

En línea....!

maderamen.com.ar
Una clara propuesta editorial

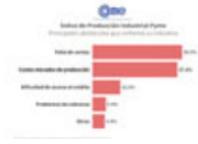
Información actualizada día a día

Año XXIX N° 190- Agosto 2024

FAIMA presentó en julio el "Informe de situación económica del sector maderero, El impacto de la recesión en las empresas vinculadas a la fabricación de muebles ha sido significativo, con una disminución de la producción del sector del 37% interanual. Ver Pag.: 8



Si se consideran los ocho rubros que monitorea CAME, las ventas minoristas PyMEs descendieron 15,7% anual en julio, a precios constantes, y acumulan un declive de 17% en los primeros siete meses del año. En la comparación mensual desestacionalizada cayeron 1,6%. Ver Pag.: 2



D&F Muebles

Diseño y Fabricación de Muebles

Entrevista exclusiva

Ricchezza: actualidad, diseño, rentabilidad y la pelea diaria por mantener las ventas

D&F Muebles dialogó telefónicamente con Andrés Zelaya, gerente de Ventas de Ricchezza. Este fabricante que cuenta hoy con 220 empleados y tiene sede en el parque industrial de Cañada de Gómez, Santa Fe, ha participado en FIMAR Expo 2024. "Dentro del escenario pésimo, más o menos la piloteamos. Hasta marzo fue muy duro y, a partir de ahí, empezó a mejorar. Y hubo un crecimiento constante hasta hoy", señaló el entrevistado.



Ricchezza se fundó en 1983 y hoy cuenta con 220 empleados en su planta del parque industrial de Cañada de Gómez, Santa Fe.

- Ricchezza participó en FIMAR Expo 2024 y recibió un premio por el stand. ¿Qué evaluación hacés de la participación en la feria?

- La verdad es que en FIMAR nos fue bastante bien.

Continúa en Pag.: 4-5

Diseño y fabricación

Diseño en primera persona: opinan fabricantes presentes en FIMAR 2024

La diseñadora Elisabet Arn -integrante de Estudio Arn Salum- visitó FIMAR Expo 2024 y realizó una serie de entrevistas exclusivas para D&F Muebles. Arn les pidió a siete fabricantes de muebles su opinión sobre el diseño. "Como primer punto entiendo que el diseño es arte. El diseño es expresión, el diseño es comunicación, es plasmar ideas. El diseño es (piensa)... plasmar sueños, plasmar intenciones", dijo Esteban Dutto, socio de Grupo Andre Kevin de Córdoba capital.



La 17ª edición del Salón del Mueble Argentino se desarrolló en paralelo a FIMAR Expo 2024.

aINMACOL (Colazo, Córdoba), Nicolás Cravero

- ¿Qué es para vos el diseño?
- Para nosotros el diseño

es tratar de ver las tendencias en el mercado y unir estas tendencias con la fac-

tibilidad productiva y técnica de nuestra empresa.

- ¿Cómo lo aplicás dentro de tu catálogo, dentro de tu empresa y en producción?

- Viendo las tendencias tratamos de adaptarlas y buscando fabricar productos modernos, sencillos, innovadores.

Muebcol (Colazo, Córdoba), Gonzalo Cravero

- ¿Qué es para vos el diseño?

- Para mí fue muy importante: hace dos años incorporamos el diseño en nuestros muebles, con la colaboración de profesio-

Continúa en Pag.:8

Feria sectorial

FIMAR Expo 2024 marcó en Córdoba el punto de encuentro de fabricantes y mueblerías

Ver en Pag.: 9

Informe CAME

PyMEs: la producción de maderas y muebles cayó 16,9% anual en julio

Ver en Pag.: 3

SOPORTE EXTRAÍBLE.



Calidad en Herrajes

EI EUROHARD

+ info

Consultá nuestro catálogo ingresando a www.euro-hard.com.ar/catalogo

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

info@euro-hard.com.ar

euromard.herrajes eurohardherrajes

Caída sin piso

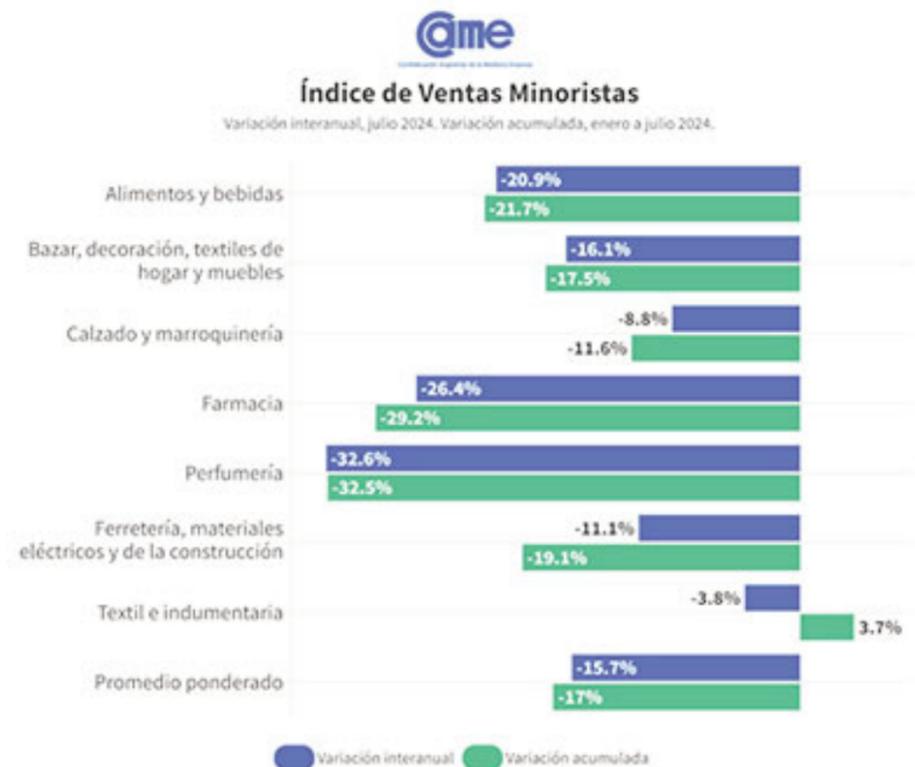
Las ventas minoristas de muebles cayeron 16,1% anual en julio

Si se consideran los ocho rubros que monitorea CAME, las ventas minoristas PyMEs descendieron 15,7% anual en julio, a precios constantes, y acumulan un declive de 17% en los primeros siete meses del año. En la comparación mensual desestacionalizada cayeron 1,6%.

Según el relevamiento realizado, el principal problema de los comercios minoristas en julio fue la falta de ventas. Luego, le siguieron los altos costos de producción, donde las empresas reclaman la necesidad de reducir impuestos nacionales, provinciales y municipales para devolver la rentabilidad al sector. Actualmente, los planes de financiamiento le devolvieron algo de dinamismo al mercado, pero es poco, porque la gente está menos dispuesta a endeudarse, especialmente si las cuotas conllevan interés, aunque este



Fuente: Confederación Argentina de la Mediana Empresa. Índice de ventas minoristas.



Fuente: Confederación Argentina de la Mediana Empresa. Detalle de variación interanual y de variación acumulada en los ocho rubros que releva CAME.

sea pequeño. Todos los rubros medidos registraron bajas en la actividad de julio, siendo

las más acentuadas en farmacias y perfumerías. Así surge del Índice de Ventas Minoristas Pymes de la Confederación Argentina de la Mediana Empresa (CAME), elaborado en

base a un relevamiento mensual entre 1.276 comercios minoristas del país, realizado del 1 y 2 de agosto.

Análisis sectorial
En julio, los siete rubros registraron caídas interanuales en sus ventas. La mayor retracción anual se detectó en Perfumerías (-

32,6%), seguida por Farmacias (-26,4%).

En el rubro que incluye venta de muebles -además de artículos para bazar, decoración, textiles para el hogar- la caída en julio fue del 16,1%, siempre a precios constantes,

La retracción acumulada es del 17,5% en los primeros siete meses del año frente al mismo periodo de 2023.

En el contraste intermensual el retroceso fue 0,4%. Las ventas del sector no repuntan porque los consumidores consideran prescindibles la mayoría de esos productos.

Lo poco que salió estuvo más vinculado al rubro textiles para el hogar, especialmente blanquería.

En cambio, tuvieron escasa demanda las mueblerías, los locales de decoración, mientras que, en bazar la venta se orientó a pequeños productos, con compras más de paso que planificadas. Es decir, la gente no salió a comprar, sino que pasó y adquirió.

Alimentos y bebidas
Las ventas bajaron 20,9% anual en julio, a precios constantes y acumulan una caída de 21,7% en los primeros siete meses del año frente al mismo periodo de 2023. En la

Mientras, en el rubro almacén, fideos, arroz, polenta, fueron productos más buscados que lo habitual.

Calzado y marroquinería

El descenso fue del 8,8% anual y suma así una caída de 11,6% en lo que va del año, frente al mismo periodo de 2024. En la comparación intermensual retrocedieron 0,9%.

En calzado, los más afectados fueron aquellos considerados no esenciales o de lujo, como los zapatos de alta gama, los de diseño exclusivo y los de moda.

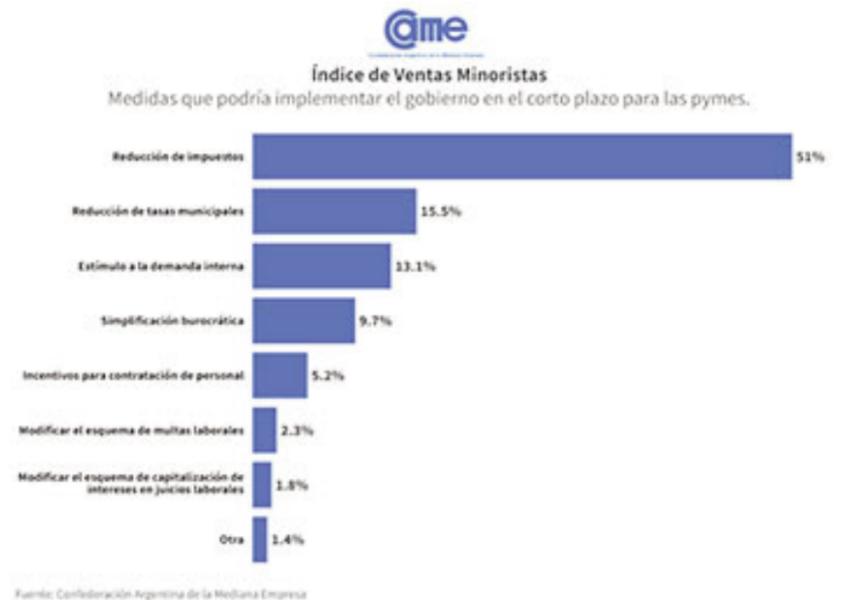
Los más prácticos y necesarios, como los zapatos escolares, los de trabajo, y los deportivos básicos y tuvieron más salida.

Farmacia

Las ventas retrocedieron 26,4% anual en julio, y acumulan una disminución de 29,2% en los primeros siete meses, frente al mismo periodo de 2023.

En la medición intermensual, descendieron 2,8%. En las farmacias consultadas coincidieron en que se resintió la venta de suplementos y vitaminas no esenciales.

También, medicamentos de venta libre para afecciones menores como analgésicos de laboratorios caros, remedios para el resfriado



Fuente: Confederación Argentina de la Mediana Empresa

El 51 por ciento de los empresarios consultados pidió reducción de impuestos.

comparación intermensual disminuyeron 2,5%. El ramo bebidas fue el más golpeado, donde las ventas se desplomaron.

La gente reguló sus compras, aprovechó ofertas en los mayoristas, se pasó a segundas y terceras marcas, o adaptó sus comidas a platos más económicos y rendidores.

En carnes, por ejemplo, hubo una merma fuerte, en todas las variedades (bovina, porcina y aviar).

de marcas premium y otros artículos y accesorios que se comercializan en esos espacios como termómetros digitales, nebulizadores y humidificadores.

Perfumería

El descenso fue del 32,6% anual, a precios constantes, y acumulan una caída de 32,5% en los primeros siete meses del año frente al mismo periodo de 2023. En la medición intermensual, la merma fue



Informe CAME

de 2,4%. El sector se vio prácticamente paralizado en julio, con poca gente consultando. Productos como perfumes y fragancias salieron muy poco, según coincidieron los comercios consultados, aunque destaca-

ron 2,6%. Hubo liquidaciones masivas de productos y mucha estabilidad de precios, pero igual se compró poco. Los comercios que venden con tarjetas concentraron las ventas con ese medio de pago.

PyMEs: la producción de maderas y muebles cayó 16,9% anual en julio

En julio el sector se retrajo 16,9% anual a precios constantes y 1,5% en la comparación mensual desestacionalizada. En el período enero-julio la actividad cayó 17,9% frente a iguales meses del año pasado.

Fuente: CAME.



Fuente: Confederación Argentina de la Mediana Empresa

El 51,6 por ciento de los empresarios consultados cree que el principal obstáculo es la falta de ventas.

ron que cada tanto aparecía una venta fuerte que salvaba el día.

Tampoco fue un buen mes para cosméticos y maquillaje de marcas top, que por los precios quedaron más rezagados, especialmente bases, sombras de ojos, labiales, sueros faciales, lociones corporales y tratamientos capilares.

En algunos casos reportaron hasta 90% de sus operaciones con plásticos. Las mayores ofertas fueron por ventas en efectivo por la necesidad de hacerse de liquidez. En los negocios manifestaron la preocupación sobre qué sucederá con la ropa de la nueva temporada, sino comienza a reactivarse el consumo.

Análisis cualitativo

Se les consultó a los encuestados qué medidas podría implementar el gobierno en el corto plazo para ayudar a las PyMEs.

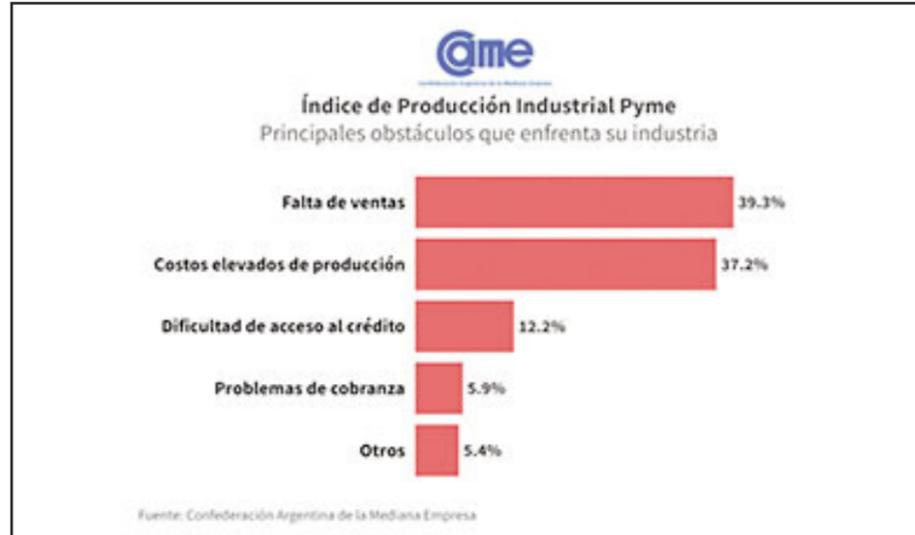
El 51% indicó que deberían reducir impuestos, 15,5% considera que habría que bajar las tasas municipales y otro 13,1% cree que tendrían que estimular la demanda interna.

Por otro lado, más de la mitad de los comerciantes encuestados (51,6%) señaló la falta de ventas como el principal obstáculo que está enfrentando su negocio. En segundo lugar, el 30,6% apuntó a los altos costos de producción.

Como consecuencia de los obstáculos previamente mencionados, el 34,3% de los encuestados tuvo que reducir gastos operativos en los últimos 6 meses, otro 31,8% diversificó sus productos y 10,5% tuvo que achicar la cantidad de horas laborales.

Fuente e imágenes: CAME.

Textil e indumentaria
Las ventas cayeron 3,8% anual en julio, a precios constantes, pero aún acumulan un incremento de 3,7% en los primeros siete meses del año, siempre contra el mismo período de 2023. En la comparación intermensual, retrocedie-



Fuente: Confederación Argentina de la Mediana Empresa

Una de cada cinco PyMEs del rubro maderas y muebles ha tenido dificultades para el pago de salarios.

A nivel general, la actividad manufacturera de las PyMEs cayó 17,8% anual en julio y acumula una retracción de 18,6% en los siete meses del año frente al mismo período de 2023. En la comparación mensual desestacionalizada la producción bajó 1,8%. Las PyMEs trabajaron en julio con el 60,6% de su capacidad instalada (en junio había sido el 60,1%). El 19,3% de las pequeñas y medianas empresas tuvo dificultades para pagar salarios.

Es el octavo mes consecutivo en caída, en un mercado donde los precios se han estabilizado pero la pérdida de poder adquisitivo continúa afectando la demanda interna.

Este escenario se agrava por las dificultades en el acceso al financiamiento y los altos costos operativos, lo que coloca a muchas pymes en una situación difícil y con márgenes de rentabilidad estrechos.

Los resultados surgen del Índice de Producción Industrial Pyme (IPIP) que elabora CAME, con una muestra que alcanzó a 414 industrias PyME a nivel federal.

Análisis sectorial

Los seis sectores manufactureros del segmento pyme tuvieron fuertes caídas en la comparación anual, siendo los más afectados "Químicos y plásticos" (-27,5%), "Papel e impresiones" (-26,9%) y "Metal, maquinaria y equipo" (-18,2%).

En el acumulado del año, la mayor retracción la

muestra "Químicos y plásticos" (-26,6%), seguido por "Metal, maquinaria y equipo" (-21,3%) y "Papel e impresiones" (-21,2%).

Alimentos y bebidas

El sector registró caídas de 14,9% anual a precios constantes en julio y de 2,6% mensual. Para los siete meses del año acumula una baja de 17% anual. Las industrias operaron

con el 61,6% de su capacidad instalada, niveles muy bajos para un sector que tradicionalmente ha sido más resistente a las fluctuaciones económicas.

Las empresas están produciendo muy por debajo de su potencial. Esto afecta su rentabilidad y obliga a mayores esfuerzos para sostener el personal y las inversiones.

Las empresas vienen

reduciendo sus niveles de stock aprovechando, además, la estabilidad de precios. Se produce en función de un mercado más pequeño y el 24,4% de las empresas manifestó problemas para pagar salarios en julio.

Textiles e indumentaria

La producción se retrajo 5,2% anual en julio y 4% frente a junio en la medición sin estacionalidad. Para los siete meses del año acumula una caída de 3,3%.

Las industrias operaron con el 60,9% de su capacidad instalada, muy por debajo de lo que fue el primer semestre, donde se promedió un 70%. El 24,5% de las empresas del sector manifestó problemas para pagar salarios en el mes.

Hay menos pedidos de producción y a las empresas les está costando mantener la estructura fija. Algunas comenzaron a

MIRÓ
-DESDE 1963-

LACAS & BARNICES

ACOMPañANDO TUS PROYECTOS.

OTROS PRODUCTOS

- NITROS ACUOSOS
- POLIURETANOS
- ALQUÍDICOS
- POLIÉSTERS
- LASURES
- ACRÍLICOS
- UREICOS
- NUEVO** VIDRIO LÍQUIDO ADHESIVOS

Distribuidor oficial
milesi 3M

www.mirosrl.com +54 911 4991-0528

Entrevista exclusiva

Ricchezze: actualidad, diseño, rentabilidad y la pelea diaria por mantener las ventas

De Pág. 1

Siempre es bueno participar en la exposición porque es la feria de nuestro rubro. Deberían estar todas las empresas. Es una lástima que mis colegas o competidores no estén presentes. Porque éste es el espacio para que los compradores puedan ver la oferta y las variedades que hay en el rubro. Y es frustrante que algunos compradores viajen tantos kilómetros y no encuentren todo el abanico de opciones en muebles, lo que hace que no quieran volver a FIMAR al año siguiente.

No es en vano la inversión en el stand porque nuestro objetivo fue mostrar el surtido, las novedades en cuanto a diseños, líneas, colores. Ésta es la tercera edición consecutiva en la que participamos, siempre con stands ambiciosos en cuanto a la propuesta.

- ¿Qué novedades llevarán esta vez?

- Este año llevamos novedades en centros de entretenimientos. Eran productos que se habían lanzado para la Copa América 2024, por la importancia de los televisores, pero la feria se postergó. Presentamos nuevos colores y nuevas combinaciones de productos que ya existían, y algunas innovaciones en mesas de TV. Además, lanzamos una línea de placares complementaria a otra que ya teníamos. Y se lanzó una nueva línea de cocina para un segmento económico, pero con muchas prestaciones. Y también lanzamos una serie de complementos para puertas de microondas y accesorios de cocina.

E incorporamos espejos a una línea de placares que ya teníamos. Además, lanzamos unos placarcitos de dos puertas, y otro de cuatro puertas en dos módulos para que la caja sea más chica y se pueda adaptar a los envíos on line. Y una mesa de luz flotante, que también está pensada para el comercio electrónico.

- ¿Tuvieron aceptación los productos? ¿Cuáles fueron los más solicitados?

- Los centros de entretenimiento ya había tenido



Zelaya afirmó: "Lo que hoy está más duro es la competencia. Hoy todas las fábricas estamos con excedente de producción de mercadería. Para colocar eso surgen las ofertas, eso empodera al comerciante y las negociaciones son más complejas". En la imagen, cocina de Línea Livorno, "práctica y moderna". Producto de reciente lanzamiento.

éxito antes de la feria, porque estaba previsto que se lanzaran para la Copa América. Y en la feria la gente lo vio armado y gustó, porque se presenta en colores un poco más disruptivos al mezclar tonos en madera con colores lisos y un simil mármol. Son colores más jugados que por ahí en fotos no se llegan a apreciar tanto como en persona. Fue muy positivo el resultado. La mayor parte de las ventas

fueron novedades y reposición de nuestros productos más vendidos.

Actualidad

- ¿Cómo está la actualidad de la empresa? ¿Han tenido que reducir gastos o achicar la plantilla de empelados, o siguen trabajando y se han podido mantener?

- Nosotros, desde la asunción del nuevo gobierno -y no tiene que ver con ideología política, sino con

una cuestión de realidad con la devaluación hubo un fuerte ajuste de precios. Se frenó la demanda en general porque la gente cortó la inercia de comprar para ganarle al eventual aumento de precios futuro, por los movimientos del dólar y el hecho de ganarle a la inflación. Y enero y febrero fueron dos meses muy, muy quietos, donde la caída fue abrupta y muy significativa. Pero como nosotros veníamos con



Dos enfoques del stand premiado en FIMAR Expo 2024.

lanzamientos de productos pendientes, seguimos trabajando normalmente. Además, en enero y febrero estuvieron las vacaciones. En marzo seguimos trabajando con normalidad y en abril se ajustó el horario de trabajo a una menos por día. Y hoy ya volvimos a la normalidad.

- No tuvieron que achicar personal, entonces.

- No. Sí se redujo personal, pero cuestiones como que había gente que no venía rindiendo lo que esperaba la empresa. De hecho, estamos entrevistando a personas para incorporar personal para el área de carga. Dentro del escenario... (pausa) pésimo, yo diría, más o menos la piloteamos. Hasta marzo fue muy duro y, a partir de ahí, empezó a mejorar. Y hubo un crecimiento cons-

tante hasta hoy. El desarrollo de productos nuevos te ayuda a vender un poco más. Antes los clientes compraban por el hecho de ganarle a la inflación y resguardar el capital. Hoy la compra es más planeada, de acuerdo a la venta, o para incorporar productos con nuevos diseños.

- ¿Cómo les da el número de producción interanual de 2024 contra 2023? En unidades productivas, por ejemplo.

- En unidades nosotros estuvimos muy parejos en julio de este año versus julio del año pasado. Nosotros hoy estamos casi a niveles normales de ventas. El año pasado fue bueno, así que sostener eso es interesante. No es algo que les pase a todos, sino que es más una cuestión de la empresa.

Comercio electrónico aumentó un 248% su facturación interanual en el primer semestre

De acuerdo al estudio de mitad de año realizado por la Cámara Argentina de Comercio Electrónico (CACE), las órdenes de compra se mantuvieron estables y el canal digital contribuyó a mantener activo el consumo en el primer semestre, informaron fuentes de la entidad.

La Cámara Argentina de Comercio Electrónico reveló los resultados de su estudio de mitad de año y destacó un crecimiento en la facturación de más del 248% en comparación con la primera mitad de 2023, por un total de \$ 8.555.918 millones de pesos (ocho billones quinientos cincuenta y cinco mil novecientos dieciocho millones). Las categorías que apuntalaron esta facturación en el mundo digital fueron Alimentos y Bebidas; Línea Blanca; Herramientas y Construcción; Pasajes y Turismo, y Accesorios para motos, autos y otros vehículos.

Las órdenes de compras (102,7 millones) se mantuvieron estables, con una subida del 1% interanual, lo que demuestra una estabilidad en la intención de compra en comparación al mismo período del año anterior. Además, el ticket promedio del primer semestre de 2024 fue de \$83.256 pesos.

Según las empresas encuestadas en este estudio, el canal online representa el 18% en las ventas totales de las mismas, aumentando 3 puntos porcentuales respecto de lo que declararon en 2023 para dicho canal (15%).

Andrés Zaied, presidente de CACE, afirmó:

- "Estos datos nos revelan que el comercio electrónico colaboró en el mantenimiento del consumo a lo largo del primer semestre de 2024; - "Desde CACE creemos que una economía digitalizada favorece e incentiva el consumo porque da accesibilidad y variedad de oferta. De acuerdo con este informe, observamos que comprar online ya es un hábito instalado en los consumidores argentinos; - "Por eso impulsamos a nuestros socios a avanzar en este camino ya que ellos ven los resultados en el corto, mediano y largo plazo".

En 2024, el 6% de los argentinos compraron online por primera vez, y 9 de cada 10 argentinos ya compran online al menos una vez en su vida, con las tarjetas de crédito como el método de pago por excelencia del canal online.

Actualmente, 8 de cada 10 empresas ofrecen financiamiento y la gran mayoría de ellas lo hizo en el rango de 3 a 6 cuotas.

En comparación al comercio físico, que registró bajas interanuales de entre el 10 y el 17% hasta junio, los canales digitales sostuvieron su demanda en el mismo período, lo que comprueba que una economía digitalizada favorece e incentiva el consumo, porque da accesibilidad y variedad de oferta.

De los nuevos compradores, el 28% se encuentra en el AMBA, mientras que 72% provienen de otras regiones del país.

De ellos, el 40% es de la región Centro, el 14% del Noreste, 9% son del Noroeste, 6% de la región de Cuyo, mientras que el 5% de los nuevos usuarios del canal digital son de Patagonia.

El estudio se divide en la Fase demanda, en la que se realizan una serie de encuestas a mil (1008) usuarios hombres y mujeres de entre 18 y 65 años, de todo el país que hayan comprado de manera online en los últimos seis meses; y la Fase oferta, en la que se realizan una serie de encuestas a 286 empresas socias de la CACE de diferentes industrias que venden por Internet.



Línea de placares Murano.

- En el rubro ventas, ¿qué es lo que les está costando más en este momento?

- Lo que hoy está más duro es la competencia. Hoy todas las fábricas estamos con excedente de producción de mercadería. Para colocar eso surgen las ofertas, eso empodera al comerciante y las negociaciones son más complejas. Hay empresas que están dispuestas a ceder más en cuanto a precios por distintas razones, como pagar sueldos o no suspender personal. Entonces ahí se vuelve compleja la competencia por vender. Eso te obliga a ser más creativo. Nosotros antes trabajábamos entre cuatro y seis líneas de productos y hoy tenemos 17. Eso hace que sea más complejo el sistema productivo, porque nosotros trabajamos con stock. Pero es lo que hoy está funcionando para conseguir resultados y mantener un volumen que evite despedir personal.

- ¿Han notado la competencia de productos importados?

- Están entrando productos de Brasil, pero el ingreso es incipiente. En Argentina no se ven muchos muebles chinos, salvo que sean muebles para exterior, que no compiten con nosotros. Sé que las fábricas brasileñas salieron corriendo a buscar a sus antiguos clientes. Algunos han comprado, pero compran productos específicos. Cuando vos compras un producto afuera tenés que comprar un camión completo. Es otro riesgo. Creo que si esto se abre más, va a ser un problema. Pero tenemos nues-

diciembre para los insumos importados, como por el aumento de los servicios de luz, de logística.

- Es una pelea constante. El costo de la energía, el costo de la mano de obra, los insumos, todo aumenta y hoy el mercado... Nosotros estamos trabajando con la lista (de precios) de marzo y se supone que ahora (por mediados de agosto) habrá

un ajuste porque ya venimos soportando varios aumentos. Lamentablemente, cada vez que aumentamos la lista voy a ver a un cliente

tras ventajas al estar en el país con la mercadería, con la posibilidad de financiar... pero siempre es una amenaza constante.

- Y todo esto hace que todo el tiempo esté en un equilibrio inestable el tema rentabilidad.

- Y, sí. Sí, a la rentabilidad en este momento hay que mirarla un poco de reojo y sacrificarla. Más que nada cuando hay productos en los que se compete por precio. Brasil tienen una escala de producción alta y otros costos de fabricación. Tienen variedad de herrajes y maquinarias a la vuelta de la esquina. Acá está bueno lo que tenemos a nivel nacional, pero tiene un costo y cuando se abre el mercado eso te quita competitividad. Yo le digo a algunos clientes que, si compran afuera, después van a tener que buscar clientes afuera. Porque no va a haber quién compre.

- Todo este combo hace que cada vez sea más importante el diseño para generar novedades, que es lo que hace que no solamente se ponga en la balanza el precio.

- Sí, eso ya lo vimos en ferias de muebles de Brasil, donde la gente compete por diferenciarse. Acá durante mucho tiempo se veía qué hacía el otro y se lo copiaba. Ahora ofrecemos una variedad de productos, una variedad de diseños.

- ¿Tienen diseñadores trabajando en la empresa?

- Sí, hay un diseñador fijo que es empleado de la empresa.

- ¿Cómo han manejado el aumento de costos? Ya sea por el aumento del Impuesto PAIS desde



Línea de placares Murano.

Continúa en Pag.: 6

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

SERVICIO TÉCNICO, rápido y confiable

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

www.cebe-sa.com.ar

Representante Exclusivo en Argentina de:

Entrevista exclusiva

Ricchezze: actualidad, diseño, rentabilidad y la pelea diaria por mantener las ventas

De Pag. 5

y me putea (sic). Me insultan los vendedores, todo el mundo. Pero no es algo caprichoso. El año pasado aumentábamos a cada rato... hoy se fueron absorbiendo muchos aumentos para tener competitividad. Este mes (por agosto) es un hecho de que va a haber un aumento, que esperemos no sea tan significativo. Es un problema y es una lucha constante. Es ver cómo reducís costos para tratar de trasladar lo menos posible a precios. O perder rentabilidad, que es lo se está haciendo hoy para poder llegar a los números.

- ¿Tienen en este momento algún plan de inversiones para incorporar maquinaria? Lo que a

El comercio en línea registró una facturación de \$8,5 billones en el primer semestre de 2024, un aumento del 248% respecto de igual periodo de 2023. Fuente: CACE.



Hogar, muebles y jardín fue el tercer segmento que más unidades vendió por e-commerce en el primer semestre de 2024. Fuente: CACE.

vezes es necesario para reducir costos.

- Lo hacemos constantemente. Nosotros todos los años vamos creciendo en capacidad productiva, en calidad, en maquinarias. Constantemente se está

reinvirtiendo. Ahora estamos trayendo un par de máquinas importadas de Brasil y de Italia; el año pasado se instalaron una seccionadora y una máquina para pintar nuevas. Hace tiempo que estamos

reinvirtiendo y apostando al crecimiento y también a las mejoras de los procesos.

- ¿Qué cantidad total de empleados tiene la empresa?

- Contando administración y sector comercial, somos 220 personas.

- Tras la participación en FIMAR, ¿han logrado conseguir órdenes de compra para planificar la producción por dos o tres meses, por ejemplo, o no trabajan de esa manera?

- La planificación la vamos realizando mes a mes de acuerdo a lo que va surgiendo porque nosotros trabajamos con stock. Entonces, quizás haya un stock para tres o cuatro meses, que a principios de año se había convertido en un stock para un año y medio. Y hoy vuelve a haber faltantes que antes no teníamos porque se activó la demanda. Entonces tenemos este lindo problema que es ver cómo podemos ingresar las partidas de pedidos a producción para que funcione todo en tiempo y forma. Pero generalmente nunca se planea la producción con mucha anticipación, sino que se planifica el trabajo para dos o tres meses y después se van haciendo ajustes en relación a la demanda del momento.

Estrategia a futuro

- Ya habiendo visto los trazos gruesos de la política macroeconómica del nuevo gobierno, ¿qué estrategia tiene la empresa para el mediano plazo? ¿A qué apuntan, que buscan mejorar?

- Nosotros tenemos que apuntar a generar más volumen en ciertas líneas

de productos que nos generen mejoras para ser más eficientes en costos. La realidad es que, si bien hay una política que tiene un cierto rumbo, todavía hay cuestiones que no se saben. Por ejemplo, cuál va a ser la incidencia de los productos importados dentro del mercado. Si va a haber alguna barrera para-arancelaria. Y para el bien de nosotros ojalá no haya tanta libertad, porque siempre vamos a estar en los dos países.

- Brasil ha devaluado recientemente un 20 por ciento o un 30 por ciento y Argentina se ha vuelto cara en dólares.

- Acá, lamentablemente todo es día a día. Si tenemos en claro hacia dónde debemos ir, pero bueno... Este año se decidió por una política empresaria de abrir el surtido (de producción), pero no es sostenible en el tiempo porque si yo tengo alta demanda en todos los productos no llego en tres meses a fabricar para abastecer esa demanda.

- Te pido una opinión sobre el valor actual del dólar. ¿Qué creés que puede llegar a pasar? ¿Cuál es tu percepción en base a tu experiencia y a tu conocimiento del mercado? ¿Creés, como muchos, que el valor del dólar oficial está atrasado y que se acerca más al costo del dólar billete?

- Yo creo que la tendencia es a que se igualen los dos (por el dólar oficial y el dólar ilegal a blue) y que se llegue a algo cercano al blue. Eso nos volvería a poner un poco más competitivos a nivel internacional, pero como acá también te aumentan los costos en dólares es como que nunca se llega a una solución. Si el gobierno cumple con la promesa yo creo que debería equiparar los dólares y unificar el tipo de cambio.

- ¿Te referís a abrir el cepo?

- Sí, sí. Y ahí veremos cómo se dan los números y cómo quedamos versus el mercado internacional. La carga impositiva que tenemos acá es mucho mayor a la que hay en Brasil o en otro país. Son cosas que nos quitan competitividad.

- ¿Cómo ves al mercado interno? ¿Hay alguna región que tenga mayor demanda que otra?

- No, la verdad que hoy

tenemos mejoras en todo el país. Hoy se activó para todo el mundo. Hubo un punto de inflexión que fueron los días posteriores al Hot Sale (NdR: este evento se desarrolló del 15 al 23 de mayo; ver más información en recuadro) que, si bien es un evento virtual, muchos lo llevan también a tienda física. Y funciona como una excusa para vender. A partir del Hot Sale aparecieron los planes de cuotas con tarjetas. Se mantuvieron, e incluso salen cada vez planes mejores para financiar. Y de esa forma la gente se anima más a comprar y mejoran las ventas. Entonces yo creo que hoy está mejor el mercado y la tendencia es que se mantenga. Creo que este crecimiento en algún momento se va a amesetar, hacia diciembre.

- ¿Cómo les está yendo con el comercio electrónico y cómo está posicionada la empresa en ese rubro?

- Hay muchos clientes que utilizan las dos metodologías de venta. Sí puedo decir que gran parte de nuestro crecimiento en el último tiempo es a través de comerciantes que venden a través del canal on line. Si bien al venta off line tendió a caerse, la venta on line siguió creciendo siempre. Quienes venden on line trabajan de otra manera. Con menor cantidad de productos y con un seguimiento del stock, estando más enfocados. Además, el 100 por ciento de los productos que compran se exhiben de manera virtual. Y quizás en las tiendas físicas te compran 10 placares y por ahí pueden armar solamente dos porque no tienen espacio. El comercio electrónico viene creciendo. Nosotros no vendemos al público de manera directa por e-commerce, sino a través de intermediarios. Y a ellos les damos todas las herramientas y trabajamos para mejorar cada vez más en ese sentido. Y yo creo que la potencialidad es muy alta. Por lo menos para nosotros, que somos una empresa que estuvo bastante fuera del circuito. Estratégicamente, creo que ahí hay un volumen grande por crecer.

Fotos: Gentileza Ricchezza.



D&F Muebles

Inicio | Noticias | Ferias y Congresos | Mercados | Diseño | Empresas | Productos | Más

MERCADOS

- Vietnam superó a China en 2020 como el mayor exportador de muebles a EE.UU.
- 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, HERRAJES ARB, MIRO, Cebe, DORNING CLAVOS Y GRAMPAS, FRUNDT STARK, FA PLAC, Senla

PyMEs: la producción de maderas y muebles cayó 16,9% anual en julio

De Pag. 3

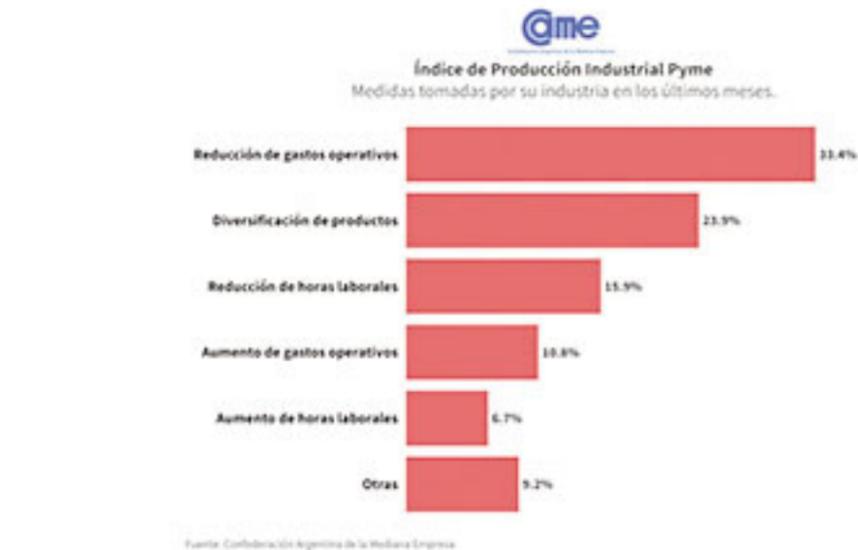
prestar más atención al reciclado de los desperdicios tratando de obtener un mercado adicional. Pero hay menos rotación de prendas en las familias y la industria lo está sintiendo tanto como el comercio.

Maderas y muebles

En julio el sector se retrajo 16,9% anual a precios constantes y 1,5% en la comparación mensual desestacionalizada. En el período enero-julio la actividad cayó 17,9% frente a iguales meses del año pasado.

Durante el mes las industrias operaron con el 60,9% de su capacidad instalada, lejos de los niveles del primer semestre, donde se ubicó hasta 14 puntos arriba. Con niveles de actividad tan bajos, el 19,2% de las empresas tuvo problemas para pagar salarios.

Las empresas consultadas advirtieron por el descenso persistente de la actividad y el aumento de los costos de producción.



Una de cada tres PyMEs ha tenido que reducir sus gastos operativos.

mensual desestacionalizada. En estos siete meses del año acumula una caída de 21,3% frente a los mismos meses de 2023.

Las industrias operaron al 59,1% de su capacidad instalada y el 14,6% de los encuestados tuvo problemas para pagar salarios.

Industrias consultadas se mostraron preocupadas por los incrementos en el costo de la energía y por la

anual a precios constantes y de 2,2% en la comparación mensual desestacionalizada. Para los siete meses del año la producción acumula una caída de 26,6% frente a los mismos meses de 2023.

Durante este mes, las industrias operaron con el 60,5% de su capacidad instalada, mientras que el 19,4% de las empresas tuvo problemas para pagar salarios.

que el resto. Los sectores vinculados a la construcción estuvieron entre los más golpeados.

Papel e impresiones

La actividad se retrajo 26,9% anual a precios constantes, pero mostró un repunte de 0,2% en la comparación mensual desestacionalizada. Es el único sector que creció en el mes.

En los siete meses del año el sector acumula una caída de 21,2% frente a los mismos meses del año pasado.

Las empresas operaron con el 62,8% de su capacidad instalada y el 13,7% tuvo problemas para pagar salarios en el mes de julio. Más allá de la caída gene-

ralizada en la demanda, el sector enfrenta una disminución estructural por la creciente digitalización.

Con más consumidores y empresas optando por soluciones digitales en lugar de impresiones físicas, la demanda de papel y productos impresos viene disminuyendo sustancialmente.

Análisis cualitativo

Para las empresas la reducción de la carga fiscal es la medida de apoyo más urgente requerida, con 58,8% de las respuestas, marcando la necesidad de disminuir impuestos nacionales, provinciales y tasas municipales.

Las empresas consideran que una reducción impositiva podría liberar recursos financieros para mantener operaciones, invertir en crecimiento y mejorar la competitividad.

Con un 13,6% de las respuestas, las empresas advierten, además, sobre la necesidad de políticas que estimulen la demanda interna para reactivar el consumo y sostener la producción.

Sin una demanda sólida los incentivos fiscales por sí solos no serían suficientes para revertir la tendencia negativa en la actividad manufacturera. En tanto, la importancia de crear incentivos para la contratación de personal es otro de los reclamos mencionados con más frecuencia (7,7% de las respuestas).

Las empresas manifiestan estar produciendo en un

entorno donde la demanda insuficiente, los altos costos y las dificultades financieras se combinan para crear un escenario complicado.

Los principales obstáculos que enfrentan en estos momentos tuvieron como protagonista con el 39,3% a la falta de ventas, mientras que el 37,2% se refirió a los altos costos de producción y logísticos, el 12,2% a la falta de acceso al financiamiento y otro 5,9% a los problemas de cobranza.

Como consecuencia de los obstáculos previamente mencionados, el 33,4% de los encuestados tuvo que reducir gastos operativos en los últimos meses, otro 23,9% diversificó sus productos y el 15,9% tuvo que reducir la cantidad de horas laborales.

Por último, en diferentes sectores industriales se consultó si la pyme tuvo dificultades para afrontar el pago de salarios del mes en curso.

Allí, el 19,3% de las industrias PyME presentaron problemas para pagar salarios (sin incluir aguinaldo u otros conceptos). Los sectores más afectados fueron "Textil e indumentaria" y "Alimentos y bebidas" con tasas de dificultades del orden del 24,5% y 24,4%, respectivamente. "Papel e impresiones" presentó los menores conflictos, con 13,7%.

Fuente e imágenes: CAME.



Casi el 40 por ciento declaró que hay "falta de ventas".

La caída en el poder adquisitivo de los consumidores ha reducido el gasto en bienes durables como son los muebles, que tradicionalmente se demandan en épocas de mayor bonanza. Si bien hay menos faltantes de insumos, los precios de las últimas semanas del mes mostraron un aumento que preocupó a algunas empresas.

Metal, maquinaria y equipo, y material de transporte

El sector tuvo una contracción anual de 18,2% en julio a precios constantes y de 0,5% en la comparación

carga impositiva, que se hace pesada en el actual contexto recesivo.

Si bien hay sectores más golpeados que otros, en general todos manifestaron pérdidas de producción. Las empresas están tomando medidas para adaptarse a la nueva coyuntura, pero la magnitud de los problemas sugiere que se necesitarán políticas de apoyo específicas para reactivar al sector y evitar un mayor deterioro.

Químicos y plásticos

En julio, el sector experimentó una significativa contracción de 27,5%

A su vez, algunas manifestaron dificultades para conseguir insumos y observaron subas de precios significativos para el sector.

Las que tienen mercados internacionales reportaron mejores tasas de actividad

Diseño y fabricación

Diseño en primera persona: opinan fabricantes presentes en FIMAR 2024

De pag.: 1

nales. Eso nos catapultó a un segmento muy importante, que no conocíamos. También nos sirvió para que nuestros empleados se involucraran, porque hacer productos con diseño es mucho más lindo.

- ¿Cómo lo implementás en la empresa?

- Nuestros diseñadores pensaron los nuevos modelos y tuvimos que instruir a los empleados para que cumplieran los planos. Y así pudimos producir otros productos y lograr el Sello del Buen Diseño con cuchetas y toda la línea de muebles para dormitorio fue algo muy grande para



Para Gonzalo Cravero (Muebol, Córdoba) "hacer productos con diseño es mucho más lindo".

diseño dentro de la empresa.

Grupo Andre Kevin (Córdoba capital),

Esteban Dutto

- ¿Qué es para vos el diseño?

- Como primer punto entiendo que el diseño es arte. El diseño es expresión, el diseño es comunicación, es plasmar ideas. El diseño es

(piensa)... plasmar sueños, plasmar intenciones. El diseño es todo eso junto. Es una gran expresión de una voluntad que se refleja en un producto final.

- ¿Cómo lo implementan ustedes en el comercio, en la fábrica?

- Básicamente, nuestro negocio es comercializar mobiliario de diseño para viviendas, para empresas y para oficinas. Nosotros trabajamos a través de fábricas que ya tienen incorporado el diseño y, a su vez, tenemos un pequeño taller-fábrica que implementa a través de un estudio externo, Estudio Arn Salum, que nos da una mano en el hecho de plasmar ideas según las necesidades del mercado. Interpretar lo que la gente está buscando o

necesitando. Y mediante la discusión, los focus groups - hay un ida y vuelta permanente-, la materialidad, llevarlo a productos finales. En este caso, los living. Poltronas individuales y sofás es lo que nosotros diseñamos y fabricamos.

San José Muebles (Devoto, Córdoba),

Juan José Tinivella y Victoria Tinivella

- ¿Qué es para vos el diseño?

JJT- Nosotros trabajamos en la empresa conjuntamente con diseñadores para poder hacer un producto que llegue a las mueblerías y a los comercios.

VT- Para nosotros el diseño es una herramienta fundamental porque nos ayuda a agregarle valor a nuestros productos. Y así lograr una diferenciación en el mercado del mueble.

Bordigoni Hnos. S.A., (Carlos Pellegrini, Santa Fe),

Marina Bordigoni

- ¿Qué es para vos el diseño?

- Para nosotros el diseño es todo en una empresa. Sobre todo en la nuestra, donde el mercado nos exige día a día ir acomodándonos a las nuevas tendencias. El diseño es, por sobre todas las cosas, calidad. Lo llevamos adelante con mucho

estudio de mercado. Obviamente, los proyectos demandan mucho tiempo. Y los muebles que llevan diseño insumen mucho tiempo de ejecución, algo que muchas veces no es valorado en el producto final. Y requiere mucho esfuerzo, mucha dedicación y mucha templanza, por sobre todas las cosas.

Campagnola Muebles (Sáenz Peña, Chaco),

Luis Campagnola

- ¿Qué es para vos el diseño y cómo lo implementás en tu empresa?

- Nosotros hemos ido



Mauricio Rolles (Galpón Muebles) participa en Proyecto Deseo 2024.

incorporando diseño según nuestras necesidades, según el cliente, según la zona. Para nosotros es importante trabajar con diseño porque es lo que consumen o sugieren las



Esteban Dutto (Grupo Andre Kevin, Córdoba capital) dijo: "El diseño es arte, es expresión, es comunicación, es plasmar ideas. El diseño es plasmar sueños, plasmar intenciones".

nuevas comunidades. Hemos incorporado nuevo diseño muy de a poco, ya que hace dos años cambia-

mos el tipo de madera con el que trabajamos. Hemos trabajado 34 años con algarrobo con un diseño español, que nos proveían clientes de Rosario o de Capital Federal. Hace dos años comenzamos a trabajar con madera de eucalipto y por las formas de la madera nosotros creemos que el diseño tiene que ser lo más recto posible. Sin molduras, sin medio punto, sin torneado como para que el trabajo no sea manual, sino que sea todo maquinado.

- ¿Por qué cambiaron del algarrobo al eucalipto?

- Porque las provincias del noreste de nuestro país -Misiones, Corrientes y Entre Ríos- tienen otra visión de la madera reforestada. Nosotros en Chaco no reforestamos; consumimos la madera nativa de nuestros montes. Si no se reforesta, en un período corto de tiempo nos vamos a quedar sin madera. En este momento estamos sin madera de buena calidad. A la madera de buena calidad ya se la extrajo y no hay reforestación. Al no haber reforestación y no haber controles, no hay permisos para reforestación en la provincia.

No está el compromiso de un productor forestal en proveer madera buena en cantidad. Es como una limitación en el crecimiento de las fábricas. Con el eucalipto hoy nuestras fábricas tienen sentido de fábricas, cuentan con un sistema de trabajo más fluido que con el algarrobo. Hoy tenemos más de 1.000 proveedores de eucalipto entre las tres provincias, siendo que en nuestra provincia no tenemos dos o tres que puedan tener un compromiso con sus clientes.

- ¿Cómo es el proceso de extracción de árboles de algarrobo?

- Por ejemplo, cuando un monte de eucalipto tiene la edad para ser extraído, vos te vas a una plantación en la que puede haber 1.000, 2.000 plantas. Vos podés cortar y extraer esa made-



Juan José Tinivella es titular de San José Muebles, con sede en la provincia de Córdoba.

ra. Con el algarrobo ocurre lo contrario, ya que no hay reforestación. Las plantas se encuentran en el monte nativo. Por ejemplo, vos cortaste un árbol que está al borde del camino y para sacar una segunda planta a veces hay que hacer picadas en el monte y avanzar 100, 200 metros hasta



Para Marina Bordigoni (Bordigoni Hnos. S.A. provincia de Santa Fe) "el diseño es, por sobre todas las cosas, calidad".

encontrar otro árbol. Y en ese trayecto se va destruyendo el ecosistema natural de un monte nativo, con la motosierra, con machetes. Vas cortando plantas que están en proceso de crecimiento. Eso es un perjuicio, no solamente para nosotros, sino para la naturaleza y para la vida misma del monte.



Luis Campagnola es titular de Campagnola Muebles, ubicada en la provincia de Chaco.

Imágenes: Estudio Arn Salum (capturas de videos).



Nicolás Cravero, propietario de INMACOL, ubicada en Córdoba. la empresa.

Galpón Muebles (Santa Fe capital),

Mauricio Rolles

- ¿Qué es para vos el diseño?

- Es un eje importantísimo. Todos los productos se generan en función de un análisis del mercado, una análisis de las necesidades, de las tendencias. Se generan productos continuamente.

Todos los años para la feria traigo uno o dos productos nuevos. Yo soy diseñador industrial, pero actualmente tengo diseñadores que están trabajando conmigo. Estamos participando en Proyecto Deseo, que es una actividad paralela, pero eso también me ayuda a darle dinámica al

maria jose veron [arquitecta]

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

Feria sectorial

FIMAR Expo 2024 marcó en Córdoba el punto de encuentro de fabricantes y mueblerías

FIMAR Expo 2024 se desarrolló en Córdoba del 31 de julio al 3 de agosto en Forja Centro de Eventos.

También se realizaron FIMAR Equipa y el Salón del Mueble Argentino (SMA). Gustavo Viano, presidente de la Asociación del Mueble Argentino -organizadora del evento-, expresó: "Tenemos que estar unidos, debemos cuidarnos, somos fuertes y podemos hacer que esta industria sea relevante".

Información enviada por los organizadores.

FIMAR Expo 2024 tuvo su 18° edición en Forja Centro de Eventos de Córdoba capital, que volvió a reunir a los principales fabricantes de muebles y colchones del país.

En el mismo predio tuvo lugar la 17° edición del Salón del Mueble Argentino, donde diseñadores de la Argentina compartieron sus productos que fueron seleccionados por una Red de Diseño integrado por profesionales de diferentes provincias.

Además, los visitantes pudieron recorrer el 1° y 2 de agosto la segunda edición de FIMAR Equipa, destinada al equipamiento de cocina, de oficinas y



Gustavo Viano (derecha), presidente de la Asociación del Mueble Argentino, disparó en el acto de apertura: "Cuiden a las PyMEs, porque esto va a terminar en una catástrofe".

urbano.

FIMAR se consolida como el mayor encuentro

de mobiliario para el hogar, oficina, jardín, hoteles e instituciones y está dirigida a operadores comerciales y compradores mayoristas.

Integran la Asociación del Mueble Argentino (ASOMA) siete cámaras del mueble de Córdoba, Santa Fe y Capital Federal:

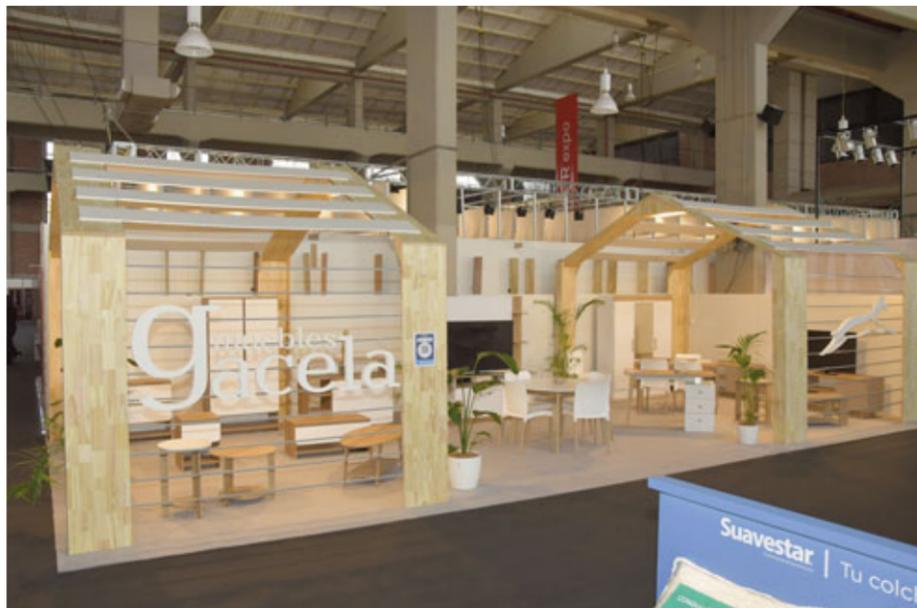
- CAMMEC, Cámara de la Madera, Mueble y Equipamiento de Córdoba (Córdoba capital);
- CAMAF, Cámara de la

Madera y Afines de San Francisco (San Francisco,



Facundo Cantoro, de la empresa FC Amoblamientos, fue elegido como el Mejor vendedor a través de redes sociales con el voto de los visitantes (Foto: ig @fcamoblamientos).

Gacela Muebles fue el segundo mejor stand en la categoría de hasta 80 metros cuadrados.



Córdoba);

- CM, Cámara de la Madera y Afines de Río Cuarto (Río Cuarto, Córdoba);

- CIMA, Cámara de la Industria de Maderera y



Richezze fue el mejor stand en la categoría más de 80 metros cuadrados. El doble de Messi estuvo para la foto en plena efervescencia post Copa América 2024.

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

- Cámara de la Madera del Litoral (Rosario, Santa Fe);

- CAFYDMA, Cámara de los Fabricantes de Muebles, Tapicería y Afines (Capital Federal);

- CEMA, Cámara de Empresarios Madereros y Afines (Capital Federal).

Acto de apertura

La exposición comenzó el miércoles 31 de julio, con un acto de apertura donde



Dielfe obtuvo el tercer lugar entre los mejores stands de hasta 80 metros cuadrados de superficie.

participaron los integrantes de la Asociación del Mueble Argentino (ASOMA), funcionarios locales y provinciales.

Ante los primeros visitantes de la feria dieron su discurso el secretario de ASOMA, Fabián Parada, el dirigente Gabriel Campins y el presidente de la entidad, Gustavo Viano.

Viano dijo que la situación económica del sector "hizo cambiar las reglas del juego", pero con mucho esfuerzo se logró realizar la feria.

Además, le envió un mensaje al presidente

"Tenemos que estar unidos, debemos cuidarnos, somos fuertes y podemos hacer que esta industria sea relevante".

Viano también explicó el nuevo proyecto de trazabilidad que está desarrollando la Asociación junto a la Universidad Blas Pascal.

A través de un código QR que van a tener los muebles los compradores acceden a los datos del fabricante y así fomentan el trabajo registrado junto a la industria nacional.

Por último, Viano comunicó que se retira de la Presidencia de ASOMA,

Javier Milei sobre el "gran error" del gobierno que dice que de las microeconomías deben encargarse las PyMEs.

El empresario aclaró que necesitan la intervención del Estado para conocer la realidad que está atravesando el sector: "Cuiden a las PyMEs, porque esto va a terminar en una catástrofe", advirtió.

Por otro lado, habló sobre los comerciantes y los proveedores que deben comprender la realidad económica de las fábricas:

pero que continuará trabajando para potenciar el sector.

Luego se expresaron el ministro de Producción cordobés, Pedro Dellarossa, el secretario de Desarrollo Productivo santafecino, Guillermo Beccani, y el intendente de Córdoba, Daniel Passerini.

Por otro lado, se les hizo una mención especial a patrocinadores: PR3, Dorking, Manu Packaging, Grupo Euro y Mármol Sintético Durafort.

Premios Humeler

Faplac lanza Línea Mesopotamia, inspirada en la naturaleza

Faplac lanza Línea Mesopotamia, “inspirada en la fuerza de la naturaleza, en la belleza y riqueza de la región y de su biodiversidad”, señalaron fuentes de la compañía. Fuente: Faplac.

Como respuesta a los cambios de comportamiento en el habitar, Faplac lanza una propuesta única, materializada por siete diseños, dos maderados y cinco unicolores.

Ellos buscan animar a los arquitectos, decoradores y fabricantes a seguir innovando en la evolución del interiorismo.

Esta línea ya se encuentra disponible en la Red de Distribución en espesores de melamina (MDF: 5,5mm y 18mm y MDP: 18mm) y en otros a pedido (desde 6mm hasta 36mm).

Los tableros miden 1,83 metros x 2,75 metros y cuentan con protección antimicrobiana, lo que elimina el 99,9% de los germenos, bacterias y microorganismos en 6 horas.



Cocina scotch y gris basalto.

antimicrobiana, lo que elimina el 99,9% de los germenos, bacterias y microorganismos en 6 horas.

Riqueza, el factor

La elección de la región responde a su riqueza en

términos de flora, fauna y recursos naturales, un área geográfica que ofrece una vasta variedad y diversidad de colores, texturas y formas.

Y la iniciativa nace de los beneficios que acerca lo natural, que acompaña los estados de ánimo, entregando calma, serenidad y realidad.

Sus acabados también fueron especialmente seleccionados para crear una sensación única de calidez, permanencia y pertenencia.

Cada uno de los diseños presenta la terminación

Mesopotamia ofrece esa posibilidad” -sostuvo la empresa- en sus siete nuevos diseños.

Paraíso, con acabado Nature

Diseño de aspecto elegante y atemporal. Presenta un tono medio y cálido con una veta rojiza muy distintiva que añade un encanto único a cualquier proyecto.

Su textura maderada lineal resalta a la perfección las características de esta madera, con combinaciones ideales como Jade, Gris basalto, Gris tapir, Himalaya.

Kiri, con acabado Bark

Su color natural es suave y cálido, con una veta sutil pero atractiva, que añade un toque de elegancia a cualquier proyecto.

El diseño se presenta en la textura Bark, que simula la corteza de un árbol, resaltando sus tonos que van desde un blanco cremoso hasta un suave beige.

Combinaciones ideales: Jade, Amatista, Gris tapir, Gris caliza.

Gris caliza, con acabado Súper Mate

Evocando el color de la piedra caliza, este gris claro se destaca por su facilidad a la hora de combinarlo con otros colores y diseños como las maderas.

Su textura supermate, perceptible al tacto, lo convierte en una propuesta versátil que logra transmi-

gante que se adapta fácilmente a una variedad de estilos de decoración gracias a su acabado supermate.

Combinaciones ideales: Paraíso, Scotch, Pinto gris, Báltico.

Gris tapir, con acabado Súper Mate

Inspirado en el pelaje de este animal autóctono de la Mesopotamia, la belleza de este color radica en su capacidad para combinar la calidez de los tonos terrosos con la profundidad del gris.

Elegante y sofisticado, su textura supermate añade un toque de distinción y estilo sutil permitiendo crear ambientes acogedores y terrenales.

Combinaciones ideales: Kiri, Paraíso, Cajú, Seda Giorno.

Amatista, con acabado Súper Mate

Inspirado en la piedra amatista y su distintivo color lavanda, se presenta en una exclusiva textura supermate.

Este color tiende a evocar sentimientos de serenidad y paz, lo que lo hace adecuado para crear ambientes tranquilos y apacibles.

Combinaciones ideales: Kiri, Lino claro, Pinot gris, Roble escandinavo.

Jade, con acabado Súper Mate

Reflejando el color de la piedra jade, el frescor y la



D&F Muebles
Diseño y fabricación de muebles

MERCADOS

- Vietnam superó a China en 2020 como el mayor exportador de muebles a EE.UU.
- Comercio exterior de muebles de madera y sus partes
- 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
- Senla



Habitación gris caliza y jade.

que mejor resalta su expresión, por ejemplo, los maderados proponen acabos diferentes entre sí.

Por su parte, los unicolores suman la terminación “supermate” como respuesta a la demanda de las últimas tendencias, que exploran los tonos con poco brillo y un efecto laqueado mate.

“Hoy buscamos crear micromundos dentro de nuestro mundo y

tir una sensación de calidez y luminosidad a los ambientes.

Combinaciones ideales: Kiri, Paraíso, Amaranto, Seda Giorno.

Gris basalto, con acabado Súper Mate

Tono neutral y versátil. Un gris intermedio, fresco y moderno que transmite una sensación de estabilidad y sobriedad.

Un tono atemporal y ele-

tranquilidad de la naturaleza, este diseño verde suave se destaca por sus versátiles aplicaciones.

El acabado supermate reproduce el efecto laqueado mate y traslada a los proyectos la esencia de vida y serenidad.

Combinaciones ideales: Kiri, Paraíso, Amaranto, Lino claro.

Más información en www.faplaonline.com.ar
Fuente y fotos: Faplac.

FIMAR Expo 2024 marcó en Córdoba el punto de encuentro de fabricantes y mueblerías

De Pag.: 7

El jueves 1º de agosto se realizó la entrega de los premios FIMAR 2024, llamados "Ernesto Humeler", que destacan el diseño y la innovación.

La Red Federal de Diseño fue la encargada de seleccionar a los que pasaron a la siguiente etapa.

Integraron el jurado los siguientes profesionales del diseño: Jorge Rivadeneira (Tucumán), Federico Mendoza (Neuquén), los marplatenses Franco Chimento y Adrián Lemme, Jerónimo Fórmica (Mendoza), Leandro Romero (Chaco), Tabita Giménez (Misiones), María José Verón (Córdoba), Juan Rousseu Salet (La Pampa), y Alejandra Rumich, de Formosa.

Los seleccionados del Salón del Mueble Argentino fueron:

- Ana Alfonzo, con Mesa Trinca;
- Lilian Crespo, con Punto de Apoyo;
- Damián Entrocassi, con Silla Noa;
- Federico Guzmán, con mesa línea MR;



Fevima (Bulgan, Mobilipack, Dimadera) obtuvo el segundo lugar en la categoría stands de más de 80 metros cuadrados.

- Inventario Estudio, con Poltrona LOB;
- Estudio Junto, con Caballete;
- Estudio Ocupa, con Silla C;
- Oficina Técnica, con sillón Domi;
- y Ernesto Torriano, con Silla Ika.

Mejores stands

Integraron el jurado Esteban Dutto, Silvana Saya -presidenta del Colegio de Arquitectos de la provincia de Córdoba- y

la arquitecta María José Verón, integrante de la Red Federal de Diseño.

Por su parte, entre los stands de hasta 80 metros los ganadores fueron:

- Soles (primer lugar);
- Gacela Muebles (segundo lugar);
- Dielfe (tercer lugar).

En el caso de los stands mayores de 80 metros premiados fueron:

- Richezze (primer lugar);
- Compartieron el segundo lugar las firmas Bulgan,

Mobilipack, Fevima y Dimadera;

- Springwall (tercer lugar).

También se eligió el Mejor vendedor a través de las redes sociales, con el voto de los visitantes, y resultó ganador Facundo Cantoro (FC Amoblamientos).

El sábado 3 de agosto fue el último día de la exposición, que tuvo más de 1.000 visitantes por día y generó ventas que muestran una recuperación de la



Springwall fue galardonado en el tercer puesto entre los stands de más de 80 metros cuadrados de superficie.

economía entre los expositores.

Además de los expositores que mostraron las últimas tendencias en mobiliario, hubo presencia de organizaciones como FSC, Asociación Civil Consejo de Bosques y Espacios Forestales, que tiene como objetivo principal promover el manejo responsable de los bosques.

La Universidad Blas Pascal también estuvo presente con un stand.

Una de las atracciones del evento fue la presencia del doble de Lionel Messi. En el stand de Richezze los visitantes tuvieron la

oportunidad de sacarse fotos y jugar en una mini cancha con el imitador.

Además, estuvo la conductora Maju Lozano, invitada por la marca Innova.

Redes sociales:

- @asomar.ok
- @fimaroficial
- @salondelmuebleargentino

Más información: <https://fimar.com.ar/expo/>

Fotos: Gentileza organizadores e Instagram @fca-moblamientos.

Recesión y despidos

Recesión y despidos Informe oficial de FAIMA: impacto de la recesión es "significativo"

FAIMA presentó en julio el "Informe de situación económica del sector maderero, Primer semestre de 2024". El impacto de la recesión en las empresas vinculadas a la fabricación de muebles ha sido significativo, con una disminución de la producción del sector del 37% interanual, según el IPI del INDEC. A continuación, se difunde el material de manera textual el informe publicado por la entidad a fines de julio.

La industria de la transformación mecánica de la madera abarca una amplia cadena de sectores, incluyendo aserraderos, fabricación de muebles, tableros, construcción con madera y carpintería en obra.

En la actualidad, todos estos sectores están atravesando una marcada recesión. Aunque la intensidad de la recesión varía entre ellos, la severidad es un elemento común en toda la cadena.

Fabricación de muebles

El impacto de la recesión en las empresas vinculadas a la fabricación de muebles ha sido significativo, con una disminución de la producción del sector del 37% interanual, según el IPI del INDEC.



Ha habido miles de despidos en el sector de fabricación de muebles.

Esta disminución es aún

más grave en las PyMES, donde la caída de la producción alcanza en algunos casos el 60%.

Estas caídas han afectado no sólo el nivel de utilización de las plantas, sino también la cantidad de turnos trabajados y, en algunos casos, el nivel de empleo.

Muchas de estas empresas se localizan en pueblos del interior del país, donde son las principales generadoras de empleo local, lo que destaca la importancia de su viabilidad productiva para las economías regionales.

Aserraderos

La industria de la primera transformación, representada por aserraderos, ha mostrado sostenidas disminuciones en su nivel de actividad, con una caída promedio en la pro-

ducción interanual (mayo 2024/mayo 2023) del 20%, según datos oficiales del INDEC a través del Índice de Producción Industrial (IPI).

Estas disminuciones son más pronunciadas en los aserraderos pequeños y medianos, donde las caídas alcanzan el 40%.

El sector de aserraderos orientado a las exportaciones mostró un comportamiento auspicioso a principios del presente año, pero no ha logrado sostenerse debido al atraso cambiario producto de la estabilidad cambiaria y la inflación doméstica.

Las caídas en el nivel de producción han llevado a una reducción en los turnos de trabajo, disminuyendo el nivel de horas trabajadas en un 20%, con el consiguiente impacto en los salarios percibidos por los trabajadores.

Industria de tableros

La industria de tableros presenta un comportamiento recesivo. Los tableros utilizados en la

Continúa en pag.: 15

Diseño de puertas de madera y proporción áurea (Parte I)

D&F Muebles presenta en exclusiva para sus lectores información técnica publicada tiempo atrás en AITIM, Boletín de Información Técnica elaborado e impreso en Madrid, España. Artículo escrito por el arquitecto J. Enrique Peraza.

El diseño de las puertas tiene su dificultad y su dosis de misterio. La belleza está muy relacionada a la proporción, que se puede definir como la armonía o el orden entre las partes.

Para definir el orden, se necesita el apoyo de la geometría.

En el campo de las puertas hay algunas que percibimos elegantes, otras nos parecen pesadas o demasiado estrechas.

Esto suele deberse a la proporción, tanto de la puerta en sí como, como de la puerta respecto de su entorno y de nosotros mismos.

La búsqueda de las proporciones y de la armonía

Desde tiempos inmemoriales el arte ha buscado las proporciones ideales, si es que éstas existían. Cada época ha buscado sus propios cánones.



La belleza está muy relacionada a la proporción, armonía u orden entre las partes.

de Lisipo, que fue el que finalmente adoptó el Renacimiento por ser más esbelto.

En la Edad Media

se haría famosa. Esta proporción ya aparecía en el gótico.

En la época moderna Le Corbusier inventa su

es, por tanto, comprobar el uso de proporción áurea en el diseño de puertas.

Para ello analizaremos algunas puertas clásicas, o más conocidas o populares. Una aproximación al tema.

A priori y a primera vista, queda claro que el rectángulo áureo debería complementarse con otra forma armónica (las más simples serían el cuadrado u otros rectángulos áureos).

Esta comprobación está sujeta a desviaciones, ya que, en ausencia de planos originales, nos apoyamos en sobre todo en fotografías.

Además, cuando está montada el marco tapa un poco la hoja de la puerta y han de hacerse algunos pequeños ajustes de dimensiones.

En definitiva, se trata de ver si la proporción áurea está presente, bien en sus partes, bien en su totalidad.

Puertas romanas clásicas

Las puertas romanas son las primeras que conocemos por restos arqueológicos. Aunque no hay que olvidar que los romanos se nutrieron de fuentes griegas en las que estos temas ya se habían tratado. Se las considera las puertas por antonomasia, proto-puertas o la base de la mayoría de los diseños posteriores.

Se forman con un bastidor perimetral, uno o dos traveseros centrales, y los plafones rectangulares que cierran éstos.

El travesero central está situado a la altura del cierre o el tirador para refor-

zar también la maniobra.

En general, presentan un aspecto muy elegante y proporcionado. Dado que abundan en ellas las formas rectangulares es fácil comprobar la existencia de proporciones áureas.

El único problema es que existen muy pocas puertas romanas originales para realizar esta comprobación.

Algunas de estas puertas responden a la proporción áurea. La más clara es la del Senado Romano (hoy en la Basílica de San Juan de Letrán; ver imagen). También la del Templo de Rómulo (ver imagen) sí parece tenerla, al considerar las dos hojas.

Cumplen asimismo las puertas dóricas y corintias de algunos grabados, cuya fidelidad a los modelos originales se desconoce.

En cambio, las del Pantheon de Roma y algunas de Pompeya y Herculano no se adaptan.

Los trazados regulares en la arquitectura de Gaudí y en sus puertas

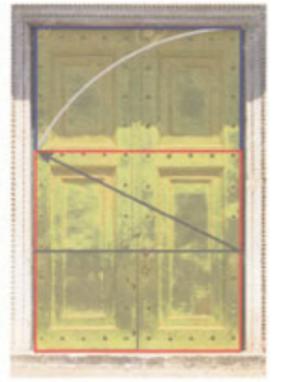
Según algunos estudios, Gaudí conocía y utilizó trazados reguladores (concretamente, la sección áurea) en algunos de sus edificios. Esto sugiere la posibilidad de que también los usara en el diseño de las puertas.

Él mismo las diseñaba, pero dejaba cierto margen de libertad a los carpinteros con los que trabajaba.

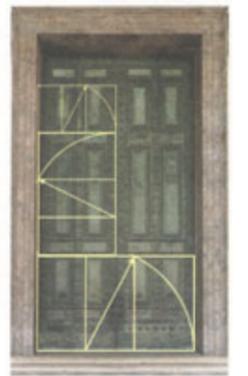
Se cree que sí las utilizó. Concretamente, con las dos combinaciones antes mencionadas: un rectángulo áureo más un cuadrado (hojas simples) y un rectángulo áureo más otro apaisado (hojas dobles).

El hecho de que se compruebe en bastante cantidad de puertas apuntaría a la posibilidad de que hubiera una intencionalidad en su uso.

Este argumento vendría reforzado por el hecho de que, al ser puertas tan "atípicas", se apoyara en las "muletas" que suponen los



Puerta del Templo de Rómulo



Puerta del Senado romano (hoy en la basílica San Juan de Letrán)



Puerta de estilo dórico



Puerta de estilo corintio

Desde arriba hacia abajo: puerta del Templo de Rómulo; puerta del Senado romano; puerta de Estilo dórico; y puerta de estilo corintio.

trazados reguladores para el diseño.

Fuente y fotos: AITIM número 321, enviado en exclusiva para D&F Muebles desde España.



Desde la izquierda, dos puertas de Casa Batlló con la combinación de rectángulo áureo más cuadrado. Hacia la derecha, dos portones de Casa Batlló con combinaciones de rectángulo áureos.

En la escultura griega había dos cánones de belleza sintetizados en el "doríforo" de Policreto y el

Leonardo ya analizó, bautizándola con el nombre de "número de oro", una proporción que con el tiempo

modular.

La proporción áurea en el diseño de puertas El objeto de este artículo

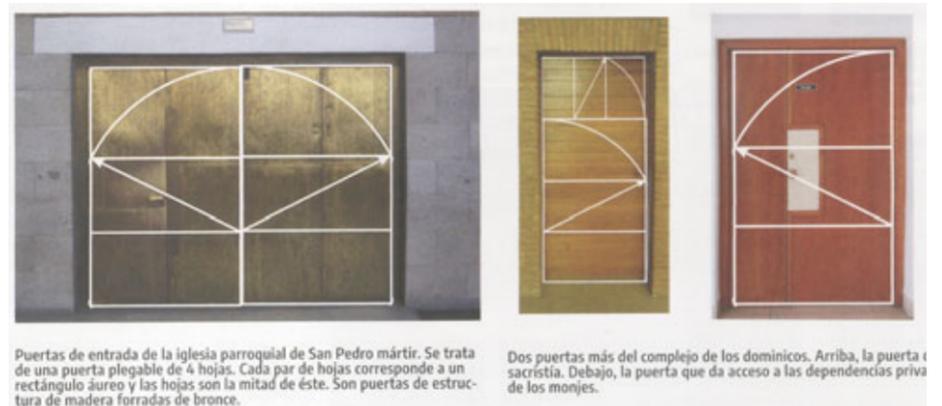
A la izquierda, puerta de Palau Güell (primera desde la izquierda) y Casa Batlló (segunda) con combinaciones de rectángulos áureos. A la derecha, dos puertas de Casa Batlló con la combinación de rectángulo áureo más cuadrado.



Puerta de Palau Güell (izda.) y Casa Batlló (dcha.) con diversas combinaciones de rectángulos áureos

Dos puertas más de Casa Batlló con combinación de rectángulo áureo + cuadrado

A la izquierda, puertas de entrada de la iglesia parroquial de San Pedro Mártir. Es una puerta plegable de cuatro hojas. Cada par de hojas corresponde a un rectángulo áureo y las hojas son la mitad de éste. Son puertas de estructura de madera forradas de bronce. A la derecha, dos puertas más del complejo de los dominicos. Arriba, la puerta sacristía. Debajo, la puerta que da acceso a las dependencias privadas de los monjes.



Puertas de entrada de la iglesia parroquial de San Pedro mártir. Se trata de una puerta plegable de 4 hojas. Cada par de hojas corresponde a un rectángulo áureo y las hojas son la mitad de éste. Son puertas de estructura de madera forradas de bronce.

Dos puertas más del complejo de los dominicos. Arriba, la puerta sacristía. Debajo, la puerta que da acceso a las dependencias privadas de los monjes.

Comunicado oficial

IMA: “presente difícil” y aumento de “costos productivos” en la industria del mueble

Instituto del Mueble Argentina (IMA), parte de la Federación Argentina de la Industria Maderera y Afines (FAIMA), acaba de dar a conocer un comunicado oficial que a continuación se reproduce de madera textual.

El Instituto del Mueble Argentino (IMA) representa e integra a toda la cadena del mueble, esforzándose en forma permanente para ofrecer servicios directamente vinculados con los intereses y necesidades que tienen cada uno de los actores que la componen.

En tal sentido, subraya hoy la difícil situación que atraviesa el sector - golpeado por la situación económica - pero, al mismo tiempo, levanta su perfil para darle visibilidad, trascendencia y fuerza a uno de los sectores de la industria argentina con mayor potencial para ser referente internacional y un verdadero motor económico para el desarrollo del país.

La industria de la transformación mecánica de la madera abarca una amplia cadena de sectores, incluyendo aserraderos, fabricación de muebles, tableros, construcción con madera y carpintería en obra.

En la actualidad, todos estos sectores están atravesando una marcada recesión. Aunque la intensidad de la recesión varía entre ellos, la severidad es un elemento común en toda la cadena.

En un informe reciente, la Federación Argentina de la Industria Maderera y Afines (FAIMA) - única entidad de 2º grado que representa a nivel nacional al Sector Industrial Maderero a través de sus 28 Cámaras asociadas en las distintas provincias del



“La industria argentina del mueble enfrenta un presente difícil, pero trabaja para un promisorio futuro de la mano de un profundo desarrollo nacional e internacional”, señalaron desde IMA. En la imagen, fábrica de la ciudad de Córdoba.

país - destaca que el impacto de la recesión en las empresas vinculadas a la fabricación de muebles ha sido significativo, con una disminución de la producción del sector del 37% interanual, según el IPI del INDEC.

Esta disminución es aún más grave en las PyMES, donde la caída de la producción alcanza en algunos casos el 60%.

Estas caídas han afectado no solo el nivel de utilización de las plantas, sino también la cantidad de turnos trabajados y, en algunos casos, el nivel de empleo.

Muchas de estas empresas se localizan en pueblos del interior del país, donde son las principales genera-

doras de empleo local, lo que destaca la importancia de su viabilidad productiva para las economías regionales.

Asimismo, es preocupante el alza en los costos productivos, tanto por el incremento en los insumos como por el costo de los servicios públicos, que han aumentado en promedio un 500%.

Estas subas han sido difíciles de trasladar a precios en el contexto recesivo actual, lo que ha afectado gravemente la rentabilidad de toda la cadena.

Y otro de los puntos más significativos tiene que ver con la posible eliminación de los reglamentos técnicos que deben cumplir los bienes vinculados a los

sectores de construcción, madera y muebles.

Estos reglamentos son esenciales para asegurar la calidad y seguridad de los productos elegidos por los consumidores.

Garantizan que los muebles cumplan con medidas de seguridad que previenen accidentes domésticos con potencial riesgo para las personas.

De eliminarse, se podría permitir la entrada de productos importados de calidad inferior, que no cumplan con las normativas necesarias para evitar accidentes potencialmente nocivos para los usuarios.

La reconversión de la industria del mueble

En lo que va del año, el acumulado indica una caída total de -16,1%, mientras se busca el piso de nivel de actividad. A nivel interanual acumula 13 meses de caída (desde junio de 2023).

Otro parámetro de la crisis en la industria es la transversalidad: en junio de 2024 nuevamente cayó la actividad a nivel interanual en sus 16 sectores. El sector de Muebles y colchones y otras industrias manufactureras está entre los de mayor caída.

Ante semejante panorama, desde IMA destacan que, a pesar de la crisis, las empresas de la industria del mueble nacional siguen apostando al desarrollo general de toda la cadena, con foco en la capacitación, la innovación y la calidad de los materiales, entre otros factores competitivos.

“Estamos trabajando con una agenda para el desarrollo del sector, con múltiples actividades, capacitaciones, asistencia técnica, acompañamiento de proyectos, inserción internacional y muchos otros pro-

yectos para hacer crecer, de una vez por todas, a este noble sector que merece estar entre los principales mercados del mundo”, afirmó Pablo Bercovich, asesor de FAIMA en IMA.

“Tal como nos representan el vino, la ganadería, la moda, el conocimiento o tantos otros sectores productivos, buscamos para la industria del mueble generar una nueva marca sectorial en la cual se destaque y distinga al mueble argentino por su calidad, excelencia, diseño, uso de materiales nobles, innovación”, completa Bercovich.

IMA cuenta hoy con tres departamentos orientados a satisfacer diferentes necesidades del sector.

El primero de ellos es Empresarios del Mueble, en donde se generan las herramientas que facilitan y promueven el crecimiento del empresario del mueble, con el fin de mejorar la competitividad desde adentro hacia afuera en cuanto a su eficiencia, a través de capacitaciones, herramientas de financiación, certificaciones y muchas acciones más.

En segundo lugar, el departamento de Consumidor final y Comerciante, que está enfocado en el vínculo del empresario del mueble con el Consumidor Final y Comerciante.

Allí se generan acciones que facilitan la visibilización del mueble argentino

Continúa en pag.: 16



HERRAJES SAN MARTIN

Más de 3.000 herrajes y accesorios para muebles y arquitectura.



herrajessanmartin



 Cuotas sin interés

 Envíos a todo el país

herrajessanmartin.com
11 5106 - 4978





INICIO NOTICIAS FERIAS Y CONGRESOS MERCADOS DISEÑO EMPRESAS PRODUCTOS MÁS

MERCADOS

Vietnam supera a China en 2020 como el mayor exportador de muebles a EEUU.

maderamen.com.ar - 11 junio, 2021

Ventas de muebles y artículos para el hogar

maderamen.com.ar - 11 junio, 2021

Comercio exterior de muebles de madera y sus partes

maderamen.com.ar - 11 junio, 2021



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

maderamen.com.ar - 11 noviembre, 2020

Un estudio de mercado sobre la industria de mueble en América latina. Fue elaborado por D&F y el IPI para el sector maderero.





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

maderamen.com.ar - 11 noviembre, 2020

En julio el uso de la capacidad instalada de la industria PyME subió a 50,3% desde el 52,3% de junio p.p.



Empresas en Línea























Breves

Se realizaban en Neuquén las XV Jornadas Patagónicas de Diseño

Jornadas Patagónicas de Diseño, decimoquinta edición, se desarrollaban el 28 y 29 de agosto en el Museo Nacional de Bellas Artes de Neuquén. Organizaba el evento la Escuela de Diseño en el Hábitat de Neuquén (@edh.neuquen). Este año, en ocasión de la celebración del 30º Aniversario de la Escuela de Diseño en el Hábitat de Neuquén, participaban al cierre de esta edición referentes del diseño local, regional y nacional. El objetivo es reflexionar sobre el acontecer del diseño en los últimos años, tomando como eje la identidad, producción y la sustentabilidad.

Expositores

- "Rompiendo Paradigmas; Diseño todo terreno", Marianela Balbi
- "Sinergias Creativas: Redefinir el Hábitat, relación Diseño e Industria", Jonny Gallardo
- "NeuroDiseño; Diseño y Emoción", Paola Maro
- "Iluminación Consciente; la luz como variable fundamental en el Diseño", María Florencia Cardozo Yacopini
- "Diseño con Propósito; Crear Espacios que mejoren la Vida de las Personas", Silvana Borella.

Fuente: @edh.neuquen

SCM y Springa se asocian para distribuir globalmente el robot fresador Goliath CNC

SCM y Springa, una startup que facilita el acceso a herramientas de fabricación digital, han firmado un acuerdo para distribuir el Goliath CNC, una fresadora portátil y flexible para proyectos a gran escala. Este equipo se venderá globalmente bajo el nombre "scm maker" a través de la red de distribuidores autorizados y la tienda en línea de SCM. Además, SCM apoya la campaña de crowdfunding de Springa con una inversión de EUR 300.000 para actividades de I+D y producción industrial durante dos años.

La campaña, que estará activa en CrowdFundMe hasta el 12 de octubre de 2024, busca recaudar 2,2 millones de euros. "El compromiso de SCM con la innovación se refleja en la inversión del 7% de nuestra facturación anual en I+D. Apoyamos proyectos prometedores como el de Springa para mejorar el sector de la madera," dijo Pietro Gheller, Director de la División de Madera del Grupo SCM. "Estamos entusiasmados por distribuir el Goliath CNC y explorar futuras colaboraciones". El CEO de Springa, Lorenzo Frangi, añadió: "El apoyo de SCM valida nuestra tecnología y ofrece una oportunidad de crecimiento. Nuestra campaña de crowdfunding busca consolidar nuestra posición en el mercado y avanzar en nuestra

producción". La operación utilizará la infraestructura tecnológica de Fleap S.p.A., la principal plataforma europea para la gestión de activos digitales y la digitalización de procesos corporativos basada en tecnología blockchain. Fuente: SCM.

Impress Decor Brasil invierte en nuevas instalaciones y tecnología

Impress Decor, especialista en superficies decorativas para paneles, muebles y pisos, está invirtiendo BRL 30 millones (USD 5.4 millones) en su sede de Araucaria, Paraná, informó Notifix. Esta inversión incluye la construcción de un nuevo Centro de Diseño, que abrirá a principios de 2025, coincidiendo con el 25º aniversario de la empresa en Brasil. El centro de 800 m² contará con exhibiciones de productos, salas de reuniones, espacios para eventos y un estudio de creación de contenidos, con el objetivo de mejorar la interacción con clientes y socios y reflejar el enfoque en el diseño de la marca.

El proyecto enfrenta desafíos como la preservación de árboles existentes y la adaptación al suelo húmedo del sitio, lo que requiere soluciones innovadoras. André Suchodolak, ingeniero de proyectos de Impress Decor, señala que se busca crear un espacio funcional y sostenible que se integre con el entorno natural. Marciel Nogaroto, presidente de Impress Decor en Brasil, destaca que el Centro de Diseño será único en América del Sur, sirviendo como lugar para el lanzamiento de productos y colaboración con clientes. Además, Impress Decor planea traer a Brasil un escáner exclusivo de Europa, que agilizará el desarrollo de productos locales. Para satisfacer la demanda creciente, Impress Decor también ampliará su capacidad de impresión con una nueva línea que se inaugurará en agosto. Esta inversión permitirá aumentar la producción y ofrecer una gama más amplia de diseños de alta calidad, alineándose con el crecimiento esperado en los mercados de construcción y mobiliario en América Latina. Nogaroto subraya la importancia de estas inversiones para el futuro de la empresa y el mercado brasileño.

Miralis inaugura en Canadá las fábricas más automatizadas de su industria en América del Norte

Miralis uno de los mayores fabricantes de gabinetes para cocina del país, ha inaugurado dos nuevas instalaciones de producción, con el objetivo de aumentar las ventas explorando nuevos mercados y diversificando su gama de productos.

La empresa abrió una nueva planta de gabinetes, llamada U2, junto a su planta principal en Saint-Anaclet-de-Lessard y una planta de fabricación de encimeras en Quebec, con una inversión combinada de USD 45 millones. Para 2027, Miralis planea producir cerca de 250 cajas de gabinetes al día, equivalentes a 15 cocinas. La nueva planta automatizada podría duplicar la producción actual, utilizando sistemas automatizados y robots para todos los procesos excepto el ensamblaje final. Esta expansión creará aproximadamente 25 nuevos empleos. El CEO Daniel Drapeau considera que la automatización ayudará a enfrentar la escasez de mano de obra y a mantener la manufactura en Quebec. También destacó que los nuevos diseños de gabinetes están pensados para la automatización.

Drapeau espera una reducción significativa en el tamaño del equipo mientras se mantiene la producción, con un enfoque hacia una producción más automatizada. Miralis, que actualmente vende a través de unos 120 distribuidores en Quebec, Ontario y la Costa Este de EE. UU., también busca crecer en nuevos mercados en EE. UU. y Canadá Occidental. La empresa tiene ventas anuales superiores a USD 40 millones. La planta en Quebec City, con menos de una docena de empleados, producirá encimeras de piedra sinterizada de alta gama, ofreciendo una solución completa para la cocina. La gerente general, Caroline Ruest, destacó que ambos proyectos de expansión se completaron a tiempo y dentro del presupuesto, marcando una exitosa realización de su visión. Fuente: Notifix.

Arauco reporta sólidos resultados en primer semestre 2024

Arauco, líder global en el sector forestal y de productos de madera, ha publicado resultados financieros destacables para el primer semestre de 2024, mostrando una notable recuperación y crecimiento en ingresos y rentabilidad. De enero a junio de 2024, Arauco registró ventas de USD 3,19 mil millones, un aumento del 12,0% respecto a los USD 2,85 mil millones en 2023. Este incremento resalta la sólida posición y estrategias efectivas de la compañía. La división de Productos de Madera vio una caída en ventas del 5,7%, totalizando USD 1,52 mil millones. A pesar de esta disminución, el EBITDA se disparó un 107,3% a USD 859,3 millones, con un margen EBITDA que creció al 26,9%, desde el 14,6% del año anterior. La utilidad neta se recuperó notablemente, alcanzando USD 140,9 millones, en comparación con la pérdida de USD 101,4 millones en el primer semestre de 2023. En el segundo trimestre de 2024, las ventas fueron de USD 1,53 mil millones, un aumento del 8,9% frente a USD 1,41 mil millones en el mismo trimestre de 2023. La utilidad trimestral también mejoró, alcanzando USD 40,5 millones, comparado con una pérdida de USD 47,1 millones en el año anterior. Arauco ha demostrado una estrategia efectiva para superar desafíos y aprovechar oportunidades, posicionándose favorablemente para la segunda mitad de 2024. Fuente: Notifix.

Ecuador registra caída de 5.4% en exportaciones de Aglomerado en 6M-2024

Las exportaciones de aglomerado / MDP de Ecuador registraron una disminución en el primer semestre de 2024 (6M-2024). El valor total de las exportaciones de aglomerado cayó a USD 99.4 millones, lo que representa una disminución del 5.4% en comparación con el mismo período de 2023 (6M-2023: USD 105.1 millones).

Entre los destinos principales, Colombia y Perú experimentaron las reducciones más significativas, con exportaciones a Colombia cayendo un 7.2% hasta USD 53.6 millones y los despachos a Perú disminuyendo 13.9% a USD 32.4 millones.

En contraste, México y Estados Unidos reportaron mejoras en sus importaciones desde Ecuador, con un incremento del 36.8% en México y del 23.9% en Estados Unidos. Se observaron aumentos notables en las exportaciones hacia la República Dominicana, que crecieron un 61.3%, y en otros países, que vieron un aumento significativo del 73.2%. Novopan Del Ecuador, el principal exportador, vio una caída del 5.4% en sus exportaciones, totalizando USD 97.9 millones, mientras que Aglomerados Cotopaxi reportó un aumento modesto del 0.7%, alcanzando USD 1.47 millones. Fuente: Notifix.

Ventas de Biesse afectadas por factores geopolíticos en 6M-2024

Biesse Group ha reportado sus resultados financieros para el período de enero a junio de 2024. Las ventas alcanzaron los EUR 395,7 millones, lo que representa una disminución del 5,4% en comparación con los EUR 418,2 millones de 6M-2023. El EBITDA también se vio afectado, bajando un 30% a EUR 32,9 millones, mientras que la ganancia neta cayó un 79,9%, registrando EUR 3,9 millones. Analizando por regiones, Europa, Medio Oriente y África experimentaron una notable caída del 14,9% en ventas, alcanzando EUR 252,6 millones. Sin embargo, las Américas y la región de Asia-Pacífico mostraron un desempeño positivo, con aumentos del 12% y del 28,8%, respectivamente. Alcanzando EUR 88,8 y EUR 54,3 millones. El contexto global en el que se encuentra actualmente Biesse sigue caracterizándose por importantes incertidumbres políticas y económicas derivadas de la evolución del panorama geopolítico internacional. Estas incertidumbres impactarán inevitablemente en el desempeño de la empresa. En particular, la desaceleración de pedidos observada durante 2023 y la primera mitad de 2024, junto con las dificultades financieras causadas por las altas tasas de interés que los clientes de Biesse seguirán enfrentando, influirán en las tendencias de ventas para el resto del año.

Fuente: Notifix.

D&F Muebles

Una clara propuesta editorial

Director - Editor
Eduardo Rodrigo
Propietario

Dep. Administrativo
Claudia Lucero

Área de Redacción
Noticias y Entrevistas de Actualidad
Lic. Fernando Maya

Dto. Ventas

Jorge Manteiga

A. del Valle 1066 (1852) Burzaco - Bs. As. Argentina
Tel.: (11) 4238-9818

E-mail: dfediciones@maderamen.com.ar

Tirada: 4000 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

Recesión y despidos

Recesión y despidos Informe oficial de FAIMA: impacto de la recesión es “significativo”

De pag.: 10

industria mueblera han visto una menor demanda (como insumo productivo) debido a la caída en el nivel de producción de muebles, lo que impacta directamente en este eslabón de la cadena industrial.

Por otro lado, los tableros vinculados a la construcción (contrachapados) han experimentado una disminución en su nivel de actividad debido a las caídas en la industria constructiva.

Ésta ha sufrido una reducción del 22% interanual (junio 2024/junio 2023) según el Estimador Mensual de Actividad Económica (EMAE) publicado por el INDEC.

Construcción con madera y carpintería en obra

La actividad de la construcción con madera y la carpintería en obra ha presentado caídas promedio del 30%, impulsadas por la mencionada disminución en la actividad principal de la construcción.

Costos productivos

Todos los sectores comparten la problemática del aumento significativo en los costos productivos, tanto por el incremento en los insumos como por el costo de los servicios públicos, que han aumentado en promedio un 500%.

Estas subas han sido difíciles de trasladar a precios en el contexto recesivo actual, lo que ha afectado gravemente la rentabilidad de toda la cadena.

Reglamentos técnicos

Al preocupante escenario previamente descrito se suma el programa previsto de eliminación de los reglamentos técnicos que deben cumplir los bienes vinculados a los sectores de construcción, madera y muebles.

Estos reglamentos son esenciales para asegurar la calidad y seguridad de los productos elegidos por los consumidores. Garantizan que los muebles cumplan con medidas de seguridad que previenen accidentes

domésticos con potencial riesgo para las personas.

En el caso de los productos de construcción, estas normativas establecen cualidades vitales para asegurar la idoneidad estructural y la calidad de los materiales utilizados.

Por ello, nos preocupa profundamente su eliminación, ya que podría per-

mitir la entrada de productos importados de calidad inferior, que no cumplan con las normativas necesarias para evitar accidentes potencialmente nocivos para los usuarios.

Consideraciones finales

La industria de la transformación mecánica de la madera está atravesando una recesión severa que afecta a todos los sectores

de la cadena, desde los aserraderos hasta la construcción con madera.

Las caídas en la producción, los altos costos productivos y la disminución en el empleo son problemas comunes que deben ser abordados con urgencia para evitar un mayor deterioro del sector.

Es crucial implementar

políticas que promuevan la reactivación económica, faciliten el acceso al financiamiento y mejoren las condiciones de competitividad de las empresas, especialmente las PyMEs, que son fundamentales para las economías regionales y el empleo local.

En este contexto, esperamos poder trabajar mancomunadamente con el sector público para buscar soluciones que posibiliten la continuidad económica de las empresas del sector con su consecuente impacto positivo sobre el empleo y la actividad eco-

nómica. Nuestro sector emplea a 60.000 personas de forma directa y a un número similar de forma indirecta, por lo que su estabilidad y crecimiento son esenciales para el bienestar de nuestras comunidades.

Foto: Gentileza Ambito.com

Comunicado oficial

IMA: “presente difícil” y aumento de “costos productivos” en la industria del mueble

De pag.: 13

y que tienden a mejorar su posicionamiento con el objetivo de aumentar la demanda. (Catálogos, información de interés del sector, sello IMA, entre otras).

Y, finalmente, Político y social, en donde se gestan

las alianzas que permiten el fortalecimiento transversal del sector y son sustento de herramientas a aplicar en otros departamentos.

Acuerdos y convenios colaborativos con instituciones, públicas y privadas; acciones de RSE y

políticas que tiendan al cuidado del medioambiente; beneficios económicos-financieros; ferias, encuentros, tanto nacionales como internacionales, etc.

“Hoy es fundamental la colaboración y participación activa de todos los protagonistas de la cadena.

Si son parte de la cadena de valor del mueble, ya sea fabricante, proveedor o comerciante, es un compromiso sumarse al Instituto del Mueble Argentino para desarrollar juntos una identidad, una fuerza conglomerada que lleve a la industria argentina del mueble a lo más alto

del prestigio y comercio internacional”, afirmó Bercovich.

Y agregó para finalizar:
- “Quienes se sumen como socios al IMA tienen automáticamente gran cantidad de beneficios exclusivos para ayudarlos a fortalecer y expandir sus negocios, tales como: newsletter semanal con noticias sobre la coyuntura y el sector; descuentos en asistencias técnicas en diseño, imagen de marca y perfil exportador; gestión de datos, orientado a pro-

fesionalizar el área de datos del sector; capacitaciones en diferentes temáticas estratégicas y coyunturales; y la posibilidad de las empresas del sector de participar en Proyecto Deseo, un vínculo productivo entre diseñadores industriales y empresas para desarrollar mobiliario innovador y posicionarlo en exposiciones y rondas de negocios;

- “Queremos hacer crecer al sector de manera profesional y sostenida, con contenido útil para los socios y con una vocación de transformación productiva necesaria para el mueble argentino”.

“Recesión severa”

Desde FAIMA, por su parte, concluyen:

La industria de la transformación mecánica de la madera está atravesando una recesión severa que afecta a todos los sectores de la cadena, desde los aserraderos hasta la construcción con madera.

Las caídas en la producción, los altos costos productivos y la disminución en el empleo son problemas comunes que deben ser abordados con urgencia para evitar un mayor deterioro del sector.

Es crucial implementar políticas que promuevan la reactivación económica, faciliten el acceso al financiamiento y mejoren las condiciones de competitividad de las empresas, especialmente las PyMEs, que son fundamentales para las economías regionales y el empleo local.

En este contexto, esperamos poder trabajar mancomunadamente con el sector público para buscar soluciones que posibiliten la continuidad económica de las empresas del sector, con su consecuente impacto positivo sobre el empleo y la actividad económica.

Nuestro sector emplea a 60.000 personas de forma directa y a un número similar de forma indirecta, por lo que su estabilidad y crecimiento son esenciales para el bienestar de nuestras comunidades.

Foto: Gentileza La Nueva Mañana de Córdoba.



La **Colección Decorativa 24+** ofrece una variedad de diseños con acabado metálico para brindar elegancia a los ambientes. Su superficie tiene una terminación visual y táctil que reproduce un metal finamente lijado. Todos los diseños cuentan con el canto combinado en tono, brillo y textura.



Download on the App Store



GET IT ON Google Play

Descargue la App y solicite su muestra A4



EGGER

MORE FROM WOOD.