabilidad del 100% sin perder sus propiedades físicas y mecánicas, pasando por materiales sintéticos derivados de plásticos reciclados pre y posconsumo y materiales circulares y de base biológica.

Sin embargo, existe otro camino posible, que está en manos de las oficinas técnicas y de los diseñadores, y consiste en la capacidad de diseñar productos estandarizados con componentes reutilizables y fácilmente reemplazables, utilizando un número limitado de ellos para mantener las piezas en un mínimo, y que puedan desmontarse fácilmente al final de su vida útil o que contengan piezas de fácil sustitución.

Por último, está la cuestión de la exposición: el Salón del Mueble de Milán se ha esforzado en ofrecer soluciones y orientaciones a las empresas expositoras,



Reciclaje y reutilización: el stand de Adrenaline tuvo columnas flotando desde arriba hechas únicamente con los rollos de papel con los que envasan los tejidos que la compañía utiliza en sus productos.

fundamentales para crear un evento con bajo impacto ambiental.

### Materiales reciclados, reciclables y circulares

El uso de materiales de bajo impacto al inicio y al final de su vida es un aspecto esencial del tipo de mentalidad de diseño deseosa de avanzar hacia la sostenibilidad. En la 62ª edición del Salón se presentaron muchas ideas y productos nuevos.

En cuanto al tema de los materiales procedentes de fuentes recicladas, Magis trabajó con el estudio de Thomas Heatherwick en In-side, una colección de asientos rotomoldeados que presenta una combinación única de bioplásticos y polímeros reciclados posconsumo o posproducción.

La empresa italiana Slalom presentó mamparas fonoabsorbentes fabricadas entre un 75% y un 96% de plástico reciclado posconsumo, que es 100% reciclable, mientras que Bloom es un panel fonoabsorbente fabricado con material biológico combinado con una mezcla de fibras naturales y pétalos de flores para llevar la idea de un prado primaveral al espacio doméstico.

El Panel Ecológico® de Saviola se produce a partir de madera reciclada y este año la empresa presentó un panel hecho de madera 100% reciclada.

Se utilizaron plumas de

cojines desechados para crear la silla MC25 — PAF diseñada por Maria Cristina Irvine para Mattiazzi.

Cimento utiliza para sus productos materiales derivados de áridos de desecho. La empresa, que lleva el cemento al entorno doméstico, utiliza residuos de la producción de vidrio y áridos de canteras abandonadas para crear un material muy evocador.

Luego están los materiales hiperresistentes y altamente reciclables como, por ejemplo, el aluminio, utilizado por Ronan Bouroullec en su nueva silla Passage para la empresa española Kettal.

Passage es apilable, con-

dad, Arper fue el responsable de la gran novedad de esta edición del Salone del Mobile. La empresa presentó este año Catifa Carta, que es una reedición del famoso Catifa 53, con una carcasa respaldo-asiento elaborada íntegramente uniendo 29 hojas de papel con un aglutinante de resina natural, en un proceso que involucra fuego.

Una silla que nace de los árboles y regresa a la tierra, ayudando a la primera a crecer convirtiéndose en abono.

### Diseñar para la sostenibilidad

Una segunda opción viable para lograr la sostenibi-



Arper presentó Catifa Carta, que es una reedición del famoso Catifa 53, con una carcasa respaldo-asiento elaborada íntegramente uniendo 29 hojas de papel con un aglutinante de resina natural, en un proceso que involucra fuego.

tando con una estructura íntegramente de aluminio compuesta por patas y reposabrazos, constituyéndose una pieza de aluminio por el asiento. Ligero y extremadamente duradero, el asiento se puede personalizar con otros materiales como cuerda o madera.

En materia de circulari-

dad es diseñar con vistas a simplificar, reutilizar y facilitar la sustitución y el desmontaje al final de su vida útil.

Con esta idea, Magis ha creado Tacito, basado en un diseño de Alessandro Stabile, un aparador con puertas de fieltro sin bisagras pero que se abren y

cierran mediante imanes.

La misma idea de diseño la retoma Very Simple Kitchen, que utiliza componentes estandarizados y menos piezas en sus cocinas para simplificar las sustituciones, reparaciones y desmontajes.

Con el objetivo de crear un sistema fácilmente transportable y personalizable para reducir la huella medioambiental, MDF Italia presentó este año el sofá Array diseñado por Snøhetta.

Array es un sistema de sofás compuesto por pequeños módulos fácilmente transportables y configurables para facilitar el montaje, así como la reposición y eliminación al final de su vida útil.

Sin embargo, el Salón del Mueble de Milán no se compone simplemente de productos. La distribución de los pabellones es una consideración esencial cuando se trata de la búsqueda de la sostenibilidad.

El Salón del Mueble de Milán se compromete a integrar políticas de sostenibilidad en el evento impartiendo a sus empresas directrices para producir instalaciones con el menor impacto posible y diseñadas teniendo en cuenta el reciclaje y la reutilización.

Debonamedeo respondió a este llamamiento montando el stand de Adrenaline, un ‘ágora’ -o lugar de reunión- con columnas flotando desde arriba hechas únicamente con los rollos de papel con los que envasan los tejidos que la compañía utiliza en sus productos.

El mismo principio se aplica al espacio diseñado por Sancal: sin suelo y con tubos de andamio revestidos con una tela hecha a partir de restos del revestimiento que normalmente se utiliza para envolver el acolchado interior.

Eso supuso que no hubiera desperdicio al final de la feria. Finalmente, estaba el espacio diseñado para Knoll por OFFICE con el diseñador de color Salem van der Swaagh y la arquitecta Pernilla Ohrsted: un pabellón que emplea perfiles de aluminio y mamparas de vidrio para recrear un espacio doméstico 100% reutilizable.

Fuente y fotos: Salón del Mueble de Milán.



Exposición internacional

# FIMAR Expo ocurrirá en el marco de “Córdoba, Ciudad del Mueble y del Diseño”

*Durante el mes de mayo la ciudad de Córdoba vivirá un momento cultural histórico. En el marco de “Córdoba, Ciudad del Mueble y del Diseño” se realizarán varios eventos en simultaneo con el objetivo de fomentar el turismo y potenciar la industria del mueble y del diseño en nuestro país. Gacetilla de los organizadores.*

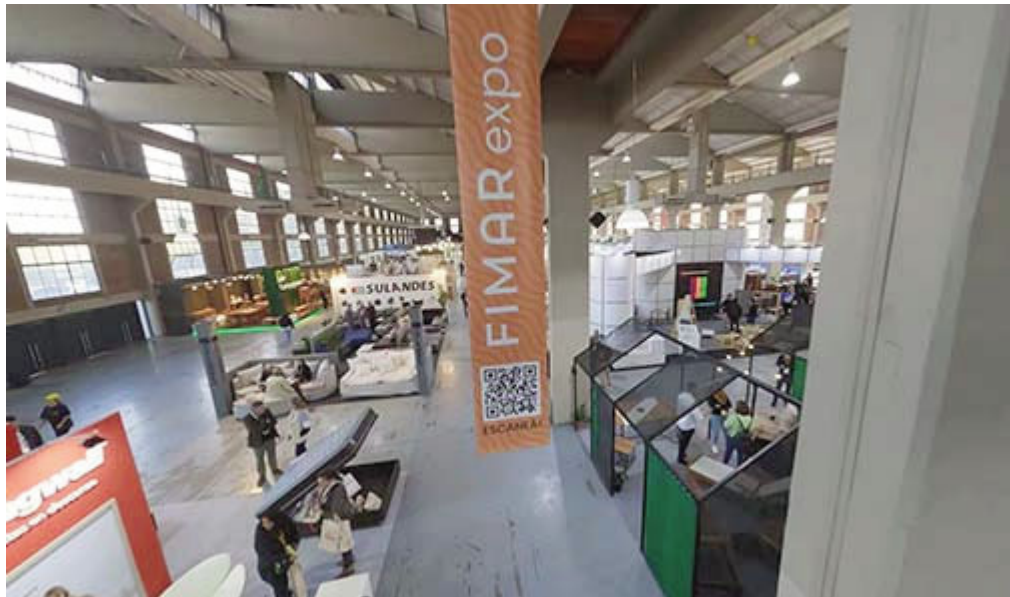
Del 29 de mayo al 1º de junio en Córdoba Capital se realizará FIMAR Expo. Desde hace 18 ediciones, FIMAR Expo es una oportunidad para fortalecer lazos comerciales, ampliar mercados y conocer las últimas tendencias en el sector del mueble.

El evento es organizado por la Asociación del Mueble Argentino y se desarrollará en Forja Centro de Eventos durante cuatro días, donde pequeños y grandes empresarios participaran de rondas de negocios, premiaciones, ventas, y proyectos a futuro.

FIMAR Expo es el mayor encuentro de mobiliario para el hogar, oficina, jardín, hoteles e instituciones dirigida a operadores comerciales y compradores mayoristas.

La feria está consolidada a nivel nacional y alcanza récord de ventas, como en la última edición que se vendieron \$10.000 millones.

Ya confirmaron su parti-



FIMAR Expo se realizará en Forja Centro de Eventos del 29 de mayo al 1º de junio.

cipación Richezze, Innova muebles, Suavestar, Color Living, Sulandes, Selema, Springwall entre otros.

Forja Centro de Eventos cuenta con 10 hectáreas y posee un alto valor patrimonial por ya que conservar la tipología arquitectónica industrial de la década de 1940.

La entrada es gratuita con acreditación para comercios mayoristas /

minoristas, arquitectos y diseñadores, desarrollistas, hoteleros, gastronómicos y profesionales del rubro, red de compra y distribuidores, grandes cadenas retail, locales de artículos del hogar y decoración.

Los requisitos son CUIT o matrícula profesional. Las acreditaciones ya están disponibles ingresando al link: <https://acreditaciones.qreventos.com/fimar/>

También los visitantes

van a poder disfrutar de FIMAR Equipa el 30 y 31 de mayo, en Capitalinas, en el piso 34, destinada al

9 de junio los diseñadores de todo el país expondrán sus productos y compartirán las últimas tendencias en mobiliario argentino.

Si sos diseñador, arquitecto o perteneces a una empresa productora de mobiliario tu proyecto puede ser parte.

Podes inscribirte y formar parte del espacio de exposición completando este formulario: <https://forms.gle/8S8DULWQ5yQUQYuT6>

**Cámaras miembro**  
Integran la asociación siete cámaras del mueble de Córdoba, Santa Fe y Capital Federal:

- CAMMEC, Cámara de la Madera, Mueble y Equipamiento de Córdoba (Córdoba capital);
- CAMAF, Cámara de la Madera y Afines de San Francisco (San Francisco, Córdoba);
- CM, Cámara de la Madera y Afines de

Río Cuarto (Río Cuarto, Córdoba);

- CIMA, Cámara de la Industria de Maderera y

mera semana de abril, al incorporar a la rosarina Cámara de la Madera del Litoral. Desde la Asociación señalaron: “Le damos la bienvenida a la Cámara de la Madera del Litoral (CML) como nueva socia. Estamos orgullosos de contar con su apoyo y seguir sumando fuerzas. Su incorporación se suma a las seis cámaras del sector que ayudan a promover la industria del mueble”.

Participaron del encuentro realizado en Rosario el presidente de la Asociación, Gustavo Viano; el secretario, Fabián Parada; y la directora ejecutiva, Alejandra Adorno.

También participaron del evento Rolando Gauna y Horacio Ciarlo, representantes de CAMARC, Cámara de la Madera y Afines de Río Cuarto. Y los siguientes integrantes de CML: el presidente, Federico Giovagnoli; el secretario, José de Santos; la prosecretaria, Carolina Carrone; el tesorero, Guido Sermoneta; el prosecretario, Matías Benetti; los vocales, Sebastián Impallari, Diego Sermoneta y Agustín



La feria es una oportunidad para fortalecer lazos comerciales, ampliar mercados y conocer las últimas tendencias del rubro.

equipamiento de cocina, de oficinas, o bien a lo relacionado al final de obra (albañilería, electricidad y plomería).

Por otro lado, se realizará el Salón del Mueble Argentino en el Museo Metropolitano de Arte Urbano, ubicado en pleno corazón de Nueva Córdoba. Por primera vez la exposición más importante del diseño de muebles en Argentina tendrá como escenario el M.M.A.U

Entre el 29 de mayo y el

Afines de Cañada de Gómez (Cañada de Gómez, Santa Fe);

- CAFYDMA, Cámara de los Fabricantes de Muebles, Tapicería y Afines (Capital Federal);
- CEMA, Cámara de Empresarios Madereros y Afines (Capital Federal);
- Cámara de la Madera del Litoral (Rosario, Santa Fe).

**Se incorporó un nuevo socio: Cámara de la Madera del Litoral**

La Asociación del Mueble Argentino sumó un nuevo socio en la pri-

Boggione, y el socio Hernán Guidi. De esta manera, la Asociación del Mueble Argentino quedó conformada por siete cámaras empresarias de la industria del mueble: CAMMEC, CAMAF, CM, CIMA, CAFYDMA, CEMA y CML.

Redes sociales:

@asomar.ok

@fimaroficial

Fuente y fotos: Asociación del Mueble Argentino.

**D&F Muebles**  
Diseño y fabricación de muebles

**MERCADOS**

- Vietnam Superó a China en 2020 como el mayor exportador de muebles a EEUU.
- La industria del mueble en América latina: perfil de algunos países seleccionados.
- Producción industrial PYME de madera y muebles cayó en julio 14,6 por ciento.

**Empresas en Línea .....**

- CADESA
- EI EUROHARD
- M. CASEROS
- EGGER
- TORNILLOS CASER
- HERRAJES ARB
- MIRO
- Cebe
- DORKING CLAVOS Y GRAMPAS
- FRUND STARK
- FA PLAC
- Sanla



Lanzamiento

## EGGER presentó su nueva Colección Decorativa para mobiliario e interiorismo

EGGER lanzó el 1° de marzo en América latina la nueva Colección Decorativa 24+ para profesionales, quienes día a día eligen los tableros decorativos a base de madera para sus proyectos de mobiliario e interiorismo. La colección incluye 65 diseños e innovadoras texturas en línea con las tendencias mundiales. Fuente: EGGER.

Colección Decorativa 24+ de EGGER incluye el lema "Time for more" y propone nuevos diseños y texturas en línea con el concepto de Simplicidad Redefinida.

Lejos de proponer el minimalismo aséptico e inaccesible de años anteriores, combina estilo, materiales y diseño para crear espacios acogedores, cálidos, confortables y personales.

Luego de casi cuatro años la compañía renovó su colección a nivel mundial y el equipo de Argentina fue el responsable de hacerlo para la región.

Se presentaron 65 diseños de tableros decorativos, con una amplia variedad de reproducciones en diseños de maderas, colores metálicos, textiles y piedras.



La Colección 24+ de EGGER propone nuevos diseños y texturas en línea con el concepto de Simplicidad Redefinida.

tecnología de poro sincrónico que recrea la veta natural de la madera.

Está disponible en los diseños H1367 Roble Casella natural claro,

con nuevos tonos y vetas para obtener una variedad de 27 diseños que van desde tonos muy claros y maderas blancas, tonos medios y cálidos, así como

minación sobria y elegante.

Para quienes buscan materiales que brinden calidez se suma el textil F422 Lino Blanco, que complementa las otras propuestas disponibles en tonos tierra y gris.

Y si lo que se desea es incorporar materiales rús-

ticos y naturales las piedras y concretos son una alternativa que en esta Colección está contemplada con la F206 Pietra Grigia negra y el F187 Hormigón Chicago Gris oscuro.

Los 56 diseños de producción local se complementan con los 9 diseños importados, entre los que se encuentran los 5 diseños Feelwood y los Tableros Laqueados Perfectsense disponibles en blanco y negro con acabado alto brillo y mate.

Esta colección se creó con el concepto de Cápsulas, que, a través de diferentes temáticas o estilos, se proponen combinaciones que reflejan la versatilidad de los diseños.

### Nuevos servicios

La Colección Decorativa 24+ renueva las herramientas y servicios para facilitar el trabajo diario de los arquitectos, diseñadores y carpinteros.

La caja contiene muestras de los unicolores y materiales en 0,85 x 0,85 cm y el nuevo formato de 13,5 x 0,85 cm para los diseños madera.

Para vincular las herramientas físicas y digitales cada muestra cuenta con un código QR que se puede escanear para obtener más información del producto, disponibilidad, vista 3D.

Además, desde la App o Web, ingresando con el usuario myEGGER, se pueden solicitar muestras A4 de los diseños y observar así la veta y características en gran tamaño.

### Eventos

Como parte de las acciones para dar a conocer la Colección Decorativa 24+ EGGER realizó un evento en Buenos Aires junto a arquitectos y diseñadores, donde pudieron conocer las novedades de la Colección y compartir un momento agradable entre colegas.

Esta misma metodología se repetía en Córdoba y Tucumán, y del 18 al 22 de marzo, con motivo de la semana del carpintero, se realizaban encuentros en la Red EGGER Haus, que cuenta con 43 puntos de venta en Argentina y Uruguay.

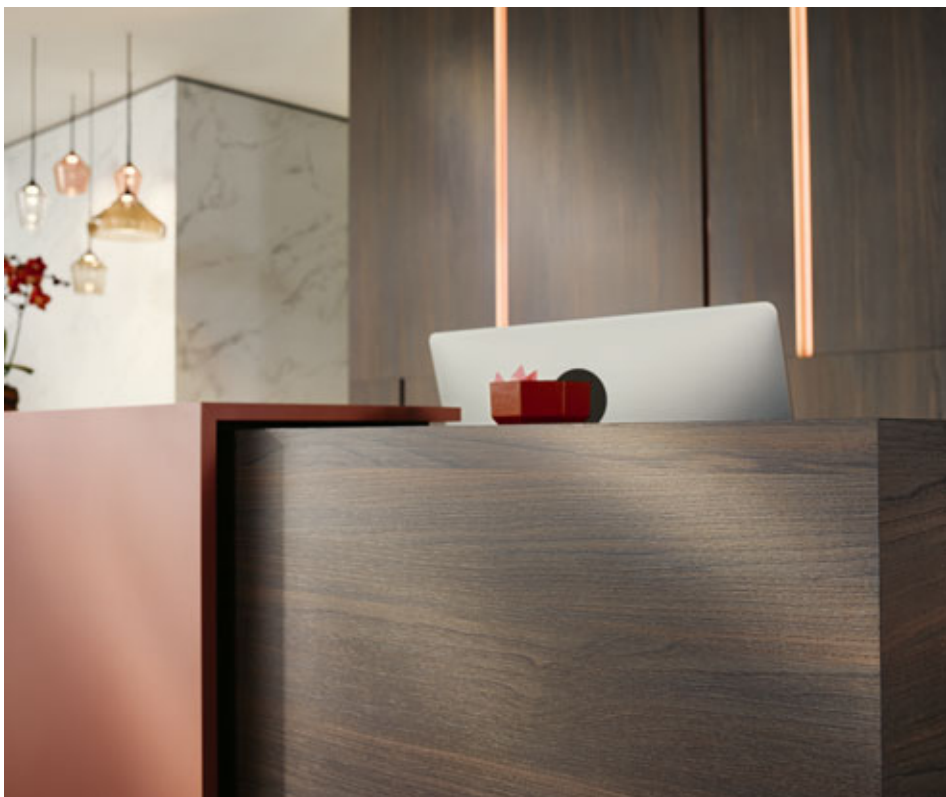
El muestrario se puede solicitar escribiendo a [sc.ar@egger.com](mailto:sc.ar@egger.com)

Para ver todos los productos y recibir asesoramiento técnico pueden acercarse a la amplia Red de Distribuidores y EGGER Haus en todo el país.

Más información en [www.egger.com](http://www.egger.com)

Instagram: [@eggerlatam](https://www.instagram.com/eggerlatam/)  
<https://www.instagram.com/eggerlatam/>

Fuente y fotos: EGGER.



Luego de casi cuatro años la compañía renovó su colección a nivel mundial y el equipo de Argentina fue el responsable de hacerlo para la región.

### Superficies auténticas

Una de las novedades de la Colección es la incorporación de la Textura ST40, cuya principal característica es el aspecto mate sobre mate y el muy bajo nivel de brillo, que hace que las superficies se vean muy auténticas.

La textura ST40 es parte de la línea Feelwood, con

H1369 Roble Casella marrón oscuro y H1386 Roble Casella marrón.

Y representa un estilo natural, sofisticado y auténtico en línea con la tendencia de sencillez y estilo escandinavo.

Además, como las maderas son un infaltable en el interiorismo, se incorporaron propuestas

maderas oscuras y negras.

### Diseños metálicos

Otra novedad para quienes gustan del estilo más moderno y elegante son los diseños metálicos, muy elegidos para otorgar detalles en el ambiente.

La textura aplicada sobre los tonos oro, cobre e incluso negro de la Colección logran una ter-

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](mailto:ventas@dorking.com.ar)  
[www.dorking.com.ar](http://www.dorking.com.ar)






## Los mejores trucos para diseñar espacios de estudio en la vuelta al cole

*Diseñar espacios de estudio confortables para favorecer los procesos de enseñanza y aprendizaje, en épocas de vuelta al cole, requiere de aliados para optimizar centímetros. Fuente: Häfele.*



Los productos de Häfele pueden colaborar para optimizar espacios en el hogar.

Con la vuelta al colegio nos preparamos: útiles, uniformes, libros.

La puesta a punto de los espacios de estudio no siempre está presente en el check list de los padres.

Sin embargo, es fundamental crearles a los estudiantes un ambiente que resulte en aliado del aprendizaje y que los motive a terminar con las tareas que traen de sus rutinas escolares.

El confort facilita la concentración, lo que luego se verá reflejado en el desempeño académico y en el bienestar general.

### Optimizar espacio

Cuando los metros cuadrados en el hogar son limitados, aparecen los desafíos para optimizarlos. Y aquí Häfele es experto en la materia.

- Cloffice

La palabra viene de juntar "closet+office".

Se trata de crear una oficina/ escritorio dentro de un armario, o en un rincón que luego pueda cerrarse por completo y pasar inadvertido.

- Hoffice

Aquí juegan las palabras "Home+ office".

Cuando trabajamos desde casa y contamos con un espacio de oficina que bien pensado, puede transformarse y multiplicar los espacios de estudio/ trabajo.

Para crear estos ambientes existen sistemas inteligentes de diseño y gadgets que facilitan la tarea.

**Clima**

Lo primero es sentirse a gusto en el espacio. Y la música puede ser un gran recurso para fomentar la atención y aislarse de las distracciones exteriores.

Häfele cuenta con un sistema inalámbrico e invisible, que utiliza las superficies como vehículo para amplificar el sonido.

### Iluminación

La luz afecta el estado de ánimo, por lo que contar con una iluminación ambiental y puntual para estudiar es fundamental.

Las tiras LED y las lámparas flexibles hacen un dúo inseparable a la hora de pensar el espacio.

### Equipamiento

El equipamiento debe brindar confort, por ello es importante elegirlo a conciencia y considerar la altura de un escritorio o del monitor.

Ellipta es un brazo orientable para pantallas planas que posee además cuatro conexiones USB en la base.

### Conectividad

Para los que estudian con computadoras o dispositivos es clave contar con estaciones de carga.

Existen enchufes de USB que pueden instalarse en el equipamiento, incluso algunos son por inducción.

Y para los que odian los cables a la vista, pueden optar por organizadores de cableado que son guías verticales en forma de espiral que los ordenan y

ocultan.

### Orden

Mantener el espacio ordenado es una condición para disminuir las distracciones, sobre todo de los más pequeños, pero de los adolescentes y adultos también.

Por eso es un "must" contar con espacio de guardado.

Los cajones con grandes dimensiones facilitan la tarea de poner a punto el escritorio en pocos minutos, eliminar de la vista todos los elementos innecesarios, antes de comenzar con el estudio o la tarea.

### Showrooms

Fernanda Smith, gerente de marketing y producto de Häfele Argentina, dijo:

- "Contamos con dos showrooms exclusivos creados especialmente para que el usuario pueda experimentar cada una de estas soluciones, y 18 showrooms de nuestra cadena de distribuidores por todo el país;

"Además de un equipo de expertos en optimización de espacios que orientan con asesoramiento personalizado a cada proyecto;

- "La forma en que vivimos y habitamos cambia permanentemente. Nuestro desafío es estar atentos para acompañar a las personas a vivir mejor en sus hogares y oficinas".

Fuente y foto: Häfele.

## Color Pantone para 2024: piel durazno que inspira calma y conexión

*Como antídoto de la agitación que produjo 2023, Pantone eligió para 2024 el tono piel de durazno. Más que un color, una invitación a la reflexión, la calidez y la conexión humana en tiempos de caos. Fuente: El Planeta Urbano-Página/12.*



Color piel de durazno se propone como "sincero, bondadoso, suave y aterciopelado", para dar "respiro, creatividad y conexión humana en medio del ajetreo y el ruido de la vida moderna"

Frente al agitado 2023, donde guerras y crisis sacudieron al mundo, la empresa internacional experta en color Pantone, con la intención de promover la calma, la reflexión y la contemplación, determinó al Peach Fuzz como el color indicado para este año.

Caracterizado como un tono piel de durazno, sincero, bondadoso, suave y aterciopelado, este color propone abrazar y fortalecer a nuestro yo interior y encontrar momentos de respiro, creatividad y conexión humana en medio del ajetreo y el ruido de la vida moderna.

Leatrice Eiseman, la directora ejecutiva del Pantone Color Institute, explicó:

- "Buscábamos una tonalidad que expresara nuestro deseo innato de cercanía y conexión, así que escogimos este color radiante que rebosa calidez y elegancia moderna;

- "Es un color que despierta la empatía, nos arroja en un abrazo que casi podemos sentir y aún con toda naturalidad lo juvenil con lo impercedero".

### Una invitación al auto descubrimiento

Con el objetivo de dejar atrás el Viva Magenta, un

color estridente e incierto que nos acompañó durante 2023, el nuevo tono, sutilmente sensual, cálido y acogedor, propone recordar que lo vital para vivir una vida plena es tener buena salud, resistencia y fuerza para disfrutarla.

Ubicado entre el rosa y el naranja, posee una suave ligereza y presencia aireada nos elevan hacia el futuro.

El filósofo Byul Chul Han, quien describe la importancia de la pausa entre tanto ajetreo y, le da sentido a la definición de Peach Fuzz como color clave para este nuevo año:

- "Hemos olvidado que la inactividad, que no produce nada, constituye una forma intensa y esplendorosa de la vida. Lo que vuelve auténticamente humano al hacer es la cuota de inactividad que haya en él;

- "Sin un momento de vacilación o de interrupción, la acción se rebaja a ciega acción y reacción. Sin calma, se produce una nueva barbarie", definió.

### Color consumo

Por su parte, a nivel sensorial el Peach Fuzz nos inspira a querer instintivamente extender la mano y tocar, transmitiendo un

mensaje de tactilidad que se manifiesta en texturas gamuzadas, aterciopeladas, acolchadas y peludas, lujosamente calmantes y suaves presentado un enfoque fresco hacia una nueva suavidad.

Este nuevo color se hace presente en las pasarelas, maquillaje, decoración de interiores y tecnología. Marcas como Balmain, Alaïa, Patou o Missoni ya lo adelantaron en sus últimos looks.

Por su parte, Motorola posee una alianza inquebrantable con Pantone y sus nuevos modelos Razr y Edge ya vienen en ese color. Asimismo, Pinterest se inundó de opciones para maquillaje y decoración puro Peach Fuzz.

Siendo fortalecer los vínculos y la comunidad uno de sus objetivos primordiales, Pantone 13-1023 Peach Fuzz permite recalibrar nuestras prioridades para alinearlas con nuestros valores internos, poniendo en foco la salud y el bienestar, tanto mental como físico, y apreciando la calidez y comodidad de pasar tiempo con amigos y familiares.

Fuente y foto: El Planeta Urbano-Página/12.



# Nueva planta industrial de Frund, una empresa con historia en Rafaela

La nueva planta industrial de Frund Stark S.A. está ubicada desde diciembre pasado en el Parque de Actividades Económicas de Rafaela, Santa Fe, informaron fuentes de la empresa.

La historia de la empresa comienza en Rafaela a fines de la década de 1930 cuando su fundador, Alfonso Frund, instaló un taller para afilar herramientas de carnicería.

En 1961, con el fallecimiento de Alfonso, su hijo Alexis Gabriel Frund se retiró de su trabajo en una fábrica de caramelos para asumir la responsabilidad del taller.

Con el empuje de su juventud e iniciativa le otorgó a la empresa, de carácter unipersonal, el alcance regional.

En el transcurso de su gestión incorporó nuevos rubros como el afilado de herramientas para metal, papel y madera.

### Tercera generación

Con el paso del tiempo, en 1987 el hijo de Alexis, Osvaldo Frund, tomó la decisión de abandonar su trabajo en una fábrica de calderas e incorporarse a la empresa junto a su padre para continuar el taller familiar.

Sus nueve años de experiencia previa le aportaron conocimientos acerca de la organización de empresas familiares y esto le permitió implementar nuevas estrategias.

Durante 1992, Osvaldo tuvo la oportunidad de visitar una feria de la industria de la madera en Europa.

A su regreso, aplicando lo aprendido, desarrolló un plan para importar



Frund Stark es líder en el mantenimiento, reparación, fabricación y comercialización de herramientas de corte para madera, aluminio, PVC y metales.

máquinas innovadoras con el fin de realizar el mantenimiento de herramientas de corte.

Esto le permitió a la empresa comenzar a captar nuevos clientes. Ese mismo año, contrataron al primer empleado.

Para entonces, se habían profundizado los objetivos de Frund: no sólo consistían únicamente en brindar servicios de mantenimiento, sino que también surgió la idea de comercializar productos.

### Sociedad con Stark

Por este motivo, en el año 1996 se contactó con la firma Stark de Udine (Italia) para comenzar a vender sus herramientas y maquinarias en Argentina.

Con el tiempo, la rela-

ción entre Frund y Stark comenzó a volverse más cercana hasta que, en el año 2001, se asociaron para formar la firma Frund Stark.

La sociedad se consolidó en medio de una fuerte crisis económica, que pudo superarse, ya que se trataba de una empresa pequeña, conformada por siete empleados, pero financieramente sólida.

Esto permitió continuar apostando al futuro, mediante la compra de máquinas de empresas que cerraban.

La organización logró ubicarse en una posición privilegiada dentro del mercado nacional y ser conocida en otras partes del mundo, por contribuir al acceso de la frontera

Hoy Frund Stark es líder en el mantenimiento, reparación, fabricación y comercialización de herramientas de corte para madera, aluminio, PVC y metales.

Con un equipo de trabajo conformado por más de treinta personas, se encargan de elaborar una amplia gama de herramientas para controles numéricos y sierras circulares HM especiales. A su vez, ofrecen una gran variedad de herramientas y de marcas de la comunidad europea, que comercializan en Argentina.

Actualmente, Frund Stark SA se encuentra en un profundo proceso de cambio, con la transición de la cuarta generación (los hijos de Osvaldo Frund) hacia la Dirección de la empresa familiar.

Se continúa el camino firme hacia la mayor profesionalización, con la incorporación de jóvenes estudiantes de distintas carreras universitarias mediante convenios de pasantías, a fin de que contribuyan a la mejora de los procesos de trabajo.

Apostando al futuro y realizando una gran inversión para avanzar y crecer en espacio y profesionalismo, en diciembre de 2023 la empresa se mudó a la nueva planta industrial ubicada en el Parque de Actividades Económicas de Rafaela (PAER).

Allí, cuentan con 2.312 metros cuadrados cubiertos y un total de 31 personas trabajando.

La historia de Frund Stark SA no se detiene... desde el pequeño taller del fundador, hasta la moderna industria internacional en que han logrado proyectarse, son un claro ejemplo de empresa familiar que crece con trabajo, empuje y determinación.

Desde el corazón productivo de la provincia de Santa Fe, con la mirada puesta en el mundo.

Fuente: Historias de Vida: libro azul, nuevos relatos I, autoría de Eduardo Gays, Edgardo Gonella y Omar Berrocal. Primera edición, publicada en 2014 por la Asociación de Industriales Metalúrgicos de la República Argentina en CABA.

Foto: Gentileza Frund Stark.

### Líder en su rubro

The screenshot shows the D&F Muebles website interface. At the top, there's a navigation menu with 'INICIO', 'NOTICIAS', 'FERIAS Y CONGRESOS', 'MERCADOS', 'DISEÑO', 'EMPRESAS', 'PRODUCTOS', and 'MÁS'. Below the menu, there's a 'MERCADOS' section with several news cards. One card features a red star and text about Vietnam's exports to China in 2020. Another card shows a bar chart of furniture sales. A third card discusses the furniture industry in Latin America. Below the news cards, there's a 'SELO DE RESPALDO' logo. At the bottom, there's a section titled 'Empresas en Línea' with logos for various companies including CADESA, EUROHARD, M. CASEROS, EGGER, HERRAJESARB, MIRO, Cebe, DORKING, FA PLAC, and Sanla.

The advertisement for HERRAJES SAN MARTIN features a blue and purple background. It includes a QR code in the center, social media icons for Instagram and YouTube, and the text 'Más de 3.000 herrajes y accesorios para muebles y arquitectura.' At the bottom, there are icons for 'Cuotas sin interés' and 'Envíos a todo el país', along with the website 'herrajessanmartin.com' and the phone number '11 5106 - 4978'.



## Breves

### Aumento de tarifas energéticas “nos va a ahogar”, dijo un carpintero formoseño

Por el aumento de tarifas energéticas, “no sé si vamos a poder seguir trabajando”, dijo un fabricante de muebles ubicado en Pirané, Formosa. Fuente: AgenFor. Marcos Giménez, propietario de la carpintería y aserradero San Antonio, se mostró preocupado por incremento en las tarifas eléctricas nacionales -que se estima alcanzaría el 300%- , al señalar: “No sé si vamos a poder seguir trabajando”.

San Antonio construye muebles -incluyendo amoblamiento escolares- y otros trabajos con madera. Más allá de los números, detrás de estas medidas nacionales está el rostro humano de las personas que son perjudicadas. Como es el caso del emprendedor Marcos Giménez, quien tiene su carpintería en la localidad de Pirané y se mostró preocupado por la posibilidad de un tarifazo en la luz, que se estima puede aumentar hasta un 300%. “Trabajamos 8 o 10 horas diarias, nuestro consumo energético es alto durante todo ese tiempo y, si nos aumentan un 300%, nos ahogan. Por ende, no podríamos trabajar el tiempo que necesitamos”, dijo Giménez, quien emplea a una decena de trabajadores. La preocupación de Giménez es sólo una muestra de cómo todo el sector empresario de Formosa se encuentra movilizado ante un feroz aumento tarifario.

La Resolución 7/24 de la Secretaría de Energía de la Nación ha fijado nuevos montos para el Mercado Eléctrico Mayorista (MEM) que impactaban en las boletas de marzo. “Hacemos responsable al presidente de la Nación (Javier Milei) sobre lo que pueda llegar a suceder, porque esta es la destrucción de las PyMEs”, consideró el presidente de la Federación Económica de Formosa, Enrique Zanín. Giménez indicó que un aumento de esa magnitud “es inentendible. Si se llega a aplicar no sé cómo podré seguir trabajando, y tampoco veo un interés del Gobierno nacional ante la situación en la que quedamos los trabajadores”. La carpintería de Giménez se dedica a la confección de muebles, incluyendo amoblamiento escolares y trabajos con madera en general, por lo que precisa acumular la materia prima que conlleva costos que de por sí crecieron 100%.

Un aumento de 300% en la tarifa de luz provocaría a su vez que deban incrementar sus precios para intentar solventar -al menos un poco- los costos. El empresario del mueble agregó:

- “No sólo perjudican a mi rubro, va contra toda la sociedad;
- “Al ritmo que aumenta todo, nuestro producto queda

en un desfasaje total. Los insumos aumentan todos los días y nosotros cada 40 días podemos pensar si incrementar un 5% o 10% nuestro producto;

- “Si aumentamos al ritmo de nuestros insumos directamente, dejamos de vender ¿Y cómo haríamos si a eso le sumamos un aumento de 300% de luz? La necesitamos sí o sí para trabajar;

- “Sin la energía eléctrica no somos nada como negocio”. Para colmo, los proveedores “no quieren vender los insumos, por temor a perder”;

- “Desde muy chico trabajo con la madera, hice cursos, me capacité y así me formé en este oficio y logré ser dueño de mi negocio;

- “(Instó al presidente, Javier Milei, a ser) “más descendiente con los trabajadores y con las pequeñas empresas. No sé si las grandes sufrirán todo esto, pero las PyMEs estamos muy jugadas con toda la situación”.

Fuente: Agencia de Noticias de Formosa.

### Juan Pazo pasó de Secretaría de Industria a Secretaría de Desarrollo Productivo y Bioeconomía

A través del Decreto 310/2024 de mediados de abril, el Ministerio de Economía oficializó los cambios en su estructura. De esta manera, Juan Pazo pasó de secretario de Industria a secretario de Planeamiento y Gestión para el Desarrollo Productivo y de la Bioeconomía. De esta manera se terminó de organizar el organigrama del Ministerio de Economía y Pazo ganó terreno, informó Agrofy News.

Cabe destacar que Pazo es el hombre fuerte en la cartera. Cercano a Caputo, el secretario tomó atribuciones referidas al sector agropecuario. En las reuniones claves, es él quien está como representante del ministro. Por su parte, Fernando Vilella oficializó su cargo como secretario de Bioeconomía. El académico viene golpeado por la salida de diferentes funcionarios bajo su mando, pero logró el cambio de nombre de la cartera. Según el organigrama,

Pazo está al frente de la cartera que debe asistir al ministro en la determinación de los objetivos y las políticas para la industria y el comercio, las pequeñas y medianas empresas, los emprendedores y la economía del conocimiento; y la bioeconomía, agricultura, ganadería y pesca y en la coordinación de la gestión operativa de dichas áreas. Además, debe articular la planificación y seguimiento de los planes, programas y proyectos estratégicos.

También participar en el diseño, implementación y evaluación de la política de simplificación y desburocratización que afecte a los sectores productivos, y a los sectores de la bioeconomía, agricultura, ganadería y pesca, en coordinación con las áreas de la Administración Pública Nacional con competencia específica en la materia.

Por otra parte, asiste en la definición y planificación de las políticas de desarrollo de las estructuras productivas regionales o provinciales y de la mejora de la competitividad de las mismas, con perspectiva federal. Y debe participar en las relaciones, negociaciones y representación del país con bancos y organismos multilaterales y bilaterales de crédito y de asistencia técnica para el desarrollo. En cambio, Vilella debe elaborar y ejecutar planes, programas y políticas de producción, tecnología, calidad y sanidad en materia agropecuaria, pesquera y forestal.

También promover la utilización y conservación de los agro-ecosistemas y recursos naturales destinados a la producción agropecuaria, pesquera y forestal a fin de promover el desarrollo económico del sector, incluyendo la diferenciación y el valor agregado en su transformación. Vilella debe supervisar el funcionamiento de Senasa e INTA y los proyectos que se llevan a cabo. Por otra parte, tiene que intervenir en el control de la aplicación de los marcos regulatorios y el cumplimiento de las prestaciones de los servicios públicos del sector agropecuario que son brindados por el sector privado.

### Industria 5.0 emerge como protagonista de Xylexpo 2024, del 21 al 24 de mayo

Xylexpo se llevará a cabo del 21 al 24 de mayo en los pabellones 1 y 3 de FieraMilano Rho, informó Notifix. Este evento bienal, centrado en la madera y la maquinaria

para trabajar la madera, ya ha atraído a más de 260 expositores, con un tercio de ellos internacionales. Este año, Xylexpo 2024 explorará soluciones de Industria 5.0, reflejando los recientes incentivos para las empresas italianas. Estas empresas ahora pueden beneficiarse de incentivos fiscales de hasta el 45% en inversiones que cumplan con criterios específicos en transformación digital y sostenibilidad.

“Esta es una oportunidad excepcional para nuestra industria”, señaló Dario Corbetta, el director de la exposición. La lista de expositores incluye empresas prominentes tanto globales como locales como Felder, Nanxing Machinery, KDT, Grupo SCM y Grupo IMALPAL, mostrando lo último en tecnología de procesamiento de madera desde las etapas iniciales de producción hasta las soluciones de acabado avanzadas. Con poco más de un mes hasta que el evento abra sus puertas, Xylexpo está posicionado para ser un evento de referencia en el panorama ferial global. Cubriendo 25.000 metros cuadrados, ofrece una visión integral del estado del arte en tecnología de madera y muebles.

“El momento es perfecto, dadas las nuevas medidas de la Industria 5.0. Es una oportunidad particularmente atractiva para los actores italianos en un mercado que vale más de mil millones de euros”, agregó Corbetta. Los expositores demostrarán cómo sus innovaciones se alinean con los últimos requisitos de sostenibilidad, proporcionando a los visitantes una visión del futuro de la tecnología de la madera. El evento no solo muestra avances tecnológicos, sino que también sirve como una plataforma crucial de networking para que los profesionales de la industria fomenten negocios e innovación. Fuente: Notifix.

### González Tudanca lanzó al mercado un tarugo de 5 milímetros de diámetro para placas finas

La empresa González Tudanca lanzó al mercado tarugos estriados de 5 milímetros de diámetro. El producto es apto para uso en placas finas de hasta 9 milímetros. Con 45 años de experiencia en la fabricación de tarugos de madera, la empresa Gonzalez Tudanca ha lanzado al mercado tarugos especialmente diseñados para su aplicación en placas finas. De esta manera, es la única empresa del país que ha incursionado en la fabricación de tarugos estriados de 5 milímetros de diámetro, ideal para placas finas de hasta 9 milímetros. La empresa González Tudanca, fundada en 1978, ha tomado como actividad principal la fabricación de tarugos de madera. Con el tiempo ha logrado cumplir con las Normas DIN 68150 AM y también se ha adaptado a la modificación realizada por la comisión normalizadora NHM-4.27. En 1985, incorpora la producción de varillas cilíndricas, barrales y accesorios de madera para cortinados. Tomando siempre como prioridad la calidad en sus productos, luego sumó artículos como conos centradores y ménsulas.

### Servicios representan el 25% de facturación total del sector de maquinaria

Los exhaustivos análisis del observatorio “Servitización digital en el sector de la maquinaria” realizado por Digital Industries World, presentados el 11 de abril de 2024, ofrecen una comprensión detallada de la importancia de las actividades de servicio dentro del panorama económico del sector de la maquinaria. Derivados de una encuesta meticulosa llevada a cabo en colaboración con destacados actores de la industria, estos hallazgos arrojan luz sobre varios aspectos de la digitalización y la prestación de servicios. Especialmente relevante es que los datos subrayan que las actividades de servicio contribuyen aproximadamente con el 25% al volumen de negocios total del sector de maquinaria, con diferencias notables en la madurez digital entre las grandes empresas y las PyMEs.

Además, la presentación destacó proyecciones que indican que se espera que los servicios digitales jueguen un papel cada vez más crucial en las decisiones de compra de maquinaria durante los próximos tres años, señalando un cambio significativo hacia una mayor digitalización dentro de la industria. Estos conocimientos no sólo proporcionan una valiosa hoja de ruta para la transformación digital dentro del sector, sino que también enfatizan

## 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](mailto:dfediciones@maderamen.com.ar)

Tirada: 4000 ejemplares 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”

**31 Años de Vida Editorial**



áreas específicas que requieren atención centrada para impulsar un crecimiento sostenido y una innovación continua.

**Fuerte Incremento de exportaciones brasileñas de aglomerado en primer trimestre de 2024**

En el primer trimestre de 2024 (1T-2024), el valor de las exportaciones brasileñas de tableros de partículas (PB/MDP) totalizaron US\$ 30,67 millones, marcando un importante aumento del 35,3% en comparación con el mismo período del año anterior, cuando las exportaciones ascendieron a US\$ 22,67 millones. Durante el 1T-2024, el valor de las exportaciones brasileñas de PB/MDP a China alcanzó los USD 8,65 millones, lo que representa un aumento sustancial del 123,4%. Este aumento impulsó a China a convertirse en el principal destino de las exportaciones de tableros de partículas brasileños durante el período, superando a Colombia. Colombia fue el segundo mercado de exportación para el PB/MDP brasileño en el 1T-2024, con despachos por un total de USD 7,44 millones, lo que refleja un sólido aumento del 30,1% en comparación con los USD 5,72 millones del 1T-2023.

Por su parte, Perú se mantuvo como el tercer mercado externo más importante para los tableros de partículas brasileños en el 1T-2024, con exportaciones que alcanzaron un valor de USD 5,12 millones. Esta cifra representa una mejora del 25,3% en comparación con el mismo período del año anterior, cuando las exportaciones alcanzaron USD 4,08 millones. Entre los estados brasileños, Rio Grande Do Sul fue el principal exportador de PB/MDP en el 1T-2024, con exportaciones por valor de USD 12,03 millones, superando las exportaciones de Santa Catarina de USD 11,31 millones. Sao Paulo le siguió con USD 4,70 millones.

Disertación

# Profesionalización de empresas de dueños, etapas y desafíos

De pag.: 7

da de valor.

Datos de Estados Unidos -no hay datos de Argentina- dicen que un tercio transiciona a la segunda generación. Es muy poco. En los últimos cinco años esa proporción fue disminuyendo porque los más jóvenes no quieren seguir con el negocio. Y ésa es la tendencia.

Es una gestión muy pobre del traspaso.

Tres obstáculos:

- 1- Se evita pensar hablar de la sucesión;
- 2- Falta de preparación de una segunda generación;
- 3- Ausencia de sucesores, lo que obliga a venta o adopción de managment profesional.

Es un peligro muy gran-

de que atenta contra las organizaciones y los sectores de actividad.

Yo hice una investigación con sucesores y herederos argentinos de segunda y tercera generación de empresas pequeñas y medianas.

Ellos ven los siguientes problemas: dificultad para

traer nuevos profesionales; resistencia al cambio de la generación que está en el poder; choque con el sistema de creencias; dificultad de los más grandes para adaptarse a la tecnología; barreras en el acceso a la información; resistencias a las nuevas formas de trabajo, como el trabajo flexible y el trabajo remoto.

En cualquier otro país pasa lo mismo.

Como síntesis, hay que dar el salto para que la empresa no pierda valor. Hay que profesionalizar. Y la única forma de profesionalizar es con planes.

Y lo otro es el eslogan que tiene el libro: "Nuestras empresas no cambian si nosotros no cambiamos". Finalmente, es un proceso de cambio personal.

Fotos: D&F Muebles (captura de YouTube) y gentileza El Salto del Dueño.

**ANUARIO 2024**

*La huella del carbono*

agua, emisiones, combustible, electricidad, personal, gas, transporte, grado de reciclado, grado de ahorro, basura

**Valor Agregado**  
La Industria Maderera en Cifras  
1991-2023  
32 años difundiendo las actividades forestal, maderera y del mueble nacional e internacional

**Vigésima Séptima Edición**



Entrevista exclusiva

# Se relanzó Proyecto Deseo, en la búsqueda de posicionar al mueble argentino

De pag.: 11

fijándome cómo hacer más eficientes mis materiales. No ir a un producto malo, pero sí tratar de generar productos con menos costos para llegar a toda la población. O cómo voy a hacer productos que sean más competitivos para mercados extranjeros,

siempre teniendo en cuenta que hay que diferenciar productividad de competitividad. Esto es muy importante marcarlo. Proyecto Deseo es una gran oportunidad para mostrar que el empresario del mueble está invirtiendo su dinero para innovar, para generar más producti-

vidad. Que tiene altos niveles de productividad. Vos entrás a muchas fábricas del mueble y tienen las mismas máquinas que en otros países del mundo; tienen empleados con la misma calificación, tienen los procesos productivos igual de tecnificados. Y después entra a jugar la

competitividad, que muchas veces tiene que ver con factores que son externos a la unidad productiva. Y está bueno también que Proyecto Deseo sea también una muestra de los niveles de productividad (enfatisa) que tiene una fábrica, que tiene el sector. Y que, en todo caso, tam-

bién sea una demostración de todo lo que hay que cambiar en cuanto a competitividad.

- ¿Tienen contacto con funcionarios a cargo del sector PyMEs? ¿Ellos pueden colaborar con Proyecto Deseo o no tienen contacto con nadie?

- No, por ahora no hay mucho contacto. Espero que lo haya en breve. Si queremos que todo el sector privado, toda la cadena de valor, y todo el sector público sean parte de Proyecto Deseo. Queremos que la

Cancillería, la Agencia Argentina de Inversiones y de Comercio Internacional, las secretaría de Industria y PyME sean parte de Proyecto Deseo. Porque esto tiene que ser un proyecto que posicione al sector y haga crecer la comercialización, la productividad y la competitividad del sector en el país y en el mundo. Queremos que se generen más puestos de trabajo, más exportaciones.

- ¿Cuál es tu evaluación de la producción local en términos de posibilidades de exportar más? ¿Hay posibilidades reales de volver a darle un impulso exportador, siendo que el mercado interno está poco demandante?

- Yo quiero salir siempre de la falsa dicotomía entre mercado interno y mercado externo. La mayoría de las empresas del mundo que exportan, y lo hacen bien, es porque venden bien en su mercado interno. La mayoría de las veces se da algo conjunto y en los niveles de exportación de las PyMEs entra a jugar la competitividad, que muchas veces responde a barreras que tienen que ver con cuestiones impositivas, con cuestiones vinculadas a lo financiero, laboral. Hay un montón de factores que son externos a la fábrica. Proyecto Deseo también está para esto, para demostrar los niveles de productividad altos y todas las variables que son responsabilidad del empresario. En este caso está invirtiendo para generar más innovación y más competitividad.

- Mi pregunta apuntaba a que, si no se ven perspectivas de crecimiento en el mercado interno, quizás la apuesta para poder crecer sería por el lado de las exportaciones, si estuviera esa posibilidad.

- Totalmente. Que haya posibilidades no es solamente responsabilidad del empresario, sino que también hay que modificar algunas cuestiones vinculadas a factores externos a ellos. Por eso también se busca incorporar al sector público. Hay cuestiones que tiene que solucionar el sector privado en articulación con el sector público.

Fotos: Red social X y archivo D&F Muebles.

# Time for more.

Colección Decorativa 24+

Todos los diseños mostrados y mencionados son reproducciones.

**Actualizada e inspiradora.** Descubra nuestra nueva colección que presenta una variedad única de diseños de tendencia, de fácil acceso desde nuestra App y sitio Web.

Descubra la nueva Colección Decorativa 24+ descargando la App

**MORE FROM WOOD.**