

En línea....!

maderamen.com.ar
Una clara propuesta editorial

Información actualizada día a día

Año XXX N° 195- Agosto 2025

La primera edición de la Feria de la Madera y el Mueble se desarrollará del 2 al 5 de octubre en Costa Salguero, organizada por la Federación Argentina de la Industria Maderera y Afines (FAIMA) y el Instituto del Mueble Argentino (IMA). Ver.: Pag.: 3



Las ventas minoristas de muebles y productos para el hogar cayeron en julio de 2025 un 6,7 por ciento respecto de julio de 2024, a la vez que mostraron una contracción del 3,1 por ciento respecto de junio de 2025. Ver Pag.: 7



D&F Muebles

Diseño y Fabricación de Muebles

Entrevista exclusiva

“Argentina tiene que trabajar planificando al mediano y largo plazo”

D&F Muebles se entrevistó en exclusiva con Francisco Estruga, Director de Marketing y Ventas de EGGER Group para América latina. “Argentina tiene que trabajar planificando al mediano y largo plazo, independientemente del gobierno que esté. En Argentina tenemos buen diseño, mucha creatividad y mucha adaptabilidad. Bueno, eso hay que ponerlo en los planes de negocios”, señaló Estruga en las oficinas de la compañía en el microcentro porteño, en las que recibió a D&F Muebles.



EGGER invirtió recientemente en Concordia en una renovación tecnológica de todas las molduradas y todas las líneas de packaging, con un incremento en velocidad y en productividad.

- Hubo el año pasado apertura de importaciones.

- La apertura de las importaciones es un gran desafío, que implica también una gran oportunidad. Creo que tener competencia siempre es bueno y sano, después hay que ver que las reglas de juego de las competitividad sean similares. La competencia te obliga a innovar, a dar mejores servicios, a lanzar novedades. Nosotros como empresa global tenemos la

Continúa en Pag.: 2 '3

Entrevista exclusiva

Silla en paraíso “Raíces”, inspirada en la naturaleza de la selva misionera

D&F Muebles se entrevistó por Zoom con los diseñadores cordobeses Martín Beruatto Pérez y Gabriel Ferreyro, creadores de la silla “Raíces”. Este diseño en madera de paraíso resultó ganador de la categoría profesional en el primer Concurso Nacional de Diseño Veta Creativa que organizó la empresa misionera Dimadera SRL. “Tuvimos que analizar la empresa, darle una identidad misionera al producto, tratar de resaltar los aspectos que caracterizan a la provincia”, explicó Ferreyro.



Raíces está fabricada en paraíso y, como si fuera una foresta, surge robustamente desde el suelo y se estiliza en su parte superior.

- Ustedes fueron premiados en la categoría profesional del concurso organizado por la empresa Dimadera SRL con el diseño “Raíces”. ¿Cuáles fueron las características del concurso y cómo accedieron a él?

Martín Beruatto Pérez - La información del concurso me llegó a mí por parte de Gabriel (Ferreyro). Nosotros desde el año pasado habíamos hablado de hacer algo propio, queríamos trabajar juntos. Llegó Gabriel con la propuesta del concurso, que parecía una muy buena prueba para ponernos de acuerdo en cuanto a tiem-

Continúa en Pag.:8'9

Entrevista exclusiva

Sinlac y el despegue a partir de la instalación de una planta propia de resina

Ver en Pag.: 4

Industriicidio

Sigue el ajuste en el Gobierno: se van los secretarios PyME y de Industria

Ver en Pag.: 5

NUEVO

ACCESORIOS DE COCINA

¡MÁS ORDEN, SIN REFORMAS!

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

eurohard.herrajes eurohardherrajes

Entrevista exclusiva

“Argentina tiene que trabajar planificando al mediano y largo plazo”

De Pag.:1

oportunidad de traer a Argentina productos realmente distintos, como son Compact Laminates, PerfectSense, Feelwood. De hecho, estamos lanzando una colección de pisos 2025 con tres variantes renovadas, con 15 diseños y 15 texturas. Estamos trayendo un concepto nuevo que es el Interior Match, que es la solución para el mueble y el piso de un revestimiento, hechos con un mismo diseño y una misma textura, pero con materiales distintos. Se pueden tener el piso, el revestimiento y el mueble en sincronía. Con la apertura de importaciones te animás a traer soluciones nuevas a los mercados.

- EGGER en este momento tiene las líneas de pisos, paneles y molduras.

- La continuación de un piso con una puerta placa, combinando la veta en el

cantes han sostenido que la única salida que hay ante una gran apertura importadora es competir a partir del diseño.

- Por supuesto. Es diseño, novedades, servicio, respuesta inmediata, entrega inmediata. Es entender lo que realmente está necesitando el consumidor. Nosotros estamos haciendo lanzamientos de la nueva colección donde estamos entrenando a los instaladores, a las fuerzas de ventas de EGGER Haus, pero en paralelo estamos mostrando a arquitectos y decoradores los nuevos materiales. En tiempos de apertura el commodity está cada día más demandado y



Francisco Estruga, Director de Marketing y Ventas de EGGER Group para América latina.

para este tipo de mercados.

- Sí. Es una red que para nosotros es realmente muy potente, sobre todo en productos de valor agregado. Y ellos también han invertido fuertemente en sus

final del futuro, y eso se transmite a distribuidores, arquitectos y carpinteros en charlas sobre tendencias. En el Instagram tenemos todas las herramientas digitales que EGGER posee en un solo link. Hay un montón de contenido para todos los públicos.

- Me parece que no estamos en una etapa en la que el precio sea un factor diferenciador.

- Algunos eligen por precio, por funcionalidad o por diseño. Y hay que tratar de darles soluciones a todos. Yo percibo un cambio. Hay gente que se ha adaptado al cambio que Argentina propone con mayor apertura y otros están esperando a que se revierta la situación económica, sin hacer nada distinto. Me parece que ahí hay un error. Me parece

que hay que segmentar y hay que elegir, y hay que planificar. Para mí los períodos de especulación se acabaron. Cada día más tiene que haber proyección, definir un target, ver los costos, ver a qué segmento llegás y a cuál no. Y desarrollar productos nuevos para llegar a los segmentos que se pretende llegar. Creo que cada día más va a ocurrir eso.

- En Argentina no hay rotación de muebles, algo que ha sucedido históricamente.

- Estoy totalmente de acuerdo, pero el mercado cambió de un año y medio para acá. El mercado ahora te propone libre competencia. Y, si este modelo económico viene para quedarse, hay que prepararse. Argentina tiene muchas barreras para importar y es costoso importar, pero me parece que Argentina tiene que adaptarse a lo que le va a tocar vivir, que nadie lo sabe.

- El mercado interno está deprimido en estos momentos. He leído que EGGER está exportando mayores volúmenes que en otras épocas.

- El metro cuadrado para construir en Argentina hoy es caro. ¿Es el metro cuadrado definitivo? Seguramente, no. Va a tener una transición de acá a un nuevo valor más cercano a lo que cuesta en otras partes del mundo. Pero el costo que tuvimos post Covid tampoco era cierto. Históricamente el costo de construcción del metro cuadrado era de US\$ 1.000, US\$ 1.500 el metro cuadrado. Post Covid pasó a ser de US\$ 600. Hoy está en US\$ 2.000. El fabricante de muebles sí tiene que pensar en cómo vende un mueble más económico, pero también tiene que pensar cómo hace un mueble de mayor valor agregado. Y su fábrica da para todo. Después hay que segmentar de su fábrica cuánto le destina al mueble de bajo valor agregado, cuánto al medio y cuánto al alto. Y eso es lo que lamentablemente falta en Argentina; planificación y objetivos respecto de qué se quiere trabajar. Nosotros tenemos una planificación anual y estamos trabajando la colección 2026 y 2028. Es así. Y Argentina tiene que trabajar planificando al mediano y largo plazo, independientemente del gobierno que esté.

- ¿Cuál es el target de los consumidores de paneles hoy? ¿Cuáles son las zonas que más demandan?

- Es muy parejo en todo el país. Hoy tenemos tres canales de distribución. Están los distribuidores, y dentro de ellos los EGGER Haus, que es venta genuina, no es especulación. Los industriales del mueble están vendiendo bien, a pesar de la importación, han mejorado el segmento de producto; y los home centers, cuyas ventas hoy están un poco más estables. Y en los tres segmentos de clientes crecieron las ventas. Yo creo que hay consumo en el segmento medio y para el segmento bajo, sin dudas, no es prioridad el mueble hoy en día.

- Hay algunos fabricantes que tienen mucho trabajo y otros no están trabajando nada.

- Hay que ver qué estrategia está adoptando cada uno. Yo creo que el volumen de ventas fue creciendo, se fue recuperando después de una caída brusca del mercado interno en

buen diseño, mucha creatividad y mucha adaptabilidad. Bueno, eso hay que ponerlo en los planes de negocios. Yendo a los volúmenes, los volúmenes se recuperaron muy bien en los últimos tres meses. Pero hay una estacionalidad muy marcada. Del Covid a fines de 2023 no hubo verano. Todos los veranos tuvieron la misma alta demanda que históricamente hay entre septiembre y noviembre. Entre 2021 y 2023 hubo una demanda única e irrepetible en nuestra industria. Del 2024 a lo que va del 2025, en los primeros dos meses la gente se va a disfrutar de la vida y de las vacaciones. No piensa en trabajar en una obra. En Argentina está habiendo primeros semestres malos y segundos semestres que se recuperan. Y las diferencias en volúmenes son sustanciales. Ahí tenés dos opciones: o salís a exportar, o bajás líneas o la stockeás. Nosotros somos una fábrica muy flexible y tratamos de tener las líneas con capacidades productivas a full y lo que el mercado argentino no lo consume, lo exportamos. Hoy estamos vendiendo mayoritariamente al mercado local, un 60 por ciento de la producción. El 40 por ciento se exporta. Y antes de 2023 se vendía el 70 por ciento al mercado local y se exportaba el 30 por ciento de la producción.

- ¿Cuál es el target de los consumidores de paneles hoy? ¿Cuáles son las zonas que más demandan?

- Es muy parejo en todo el país. Hoy tenemos tres canales de distribución. Están los distribuidores, y dentro de ellos los EGGER Haus, que es venta genuina, no es especulación. Los industriales del mueble están vendiendo bien, a pesar de la importación, han mejorado el segmento de producto; y los home centers, cuyas ventas hoy están un poco más estables. Y en los tres segmentos de clientes crecieron las ventas. Yo creo que hay consumo en el segmento medio y para el segmento bajo, sin dudas, no es prioridad el mueble hoy en día.

- Hay algunos fabricantes que tienen mucho trabajo y otros no están trabajando nada.

- Hay que ver qué estrategia está adoptando cada uno. Yo creo que el volumen de ventas fue creciendo, se fue recuperando después de una caída brusca del mercado interno en



Piso EGGER de alta resistencia, línea AquaDura.

mismo sentido es realmente extraordinario. Otro concepto que tiene EGGER es el de Decor Match, que es un mismo diseño en diferentes productos para diferentes usos.

- Diseñadores y fabri-

con menor precio. Siempre incentivamos a los EGGER Haus a que trabajen con productos con valor agregado. Nuestro norte es elevar la calidad del mueble.

- Los EGGER Haus se han vuelto fundamentales

negocios, no sólo en stock, sino también en máquinas de corte y de servicios. Lo que tenemos que buscar es la satisfacción del consumidor final. Nosotros analizamos tendencias globales y sabemos lo que está necesitando el consumidor

arn+salum
Innovación & estrategias

Dealer of
SP1 2020 CV TP

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

ESPECIALISTAS EN EL SECTOR MUEBLES

diseño de productos
imagen corporativa
arquitectura comercial
asesoramiento estratégico
formación

más diseño, más negocios

Producto FLEX para RICCHEZZE

Proyecto Diseño



"Nosotros como empresa global tenemos la oportunidad de traer a Argentina productos realmente distintos, como son Compact Laminates, PerfectSense, Feelwood", señaló el entrevistado. En la imagen se ve el uso de Laminados Compactos en oficinas.

diciembre de 2023. Hasta junio o julio de 2024 la situación fue muy mala, después hubo crecimiento en el resto de 2024. La estacionalidad hasta marzo de este año fue mala de vuelta y ahora se está recuperando. Respecto de los consumidores yo veo dos actitudes. La lógica matemática daba que, con la devaluación de Milei y

otro, no. Ahora, nadie tiene la bola de cristal para ver cómo le fue a cada uno en función de las estrategias que adoptaron.

- EGGER invirtió hace poco en molduras en la planta de Concordia.

- Sí. Nosotros todos los años invertimos aproximadamente US\$ 10 millones en mantenimiento perma-

EGGER maneja todas las exportaciones al resto de América latina?

- La fábrica nuestra provee a todo el mercado argentino, Uruguay, Paraguay, Bolivia, Chile, en algún momento vendimos en Brasil, y podríamos vender a cualquier mercado de Sudamérica o del mundo. Hoy estamos vendiendo en Sudamérica y tenemos toda la unidad de negocios de molduras que va a Estados Unidos y Canadá. La planta de Concordia es la única fábrica de EGGER en el mundo que produce molduras. Fue una diferencia que tuvimos nosotros y el grupo decidió mantenerla. La unidad de negocios de molduras nació en 2003.

- En Concordia producen molduras, paneles y pisos.

- No, los pisos se importan de Alemania. Acá tenemos una línea de producción de tableros aglomerados, dos líneas de producción de tableros MDF, tres líneas de producción de molduras, tres líneas de producción de melaminas - que se puede aplicar sobre



Mostrador hecho en tableros EGGER Feelwood Onyx Grey y Natural Halifax Oak.

Argentina cara, no comparamos nada porque los precios se van a acomodar. Muchos tomaron ese camino. Otros dijeron que había que adaptarse rápidamente a esa realidad porque no podían para su constructora o fábrica porque había que seguir trabajando. ¿Cuál es la nueva regla de juego? Innovación, cercanía, mix, stock. Obviamente, habrán revisado stocks y costos, pero algunos salieron a vender y otros siguen esperando que les vayan a comprar. Algunos renovaron páginas, activaron el Instagram, buscaron gente. Uno entendió que Argentina cambió y el

nente de la fábrica. La fábrica demanda US\$ 10 millones en mantenimiento. E invertimos US\$ 20 millones entre molduras y MDF. Se invirtió en una renovación tecnológica de todas las moldureros y todas las líneas de packaging, con un incremento significativo en velocidad y en productividad. Y en MDF se invirtió en un equipo que permite aumentar la capacidad de producción en un 8 por ciento en MDF 1. En definitiva, siempre estamos buscando optimización o aumento de capacidad productiva o eficiencia de todo tipo.

- ¿Desde Argentina

tableros de MDF o de aglomerados-, y una línea de folio para fondos de muebles. Después tenemos una línea chica de ranurado, que es una línea puntual y de nicho. PerfectSense, Feelwood, tapacantos y pisos provienen de fábricas europeas.

Fotos: D&F Muebles y gentileza EGGER.



Industria argentina

Feria de la Madera y el Mueble, del 2 al 5 de octubre en Costa Salguero

La primera edición de la Feria de la Madera y el Mueble se desarrollará del 2 al 5 de octubre en Costa Salguero, organizada por la Federación Argentina de la Industria Maderera y Afines (FAIMA) y el Instituto del Mueble Argentino (IMA). "Diseño, innovación y negocios en un solo lugar para proyectar a la industria nacional del mueble al mundo", señalaron desde la Federación. Fuente: FAIMA.



Sillón de Living que presentó Mobiliarios Fontela en Presento Design.

Con casi la totalidad del espacio ya reservado y la participación confirmada de destacadas empresas del sector, la Feria de la

Madera y el Mueble Argentino se perfila como el evento más importante de la industria del mueble en el país. Organizada por la Federación Argentina de

la Industria Maderera y Afines (FAIMA) y el Instituto del Mueble Argentino (IMA), la feria

Continúa en Pag: 6'

Miro
LACAS & BARNICES

EVOLUCIONEMOS JUNTOS

DESDE 1963

NUESTROS PRODUCTOS
NITROS · ACUOSOS · POLIURETANOS · LASUR
ALQUIDICOS · POLIESTERS · ACRILICOS
UREICOS · VIDRIO LIQUIDO · ADHESIVOS

www.mirosrl.com +54 9 11 4991-0528 Distribuidor oficial

Entrevista exclusiva

Sinlac y el despegue a partir de la instalación de una planta propia de resina

D&F Muebles dialogó con Macarena Cravero, directiva de Sinlac, para conocer sobre la actualidad de la empresa. “El crecimiento más notorio de la fábrica fue una inversión que hicimos para producir nuestra propia materia prima. Trajimos una planta completa que produce resina”, dijo Cravero. Eso les permitió controlar la calidad del producto mejorar en costos. La empresa radicada en Colazo, Córdoba, tiene 4.000 metros cuadrados cubiertos y cuenta con 30 empleados.

- La planta industrial ha crecido en los últimos años. ¿Cuáles fueron los sectores en los que se invirtió?

- El crecimiento más notorio de la fábrica fue una inversión que hicimos para producir nuestra propia materia prima. Trajimos una planta completa que produce resina y eso implicó que tuviéramos que cambiar infraestructura y hasta los transformadores de luz. También tuvimos que contratar más personal. Y estuvimos unos diez meses para ponerla en funcionamiento. Hoy la planta produce nuestra propia resina, que es alrededor del 80 por ciento de nuestro producto. Es decir, los poliuretanos para maderas y los catalizadores llevan resina, así que nosotros la producimos y después la utilizamos en los procesos de Sinlac. ¿Qué le permitió esto a la fábrica? Controlar la calidad del producto desde la materia prima hasta el elaborado final y mejorar en costos. También por eso tenemos



Vista aérea de la planta de Sinlac en Colazo, Córdoba.

resinas se incorporaron tres personas, pero aún no trabaja al 100 por cien de su capacidad y opera durante tres o cuatro días a la semana. En el futuro se debería producir cinco días a la semana y en doble turno.

- ¿Es por la falta de demanda en el mercado interno? ¿Evaluaron la posibilidad de exportar?

- Sí, la posibilidad de exportar está en estudio. La demanda interna bajó un poco y no salimos a ofrecerla a otros potenciales clientes locales.

resina sí estamos siendo más competitivos con relación al mundo. Estamos en ese proceso de validación. Producimos alrededor de 200.000 kilos de resina por mes.

- ¿Fabricar resina les permitió tener mayor variedad de producción de pinturas?

- Por el momento no hemos desarrollado nuevos productos. Si nos permitió mejorar mucho la calidad en el producto que ya veníamos haciendo.

- ¿Tienen logística propia? ¿Cómo trabajan en

Misiones, Chaco, Buenos Aires, La Pampa y llegamos a todos.

- ¿Venden directamente a fábricas o tienen distribuidores?

- Tenemos redes de distribuidores en los principales puntos madereros del país. Y en otras zonas en las que no hay distribuidores atendemos a los clientes directamente de fábrica.

Actualidad del mercado

- ¿Cómo ves el mercado hoy? ¿Cómo les fue en FITECMA? Hubo movimiento de visitantes, ¿eso se trasladó en pedidos o en ventas?

- En junio y en julio tuvimos un repunte en las ventas, que creemos que fue como consecuencia de la feria. Hubo muchas consultas, mucha gente interesada. Los otros distribuidores que participaron de FITECMA también se llevaron un montón de contactos y fueron visitados por potenciales clientes. A nosotros nos sirvió mucho la feria.

También es verdad que hacía tres años que no se realizaba y uno no ve seguido a algunos clientes, entonces está bueno reencontrarse con personas que ya confían en nosotros. Estuvo bueno. Sí es verdad que bajó el consumo, pero FITECMA fue una gran oportunidad para las ventas.

- ¿En qué porcentaje bajó el consumo? ¿Cómo

ven ustedes al mercado, al ser la base del acabado del mueble?

- Hay altibajos, pero la caída del consumo es de entre el 15 por ciento y el 20 por ciento. Pero en julio repuntó, tuvimos buena venta. Mes tras mes los números son distintos.

- Hemos hablado con fabricantes de muebles y algunos están trabajando muy bien y otros muy mal.

- A nosotros nos pasa que hay clientes que comprar mucho y clientes que compran casi nada. Al consultarlos, muchos te dicen que no venden, pero otros compran mucho. Es muy cambiante.

- ¿Han podido detectar mayor o menor demanda por zonas geográficas del país?

- No, no por zonas, pero sí creemos que los muebles con más diseño o más innovadores se están vendiendo mejor que los muebles tradicionales de rotación. Pero no lo tenemos muy estudiado. Y el mueble de rotación tiene más competencia con los productos que están entrando de afuera.

- ¿Con la reciente inversión cómo se ha posicionado Sinlac respecto de los productos importados?

nos repercute tanto el ingreso de productos de afuera porque seguimos siendo competitivos. Lo que sí ha sucedido es que antes no podíamos pensar en exportar porque no éramos competitivos y ahora sí, por eso estamos tramitando los permisos para poder exportar.

- Supongo que esta inversión también les da la posibilidad de brindar un mejor servicio a los clientes, con mejor manejo de stock para una rápida satisfacción de pedidos.

- Sí, sí, eso sí. Tenemos stock de los productos que más piden nuestros clientes y, si no, tenemos la posibilidad de dar una rápida respuesta. Eso es lo bueno de poder tener la fábrica: si entra un pedido que es urgente lo podemos poner inmediatamente en producción. Se resuelve.

- Si la demanda se recupera, ¿qué capacidad de respuesta tiene la fábrica? ¿Pueden captar una eventual mayor demanda de producto o van a destinar un porcentaje al mercado externo?

- La fábrica está preparada para producir más si es que aumentara la demanda. Nosotros hemos llegado a producir 2,5 millones



Sinlac invirtió US\$ 500.000 en una planta para producir resina.

Mencionaste que han mejorado en calidad.

- Y en precio. Nosotros siempre hemos tenido precios muy competitivos. Es parte de la base y de la filosofía de la fábrica y con la incorporación de la fábrica de resina hemos podido bajar muchos precios. Respecto de los productos importados, a nosotros no

de litros anuales, no habría problemas para abastecer un aumento de demanda.

- ¿Están lanzando nuevos productos?

- No, no vamos a lanzar nuevos productos, pero sí estamos haciendo muchos desarrollos personalizados. Eso sí nos pasa con muchos clientes. Vienen a



Las ventas de Sinlac se han reducido entre un 15 por ciento y un 20 por ciento este año.

precios muy competitivos.

- ¿De qué monto fue la inversión?

- Fue de más o menos US\$ 500.000.

- ¿Toda la resina que utilizan es de fabricación propia?

- Por el momento producimos nueve tipos de resinas y compramos sólo una, que aún no hemos desarrollado. Para la fábrica de

Podríamos vender solamente la materia prima a otras fábricas de pintura.

- ¿Piensan exportar productos terminados o resina?

- Por ahora estamos haciendo todos los trámites para exportar resina. Y respecto del producto terminado antes no éramos competitivos en costos, pero ahora que producimos

cuanto a atención al cliente?

- Tenemos un camión propio y una Traffic, y llegamos a Córdoba y Santa Fe con toda nuestra logística propia. Llegamos al resto del país con transportes tercerizados, con los cuales tenemos convenios para bajar las tarifas. Tenemos clientes en

Industria argentina

Feria de la Madera y el Mueble, del 2 al 5 de octubre en Costa Salguero

De Pag. 3

tendrá lugar del 2 al 5 de octubre de 2025 en el Centro Costa Salguero (CABA).

Será la única feria de este tipo en Buenos Aires y la primera en poner en escena, con entrada libre y gratuita, lo mejor del diseño, la producción y la innovación del mueble argentino.

Un encuentro que reúne a fabricantes, diseñadores, comerciantes, arquitectos, interioristas, mayoristas, minoristas y amantes del diseño para celebrar la creatividad, la calidad y la identidad de nuestra industria.

Los protagonistas

Reconocidas marcas y empresas de la industria del mueble ya confirmaron su presencia, entre ellas, la fábrica de colchones y muebles La Cardeuse y también Color Living, especialista en diseño y producción de muebles, sillones y sofás, sillas y mesas de madera.

No falta nunca la presencia de Valenziana, con su amplia y siempre renovada propuesta en muebles para el hogar, dormitorios de bebé, niños y adultos, así como todo lo más buscado en mobiliario para livings y comedores.



Cama Calm también se exhibió en Proyecto Deseo 2024.

Debuta desde Misiones Araucaria, una marca que adora a la madera, para crear ambientes y hogares con diseños cálidos, artesanales y perdurables. La versatilidad, practicidad y toda la funcionalidad en diseños de muebles súper prácticos y fáciles de armar que vienen en caja de Muebles Orlandi.

Desde Colazo, en Córdoba, Inmacol presenta su oferta de muebles macizos de madera.

Metal Franch, una firma dedicada a la fabricación y

comercialización mayorista de muebles de caño nacida hace más de 40 años también se presentará en la feria, al igual que Grupo Tem, que desde hace más de 10 años se especializa en crear en madera los sueños a medida de cada exigencia y necesidad de sus clientes.

Desde el corazón de San Fe, Dielfe lleva más de 45 años diseñando, fabricando y comercializando mobiliario de alta calidad para el hogar, la oficina y los espacios comerciales.

Y también desde Santa Fe, la fábrica de muebles Richezze mostrará su amplia gama de muebles para el hogar, con características que cuidan tanto los aspectos estéticos como funcionales a precios competitivos, en un entorno de excelencia operativa.

Indelama, una de las más grandes carpinterías de madera de América latina, también tendrá su stand para exhibir sus productos de alta gama. Y no podía faltar Vier Abinet, quienes desde hace más de 30 años deslumbran y vuelven realidad las más osadas ideas con madera.

Se subraya, además, la participación de la Cooperativa de Trabajo Construyendo Nuestro Camino, quienes desde San Fernando, capital nacional del mueble de pino, honran y reivindican el trabajo, la producción y la dignidad desde la economía popular. Conformada mayoritariamente por mujeres carpinteras, CO.NU.CA impulsa una forma de hacer muebles que no solo es artesanal y de calidad, sino profundamente social, comunitaria y formativa.

Una industria que crece en América latina

Según un informe reciente de Informes de Expertos, el mercado latinoamericano de muebles alcanzó US\$ 17.400 millones en 2024, y se proyecta que llegará a US\$ 28.100 millones en 2034, con una

tasa de crecimiento anual compuesta del 5,5%. Entre los impulsores de esta expansión se destacan el crecimiento de la clase media, el auge del sector inmobiliario y la vivienda, la demanda de mobiliario de oficina y el avance del e-commerce y la realidad aumentada.

En ese contexto, el mueble argentino tiene una enorme oportunidad para posicionarse a nivel regional e internacional como sinónimo de diseño, sostenibilidad y valor agregado.

Más que una feria: un espacio de identidad y proyección

La Feria no solo será una gran vidriera comercial, sino también un espacio de inspiración, formación y encuentro. Contará con:

- 2800 m2 de exhibición (con posibilidad de ampliación).
- Sectores diferenciados B2B (mayorista) y B2C (minorista).
- Venta directa al público.

- Posibilidad de acceder a stands "llave en mano".

- Participación abierta a fabricantes de muebles y bienes finales de madera: muebles, aberturas, pisos, placas, etc.

Además, el evento será el marco para la presentación de 24 prototipos desarrollados por el Laboratorio del Mueble Argentino, la evolución natural del exitoso Proyecto Deseo.

Esta iniciativa articula a fabricantes y diseñadores para proyectar el futuro del mueble argentino, con eje en sostenibilidad, creatividad e innovación.

A pesar de un contexto económico desafiante, el sector de la transformación mecánica de la madera sigue apostando al desarrollo, la capacitación y la creatividad como motores de crecimiento.

Con más de 60.000 empleos directos, una sólida base productiva y un perfil federal, la industria del mueble tiene todo para convertirse en una marca país, a la par de sectores como el vino, la moda o el conocimiento.

"Es hora de que el mundo descubra el valor y el talento que tiene el mueble argentino", afirma Pablo Bercovich, asesor de FAIMA en el IMA, institución que trabaja en una agenda integral de profesionalización, asistencia técnica, promoción y formación sectorial.

Laboratorio del Mueble Argentino

El Laboratorio del Mueble Argentino tiene como objetivo principal crear un vínculo productivo entre el diseño y la industria del mueble.

Para lograrlo, reúne a empresas fabricantes de muebles con destacados diseñadores, promoviendo la innovación y mejorando tanto la producción como la oferta de productos en el mercado.

Este esfuerzo conjunto busca no solo fortalecer la industria del mueble, sino también impulsar el diseño argentino a nuevos niveles de excelencia y competitividad.

Es un laboratorio de diseño en busca del mueble argentino de madera del futuro organizado por la Federación Argentina de la Industria Maderera y Afines (FAIMA), y el Instituto del Mueble Argentino (IMA).

¿Quiénes podían inscribirse?

Sólo se podían inscribir empresas fabricantes de muebles y colchones.

Si la empresa no es del rubro (metalmecánica, por ejemplo), pero quiere incursionar en el diseño y la fabricación de muebles lo podía hacer, siempre y cuando el producto final sea un mueble.

Los diseñadores no se podían inscribir por sí solos; únicamente podían hacerlo acompañando a una empresa fabricante.

Las empresas inscriptas serán evaluadas por FAIMA e IMA, que definirán si están en condiciones de participar o no.

Mejorar productividad

La convocatoria 2025 procura pensar, crear y ejecutar productos y sistemas de productos utilizando madera como material principal.

Pablo Bercovich, coordinador del Laboratorio, señaló:

- "Desde el Instituto del Mueble Argentino queremos promover, visibilizar y revalorizar el Mueble Argentino a lo largo y ancho del país;

- "Aspiramos a la mejora de la productividad para posicionar el mueble argentino e incrementar su visibilidad tanto en el mercado interno como externo, a través de la capacitación y la generación de valor e innovación en toda la cadena productiva y comercial del mueble".

The screenshot shows the website for D&F Muebles. At the top, there's a navigation menu with links for Inicio, Noticias, Ferias y Congresos, Mercados, Diseño, Empresas, Productos, and Más. Below the menu, there's a 'MERCADOS' section with several news items: 'Vietnam superó a China en 2024 como el mayor exportador de muebles a EE.UU.', 'La industria del mueble en América latina: perfil de algunos países seleccionados', and 'Producción industrial PyME de madera y muebles cayó en julio 14,6 por ciento'. At the bottom, there's a section titled 'Empresas en Línea' with logos for CADESA, EI EUROHARD, M. CASEROS, EGGER, HERRAJES ARB, MIRO, Cebe, DORKING, FRUND STARBA, FA PLAC, and Senla.

Relevamiento CAME

Ventas minoristas de muebles cayeron 6,7 por ciento interanual en julio

Las ventas minoristas de muebles y productos para el hogar cayeron en julio de 2025 un 6,7 por ciento respecto de julio de 2024, a la vez que mostraron una contracción del 3,1 por ciento respecto de junio de 2025.

Durante julio, las ventas en los distintos rubros estuvieron condicionadas por factores económicos que limitaron el consumo, como el endeudamiento de los hogares, el uso restringido del crédito y el aumento de los costos operativos.

Para sostener la actividad, los comercios recurrieron a promociones, cuotas sin interés y descuentos, mientras que en algunos casos se incorporaron servicios como entregas a domicilio o venta online.

Las compras se concentraron en productos de primera necesidad y montos bajos, con una fuerte planificación del gasto. Se registraron variaciones puntuales en el movimiento comercial vinculadas al cobro del aguinaldo y el turismo por las vacaciones de invierno, aunque sin alterar la tendencia general.

Respecto a la economía de los comercios, el 57,9% indicó que se mantuvo respecto al año anterior, mientras que un 30%

Variaciones porcentuales, por rubro. Junio 2025	Interanual	Acumulada	Intermensual desestacionalizada
Alimentos y bebidas	0,4	10,1	-5,6
Bazar, decoración, textiles de hogar y muebles	-6,7	8,5	-3,1
Calzado y marroquinería	-2,5	6,5	-4,5
Farmacia	0,9	10,1	-6,6
Perfumería	1,8	12,0	-7,3
Ferretería, materiales eléctricos y de la construcción	-1,9	6,6	-2,0
Textil e indumentaria	-5,1	3,1	-4,3

El rubro muebles tuvo en julio la mayor caída interanual de los siete rubros relevados.

surge que, de los siete sectores relevados, sólo tres registraron variaciones interanuales positivas. "Perfumería" encabezó el crecimiento con un 1,8%, seguido por "Farmacia" (0,9%) y "Alimentos y bebidas" (0,4%).

En sentido contrario, cuatro rubros presentaron caídas. "Bazar, decoración, textiles para el hogar y muebles" mostró la mayor retracción con un 6,7%, seguido por "Textil e indumentaria" (-5,1%), "Calzado y marroquinería" (-2,5%) y "Ferretería, materiales eléctricos y de la construcción" (-1,9%).

En los comercios del interior se notó algo más de movimiento por el turismo invernal. Las compras fueron mayormente planificadas y de bajo ticket.

En muebles, en cambio, se mantuvo la cautela, con escasa rotación de productos y alta dependencia de ventas financiadas.

Se destacó la preocupación por la caída de ventas en comparación con el año anterior y la pérdida de rentabilidad frente al aumento sostenido de los costos operativos. Varios comercios mencionaron que la falta de financiamiento impide capitalizar momentos de mayor flujo

sobre la evolución del consumo en los próximos meses. Algunos casos reflejaron situaciones particulares como cierres de sucursales, problemas con normativas municipales o un deterioro del entorno urbano que limita la afluencia de público.

Alimentos y bebidas

En julio, las ventas del rubro Alimentos y bebidas estuvieron influenciadas por diversos factores.

La caída del poder adquisitivo se mantuvo como una de las principales restricciones al consumo. Las vacaciones de invierno generaron efectos contrapuestos: mayor consumo en el hogar, pero menor circulación en

zonas comerciales.

El clima frío favoreció el consumo de determinados productos, en especial alimentos de estación. Por último, las promociones y descuentos funcionaron como incentivo en algunos segmentos.

Desde los comercios se observa un entorno económico incierto, con dificultades para trasladar aumentos de costos al precio final. Se destaca la búsqueda de precios bajos por parte de los consumidores y un nivel de ventas que, en muchos casos, sólo alcanza para cubrir lo justo.

Algunos negocios recurrieron a servicios de entrega a domicilio o financiación como estrategias de contención. También se mencionaron obstáculos como la presión impositiva, el aumento de tarifas y la competencia de grandes cadenas. En general, el rubro continúa operando con márgenes reducidos y escasa capacidad de recuperación.

Calzado y marroquinería

Durante el mes relevado, las ventas del rubro Calzado y marroquinería estuvieron influenciadas por la estacionalidad de las vacaciones de invierno, que generaron variaciones en el flujo de clientes.

La presencia de promociones y liquidaciones actuó como incentivo de compra, especialmente combinadas con el pago con tarjetas en cuotas. El aguinaldo y los bonos provinciales incidieron en el

consumo, aunque el bajo poder adquisitivo limitó su impacto.

Factores como el incremento de costos operativos, los aumentos de impuestos y el encarecimiento de insumos condicionaron la rentabilidad. También se observaron cambios en los hábitos de compra, con mayor uso de canales online.

Entre las observaciones generales se destacó la menor circulación de personas en las zonas comerciales y la comparación desfavorable con junio por el efecto del Día del Padre.

Algunos comercios extendieron horarios de atención y realizaron descuentos para sostener el nivel de ventas, mientras que otros reportaron dificultades para reponer stock.

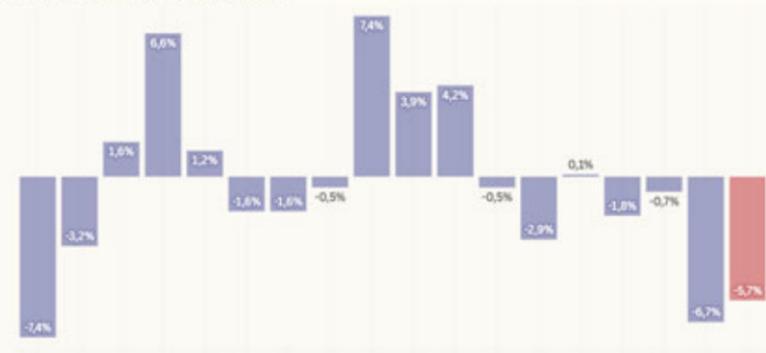
La competencia con ventas informales y productos importados incidió en la dinámica del mercado. El turismo aportó un flujo adicional de clientes, aunque no representó un impulso significativo para el rubro. La situación económica general y la caída del poder adquisitivo continuaron siendo factores determinantes.

Farmacia

Las ventas estuvieron influenciadas por factores económicos como la baja en el poder adquisitivo, los bajos salarios y la falta de dinero en circulación. A esto se sumaron aumentos sostenidos en los costos operativos y de insumos,

Continúa en Pag: 12

Variación intermensual, histórico. Últimos 18 meses. Serie desestacionalizada.



Variación intermensual de los últimos 18 meses.

(2,5% más que el mes anterior) afirmó que empeoró.

Por otro lado, el 49,2% de los comercios relevados mantiene que la situación económica de su negocio mejorará de cara al próximo año, mientras que la cantidad de encuestados que cree que será peor creció respecto al mes anterior, estableciéndose en el 10,1%.

Del análisis por rubro

Bazar, decoración, textiles de hogar y muebles

En julio, el rubro mostró un leve repunte respecto al mes anterior, especialmente en artículos pequeños vinculados al hogar.

Las ventas estuvieron impulsadas por promociones puntuales, medios de pago con financiación y el cobro del aguinaldo, aunque no alcanzaron a revertir del todo la retracción acumulada.

de clientes.

También se señaló la complejidad del contexto económico y político, que genera incertidumbre

TORNILLOS CASER INDUSTRIA ARGENTINA

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

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

FRUND STARK

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

FRUND STARK SA

SYLVESTRE BEGNIS 2270 (PAER) S2300BDJ - RAFAELA (SF) ARGENTINA

+54 (3492) 579097 - +54 (3492) 636896

VENTAS@FRUND-STARK.COM.AR - ADMINISTRACION@FRUND-STARK.COM.AR

WWW.FRUND-STARK.COM.AR

Entrevista exclusiva

Silla en paraíso “Raíces”, inspirada en la naturaleza de la selva misionera

De pag.: 1

pos, a necesidades particulares de un proyecto. El concurso tenía algunos requerimientos particulares: el diseño tenía que ser de una silla de comedor en pino o en paraíso, inspirada en la naturaleza de la selva misionera porque Dimadera SRL es una empresa de Misiones.

Gabriel Ferreyro- Yo había visto el concurso difundido en Instagram por personalidades del diseño a las cuales yo sigo. Lo tomé como una prueba para ver cómo trabajábamos en conjunto. Porque nosotros nos conocemos de la facultad y una cosa es ser amigos y otra es trabajar juntos. Fue una muy buena oportunidad y estamos súper contentos con el resultado.

- *Hablemos del proyecto, la silla Raíces. ¿Qué características tiene el diseño? ¿Cómo llegaron al producto final?*

GF- El concepto de diseño ya estaba bastante encaminado, porque el brief de diseño que presentó Dimadera SRL ya estaba bastante definido. Tuvimos que analizar la empresa, darle una identidad misionera al producto, tratar de



El respaldo cóncavo “da una característica de soporte; buscamos que fuera acogedor”, explicó Beruatto Pérez a D&F Muebles.

resaltar los aspectos que caracterizan a la provincia. Tratamos de buscar simbología en la cataratas, en la selva misionera, en los árboles autóctonos de Misiones. Y en cada aspecto de la silla tratamos de trasladar un resumen abstracto de cada una de estas simbologías para comunicar una identidad misionera.

ra. Siempre manteniendo la estética tradicional que tiene Dimadera SRL. Nuestro objetivo siempre fue que la silla se viera como un producto de ellos.

MBP- Nosotros le dimos una impronta propia, pero siempre respetando la identidad de Dimadera SRL. Para que se pueda ver como parte de la empresa.

- *¿Cuáles son las particularidades de Raíces dentro de esta impronta acotada que ustedes le dieron? ¿Por qué se destaca ó Raíces?*

MBP- No sabría decirte la razón por la que se destacó, no pudimos ver los

“Tratamos de buscar simbología en la cataratas, en la selva misionera, en los árboles autóctonos de Misiones”, dijo Ferreyro.

otros productos participantes. Sí desde Dimadera SRL nos dijeron que ellos vieron a la silla como algo que ellos podían tener y que estaba bastante avanzada desde el punto de vista técnico productivo. Nosotros tratamos de hacer un embudo de ideas con medidas, ángulos, radios, siempre respetando las capacidades productivas de la empresa. Alcanzamos a obtener parte de esa información de la página web de la empresa. Creemos nosotros que ése fue un punto a favor. A nuestro criterio las líneas que hacen más distintiva a la silla son ángulos en la pata trasera, que le dan delicadeza pero también un buen soporte, lo que la hace útil y funcional. Y tratamos de darle carácter desde diferentes vistas. Al ser cóncavo el respaldo da una característica de soporte; buscamos que fuera acogedor. Y las patas tiene cierta conicidad, es como que se van afinando desde la punta, para darle robustez en el suelo y haciendo alusión a la naturaleza selvática y a las raíces.

- *Da la impresión de ser un producto refinado y original.*

MBP- Quisimos darle distinción al diseño, sin llegar al punto de que fuera un objeto de culto. Era un balance complicado de llevar, pero salió bien.

- *¿Hicieron prototipos? ¿La silla ya está en proceso de producción?*

MBP- Dimadera SRL gestionó el prototipo y estamos haciendo los ajustes que tiene todo proceso de diseño que lleva del concepto al producto. Sabemos que han presentado un prototipo hace poco. El producto está en desarrollo.

GF- Está en proceso de ajuste porque nosotros presentamos, obviamente, una idea y no teníamos la cer-



Versión de silla “Raíces” con apoya brazos

teza exacta de la capacidad productiva de la empresa. Por lo que nos comentaron y por lo que hemos visto ellos están haciendo una apuesta por el diseño en Argentina. Afortunadamente, estamos siendo parte de eso. A nosotros nos interesa que la silla pueda ser parte del catálogo.

Estudio en formación

- *¿Ustedes tienen un estudio de diseño en conjunto o trabajaron unidos solamente para este proyecto?*

MBP- Sí, tenemos un estudio que al que estamos tratando de dar los últimos ajustes para lanzarlo oficialmente.

GF- Todo comenzó con este proyecto. Fue como una prueba para ver qué tal era trabajar juntos. Salió bien y nos largamos a armar un estudio en conjunto. Pero todavía estamos terminando de definir cuestiones comunicacionales.

MBP- Estamos tratando de cerrar todo lo relativo a la marca para tener la carta de presentación bien pulida y poder arrancar con proyectos propios. Se llama Mosto, que fue el seudónimo con el que nos presentamos al concurso.

- *¿Ya han tenido experiencias trabajando en el sector del mueble?*

MBP- Yo, personalmente, no. Gabriel, sí.

GF- Trabajé un año en Tienda Inventario en Córdoba con Esteban Labarthe, más que nada haciendo mobiliario para el sector gastronómico. Y después trabajé dos años en Casa Capital, el estudio

de diseño de Gastón Luna y Sol Giraud, haciendo de todo un poco. Estuve tanto en la parte de diseño como en la de gestión de productos, trato de proveedores, control de calidad.

- *Ahora que están lanzando el estudio de diseño propio, ¿cuál es su opinión sobre la actualidad del diseño y del mercado del mueble en general hoy en Argentina?*

MBP- Yo estoy en Córdoba y he notado que hay estudios de diseño y fábricas pequeñas con productos bien curados. He notado que hay un crecimiento en esos pequeños participantes, pero que tienen mucha tracción. Creo que hay potencial para hacer más y mejor. Respecto del diseño he notado que hay un crecimiento. Vemos que hay futuro en el diseño en el país, más considerando la capacidad de las personas que trabajan. Yo lo miro con esperanza, todavía con muchos desafíos. Particularmente, respecto de soluciones en logística, cadena productiva, trato con proveedores. Pero como en cualquier tipo de trabajo en el que hay que lidiar con proveedores. La mirada es esperanzadora. Difícil, obvio, arrancar nunca es fácil. Pero con esperanza.

GF- Coincido con Martín. La existencia de este tipo de concursos, que no son tantos, dan mucha visibilidad y es una muy buena forma de aportar valor al producto argentino. Hay muchísima gente con muy buenas ideas que muchas veces por cuestio-



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



Detalles de terminación de "Raíces".

nes económicas o por la imposibilidad de materializar esas ideas. Ésta es una muy buena herramienta para hacer realidad esas ideas.

MBP- Hay talento. Nosotros ganamos el concurso en la categoría profesional y pude conocer al alumno que ganó en la categoría estudiante, que es de la Facultad de Córdoba. El producto que él diseñó está muy, muy bueno. Fue muy sólido y estuvo muy bien logrado. Hay con qué. Hay talento y hay ganas.

Demanda de diseño

- ¿Hay demanda de diseño en este momento en Córdoba, en un contexto de pocas ventas? ¿O ha aumentado la necesidad de diferenciarse ante esta falta de ventas y las empresas están buscando más diseñadores?

MBP- No sabría responderte esa pregunta. Me fal-

tan conocimientos puntuales del contexto. He estado metido mucho en el diseño de la silla y también en el



Dimadera SRL comenzó a fabricar prototipos de la silla en su planta industrial de Leandro N. Alem, Misiones.

desarrollo de la marca de nuestro estudio, entonces no he hablado mucho con proveedores. Sí creo que diferenciarse es importante

nes con proveedores, ¿tenés alguna posición o información que puedas aportar en este aspecto?

GF- Yo hace ya un año

que no estoy en Argentina, así que no tengo información completamente actualizada, pero puedo hablar en primera persona de lo

para cualquier empresa, más en este contexto. Pero no sabría darte números particulares al respecto. Yo quizás caigo en la inocencia de creer que si el producto está bien diseñado y está bien hecho, se va a vender. Pero quizás se inocente de mi parte (risas).

- Gabriel, vos que has trabajado en estudios y has tenido gestiones

que he vivido. Sí creo que más empresas están valorando el diseño. Creo que fue y es todavía un poco difícil el rubro del diseñador en una empresa porque muchas veces la mayoría de los diseñadores que conozco son profesionales que emprenden. Entonces se encuentra muchísimo diseño en los emprendimientos y por ahí en las grandes series de producción se tiende a caer un poco más en un diseño más tradicional y conservador. Creo que hoy en día se busca mayor diferenciación, como el concurso de Dimadera SRL en el que participamos. Ésta es una empresa con características de producción masiva de mobiliarios que necesita diferenciarse del resto de los competidores. Tanto con el proyecto del concurso como con sillas anteriores que presentaron el año pasado en el Salón del Mueble, una diseñada por Jonny Gallardo, muestran indicios de que es necesario ese valor extra que aporta el diseño en la empresa.

- No sabía que no estabas en el país. ¿Dónde estás radicado, Gabriel?

GF- En Alemania, en el noroeste. Vine a Alemania por mi novia y tengo proyectos freelance, no estoy de empleado fijo en alguna empresa relacionada al diseño.

- Mosto te vuelve a conectar con la Argentina y con el diseño, de alguna forma.

GF- Sí, sí. Siempre sentí una conexión muy fuerte con mi tierra y desde que empezamos con este proyecto... Hoy justo lo hablábamos, estoy todo el día pensando en el proyecto de la silla y en otros proyectos que tenemos con Mosto. Quisiera recalcar la importancia del diseño argentino en la industria. Sobre todo en un mundo donde cada vez existe una mayor interconexión, una mayor globalización y relación entre los países. Muchas veces se piensa en diseños extranjeros y nosotros desde nuestra idiosincrasia tenemos muchísimo para ofrecer. El diseño destaca y diferencia muchísimo un producto y está buenísimo valorarlo y que la industria lo valore, lo adopte y lo muestre.

Imágenes: Gentileza diseñadores Martín Beruatto Pérez y Gabriel Ferreyro.

Salón de Milán

Sillones, todas las últimas innovaciones combinando confort y diseño

La edición 2025 del Salón del Mueble de Milán volvió a posicionarse como un faro para la industria. Con diseños suaves, envolventes, versátiles y relajantes: las últimas tendencias celebran soluciones sofisticadas con una estética refinada, siempre con la mirada puesta en la sostenibilidad.

La palabra clave es confort. Esta es la característica distintiva de los últimos sillones presentados en el Salone del Mobile.Milano. Formas esculturales y envolventes, capaces de dotar de carácter a cualquier interior, se combinan con soluciones versátiles diseñadas para vivir con

sonalizables y a medida.

Tulip F550 es un auténtico clásico de Artifort, diseñado por Pierre Paulin. Una síntesis perfecta de elegancia, confort e innovación, este sillón destaca por su versatilidad y su impecable ergonomía.

Inspirado en los pétalos de un tulipán, su forma



Trinchera, Acerbis - Ph. Ruggero Scardigno.

libertad en la propia zona de confort.

Se ha prestado especial atención al estudio de la ergonomía y a la elección de materiales, que se adaptan cada vez mejor a una gama de entornos diferentes, respetando plenamente el medio ambiente.

Como Trench de Acerbis, que encarna la visión de Philippe Malouin: una colección que reinterpreta el concepto de asiento tapizado a través de nuevas proporciones y una estética minimalista.

Su forma pura, casi primordial, tiene una presencia escultórica que sorprende por su excepcional confort. Este sillón logra una refinada sensación de ligereza visual, acentuada por una estructura que parece suspendida del suelo.

Los reposabrazos, disponibles en versiones fijas o como soportes independientes, pueden colocarse libremente, ofreciendo una experiencia de confort per-

escultural acoge delicadamente el cuerpo, ofreciendo una experiencia de asiento envolvente y confortable. Sus generosas capas de espuma aumentan su suavidad, garantizando el máximo confort.

Vilhem de Blå Station es un sillón modular versátil con una carcasa de madera moldeada por compresión. El reposabrazos se puede configurar con acolchado opcional, al igual que el asiento, el respaldo y el cojín reposacabezas, que se pueden añadir individualmente o en combinación, según se desee.

También está disponible en la versión Supersoft, con estructura interna de acero, muelles de nozag y un lujoso acolchado tapizado en cuero para una comodidad superior.

Más diseños

El envolvente sillón Donald de Cierre 1972, diseñado por Marco Fumagalli. Su espacioso asiento tapizado está dise-

Continúa en pag.: 10

Memoria descriptiva de silla "Raíces"

Los diseñadores Martín Beruatto Pérez y Gabriel Ferreyro, socios de Mosto, enviaron a D&F Muebles la memoria descriptiva del diseño ganador del primer Concurso Nacional de Diseño Veta Creativa, organizado por la empresa misionera Dimadera SRL.

"Expresiones de vida que interactúan. Flora sólida, robusta y protectora.

Raíces está fabricada en paraíso, y como si fuera una foresta, surge robustamente desde el suelo y se estiliza en su parte superior. Líneas prolijas son trazadas para imitar de manera más controlada la relación que tiene cada árbol con su par.

Aguas que fluyen, nutren y conectan: el respaldo de Raíces ofrece una concavidad sutil y pensada para brindar confort, como si fuera un espejo de agua.

El asiento, a su vez, se muestra invitante con una superficie amplia, mientras que una leve cascada en la cara frontal de este, lograda por un radio dota de fluidez a la forma.

Fauna colorida, resiliente y que aprovecha el entorno: el usuario de Raíces se vincula mediante el respaldo y el asiento, que, mediante una paleta de colores inspirada en la selva misionera, permite adaptar diferentes estilos.

Texturas amables junto con materiales resistentes y de calidad, logran un producto más sostenible en el tiempo.

El vínculo del ser humano con la selva ha sido uno muy fuerte, que hoy día está tratando de renovarse. La selva rodea, contiene y sostiene.

Raíces busca reencontrar este vínculo, tanto como un homenaje como un hito, para que pueda encontrarse en cualquier ámbito, no sólo ocupando un espacio, sino también llenándolo de significado y sirviendo de recordatorio de lo que la selva puede ofrecer, sin dejarla en el olvido".

Salón de Milán

Sillones, todas las últimas innovaciones combinando confort y diseño

De Pag.: 9

ñado para ofrecer la máxima comodidad.

Las impecables costuras y las correas decorativas no son solo un refinado detalle estético, sino también la perfecta fusión entre diseño y funcionalidad, sujetando con elegancia el asiento sobre la sólida estructura de madera.

Las patas cruzadas aportan un toque gráfico y contemporáneo, creando un equilibrio armonioso entre ligereza visual y robustez estructural.

Connubia presenta Tender, el nuevo sillón diseñado por Michele Menescardi.

En una edición especial creada en colaboración con la reconocida marca de ropa deportiva técnica

Desmonte Moi, Paolo Nesi.



Estación BI.

Jaked.

Tapizado en poliéster 100% reciclado, Tender aporta un toque deportivo a la decoración del hogar, combinando funcionalidad, estética y respeto por el medio ambiente en un

solo producto.

Su estructura sin marco, combinada con la amplia gama de tejidos del muestrario, potencia su practicidad y sostenibilidad. Ligero y fácil de mover, gracias a su asa trasera



Diffrient Lounge, Humanscale.

vida contemporáneos.

Ligero y cómodo, Bio de Gemla Fabrikers se inspira en la tradición de la empresa en la producción de butacas de cine a principios del siglo XX. Fabricado en fresno macizo, destaca por su reposa-

curva envolvente y armoniosa.

El respaldo, ligero pero cuidadosamente estructurado, garantiza la máxima comodidad gracias a su rico acolchado revestido con tejidos naturales. Está disponible en acabado



Bio, Gemla Fabrikers.

integrada, es un sillón diseñado para adaptarse fácilmente a los estilos de

brazos de una sola pieza, curvado a mano y con una forma precisa que crea una

duro o teñido con aceite de

Continúa en pag.: 16



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

SELO DIE RESPALDO

Empresas en Línea

- CADESA, EUROHARD, M. CASEROS, EGGER, CASER, HERRAJES ARB, MIRO, Cebe, DORKING, FRUND STARKE, FA PLAC, Senla



Vibe, Sanca.

Owen, Poliform.



Producción y ambiente

Sostenibilidad en el Salón del Mueble 2025: un enfoque cada vez más sistémico

Entre los productos presentados en el último Salone del Mobile.Milano, muchas empresas destacaron por su enfoque cada vez más integrado para gestionar recursos, materiales y diseño. Texto de Giulia Zappa.

Este enfoque, que podemos denominar sistémico, abarca tanto las fases de diseño como la responsabilidad de los modos de uso de los consumidores finales, incluyendo naturalmente todas las etapas intermedias que definen la cadena de valor.

De hecho, los factores centrales son la capacidad de reducir las emisiones de la cadena de producción mediante el uso de medidas de eficiencia energética y tecnologías renovables, además del uso de materiales no tóxicos, certificados, reciclados y reciclables.

Los principios de la economía circular también están predominando. Cada vez más componentes están diseñados para ser reemplazados con el tiempo, con el fin de reducir la obsolescencia de un objeto.

Por no hablar de los intentos cada vez más publicitados de diseñar productos de calidad, que resultarán duraderos y se pueden transmitir de una



Knoll - Ph. Ruggiero Scardigno.

Arper es un pionero tanto en su aplicación de los principios de la economía circular como en sus esfuerzos por minimizar la deuda de carbono asociada a la producción de productos individuales.

En la feria, Arper presentó los últimos resultados de su investigación sobre materiales sostenibles: una actualización constante, como se desprende del uso de Papershell para la cáscara de Catifa 53.

presentó en el último Salone fue ideado con el potencial de ser reutilizado, con marcos de poliéster certificados diseñados para ser utilizados a tres años, y un estrado con listones de PVC que podrían ser fácilmente desmontados y reutilizados.

En la misma longitud de onda, Knoll también hizo su stand en el Salone del Mobile.Milano una demostración de su enfoque sistémico de la sostenibilidad. Diseñada por tercer año

de energía y agua y el uso de tintas naturales para sus fondos de pantalla.

No faltan ambiciones para el futuro, que como sabemos necesitan largos



Arper - Ph. Andrea Mariani.

bles y materiales reciclados y reciclables.

En la colección 2025, el asiento y la parte posterior de la silla SI Vibes de Meneghello Paoletti están hechos de plástico regenerado y certificado cuya textura está inspirada en los movimientos fluidos y armoniosos de las ondas sonoras.

El asiento al aire libre de Brezza Relax, de Alessandro Stabile, destaca como toda la línea Brezza de los últimos años por sus cubiertas extraíbles, para alargar su ciclo de vida.

La marca española Resol, que en el Salone también presentó la ampliación de su línea Baobab de sillas y mesas exteriores, se ha despedido del plástico verde y se está comprometiendo con el proyecto Green Thinking al uso exclusivo de plásticos post-consumidores.

En el campo de las telas interiores, hay muchas empresas que destacan por su ecosensibilidad.

Empresa especializada en la producción de tejidos jacquard de alta gama, L-Opificio presentó dos nue-



Knoll - Ph. Ruggiero Scardigno.

tiempos de aplicación. La compañía ya está trabajando en el lanzamiento de productos PVC FREE y Phthalate FREE, así como la sustitución de envases de plástico por envases biodegradables.

La misma visión sistémica también ha sido adoptada por Sácab. Por lo que se refiere a la producción, la empresa con sede en Coccaglio ha reducido el uso de combustibles fósiles a través de su sistema fotovoltaico y estrategias de eficiencia energética, y ya está estudiando cómo equilibrar sus emisiones de CO2.

Entonces está explorando métodos de producción circular. Cada producto está diseñado para garantizar que se puede eliminar con componentes desmantela-

dos. Aún en el tema de los nuevos productos, la marca alemana Brehl & Sippold fabricante de cero carbono desde 2017, presentó dos nuevos productos en el Salone del Mobile.Milano: All Together y Bongo Bay Lounge.

Estos aseguran la calidad del acolchado y la tapicería y el potencial de personalización ofrecido por la modularidad como formas de mantener el producto actualizado y cómodo.

La elección de materiales y componentes de alta calidad también lo hace la marca de iluminación japonesa, presente en la última edición de Euroluce. Además, cuenta con el uso de piezas intercambiables, fácilmente reparables y reciclables.

vas colecciones en el Salone desarrolladas en colaboración con Elisa Passino y Daniela Pinotti con STUDIOTAMAT.

Con un uso profundo y cuidadoso del color, las telas se producen por métodos que tienen un bajo impacto ambiental para garantizar la durabilidad y la seguridad en los espacios públicos y de hospitalidad donde se utilizan.

La colección R&B de Warli, una marca fundada por Paolo Zani en 1998 en el sector de la alfombra contemporánea, da una nueva cara a un material que aparentemente está destinado a terminar como verdedero.

Por cada metro cuadrado de alfombra, la empresa retira unas 100 botellas de



LAGO.

generación a la siguiente gracias a su carácter atemporal.

Muchas empresas se están movilizando, emitiendo verdaderos manifiestos y cartas que establecen en blanco y negro sus esfuerzos para minimizar su impacto ambiental, como hemos visto en la edición de 2025 de la Salone del Mobile.Milano.

Empresas

Entre las primeras firmas en crear un departamento dedicado a la sostenibilidad en la empresa en 2005,

Está destinada no sólo a promover el uso de un material neutro en carbono, sino también a redefinir nuestro concepto de belleza natural que perfecto, sino en todo caso mejor tanto para las personas como para el planeta.

En 2023, LAGO lanzó el LAGO Sustainability Circle, un acelerador de cambio sistémico que abarca y revisa sus métodos de producción en términos de cuidado ambiental e innovación de las personas.

De acuerdo con esta política, el estrado que LAGO

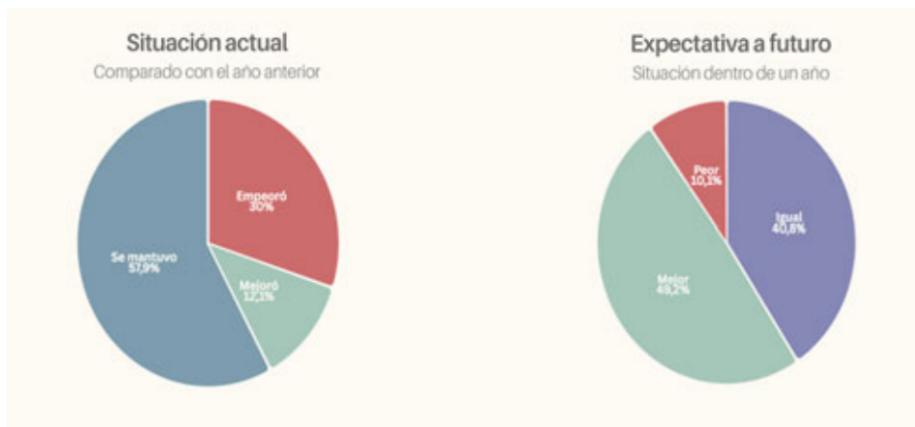
consecutivo por el estudio de arquitectura OFFICE, la instalación destacó por su estructura hecha de materiales reciclados y reutilizados, adaptados en cada edición de la feria para mostrar las nuevas colecciones.

La marca Jannelli & Volpi también tiene un proyecto de sostenibilidad.

En esta carta, la optimización y el seguimiento de sus procesos de producción incluye métodos que van desde la gestión ecológica de las materias primas y la reducción progresiva de los residuos hasta su consumo

Relevamiento CAME

Ventas minoristas de muebles cayeron 6,7 por ciento interanual en julio



Datos que marca la encuesta de CAME respecto de situación actual y de expectativas a futuro

De Pag.: 7

que impactaron en los márgenes del comercio.

La demanda se mantuvo estable por la temporada invernal y la persistencia de enfermedades respiratorias. El consumo se orientó hacia medicamentos esenciales y genéricos.

Las promociones y ventas en efectivo fueron estrategias comunes para estimular la demanda. En general, se observó que los nuevos puntos de venta colaboraron en sostener el volumen comercial.

La competencia con grandes cadenas llevó a pequeños comercios a apostar por servicios adicionales y atención personalizada. La temporada alta del invierno mantuvo activa la demanda, aunque la situación macroeconómica, la inflación acumulada y la incertidumbre electoral aportaron volatilidad.

El uso de tarjetas de crédito con cuotas ganó protagonismo. A pesar del contexto, algunos comercios lograron cierta estabilidad en precios y cantidades vendidas. La eficiencia en la gestión de costos fue clave para sostener la actividad.

Perfumería

Durante los meses relevados, la demanda mostró una tendencia estacional, con cierto repunte vinculado al Día del Padre y las vacaciones de invierno, aunque las ventas generales se mantuvieron bajas.

La prioridad de consumo de los hogares está centrada en alimentos, desplazando productos no esenciales. La presión de los costos fijos continúa siendo un factor determinante en la operatoria.

La falta de aumentos de precios desde junio refleja

un intento por mantener la competitividad. A esto se suma una percepción negativa generalizada sobre la dinámica comercial, con cierre de locales y dificultades para sostener la rentabilidad.

Las pequeñas y medianas perfumerías destacan la carga impositiva como un obstáculo relevante, especialmente en comparación con grandes superficies. Se valora la fidelización de clientes y el aprovechamiento de redes sociales como herramientas clave para sostener la actividad.

Ferretería, materiales eléctricos y de la construcción

El desempeño del rubro se vio condicionado por la baja del poder adquisitivo, el endeudamiento con tarjetas y la falta de circulación en la calle.

Se sumaron aumentos de impuestos, insumos y costos operativos, mientras que la demanda fue limitada por el escaso flujo de clientes. Las promociones, cuotas y ventas con tarjeta fueron recursos utilizados para incentivar el consumo.

Las obras privadas se mantuvieron en niveles reducidos y el público priorizó productos básicos o reparaciones puntuales. Desde el sector destacan la necesidad de cuidar los costos ante márgenes estrechos y un contexto inestable.

Las ventas tuvieron comportamientos erráticos: algunos reportaron una leve mejora y otros señalaron estancamiento o caída. Aumentó la importancia de la venta online, en muchos casos canalizada desde sedes centrales. Se observó una fuerte prudencia en la reposición de stock y en inversiones.

La rentabilidad se vio afectada por altos gastos fijos, mientras que la competencia y la búsqueda de precios bajos condicionaron los volúmenes vendidos. La expectativa está puesta en una reactivación hacia el último trimestre del año.

Textil e indumentaria

Julio fue un mes complejo para el sector, con ventas por debajo del mismo período del año pasado, lo que genera preocupación en un contexto donde ya se habían registrado caídas.

La mayoría de los comercios señala que debieron reducir márgenes de ganancia y sostener promociones con cuotas sin interés para intentar mantener el volumen de ventas. La mayoría de los comercios señala que debieron reducir márgenes de ganancia y sostener promociones con cuotas sin interés para intentar mantener el volumen de ventas.

Aun así, la demanda sigue débil debido a la pérdida de poder adquisitivo, el aumento de la morosidad y la competencia de plataformas de venta online internacionales con precios más bajos.

Los comerciantes destacan una fuerte presión sobre la rentabilidad y dificultades crecientes para cubrir costos fijos, lo que llevó a que muchos anticipen liquidaciones o tomen préstamos para sostener la operación.

Se advierte gran incertidumbre sobre el panorama a corto plazo, especialmente por el impacto de las altas tasas de interés, la importación y la caída del consumo. Aunque en algunos casos el aguinaldo o las ventas mayoristas aportaron algo de alivio, predominan los signos de agotamiento e incertidumbre.

Fuente e imágenes: CAME.

Gremial empresaria

FAIMA realizó el 147° Congreso Maderero en Gobernador Virasoro, Corrientes

El evento se desarrolló en la ciudad correntina de Gobernador Virasoro el 3 y 4 de julio. Fueron días de intensa actividad: visitas a complejos industriales, un magnífico recorrido por las forestaciones de pino y eucalipto de la zona y una jornada plena de debates, charlas y paneles de expertos que analizaron los temas más medulares del sector. Fuente: FAIMA.

Una vez más, el 147° Congreso Maderero de FAIMA fue un espacio para diálogo, capacitación, análisis político-económico y promoción del desarrollo sostenible para quienes son reales protagonistas de la foresto industria nacional.

Contó con representantes de más de 20 cámaras industriales de todo el país, gran afluencia de los protagonistas regionales de la forestoindustria nacional, directivos y autoridades municipales, provinciales y nacionales, así como expertos en la materia, empresarios y académicos,



Mercedes Omeñuka, presidenta de FAIMA, pidió "un tipo de cambio real competitivo" para "reactivar las exportaciones".

Discurso de apertura

En su discurso de apertura, la presidente de la entidad, Mercedes Omeñuka, destacó y agradeció la presencia de autoridades. Entre ella, el intendente de Gobernador Virasoro, Emiliano Fernández Recalde; el presidente de la Unión Industrial Argentina, Martín Rapallini; el presidente de INTI, Daniel Afione; y el ministro de Producción de Corrientes, Claudio Anselmo.

Omeñuka dijo:

- "Como presidente de FAIMA y de AMAC, es un verdadero orgullo recibir en nuestra casa a toda la familia de la foresto-industria: empresarios, trabajadores, representantes institucionales y actores clave de toda la cadena de valor;

- "Gracias al compromiso sostenido de nuestros empresarios locales, nuestro pueblo comienza a consolidarse como un enclave estratégico del desarrollo foresto-industrial, no solo a nivel regional sino también nacional;

- "Nuestro sector enfrenta desafíos significativos, tanto en el corto como en el mediano plazo, que exigen respuestas concretas y una visión estratégica compartida;

- "Consideramos fundamental un tipo de cambio real competitivo. Esto es clave para reactivar las exportaciones y para que el sector foresto-industrial pueda realizar un mayor aporte a las cuentas externas del país;

- "Al mismo tiempo, frente a la prolongada suspensión de la obra pública, creemos prioritario avanzar en reformas institucionales que habiliten y promuevan esquemas de obra pública con participación

público-privada;

- "Desde FAIMA estamos dispuestos y abiertos al trabajo conjunto con el Estado para encontrar soluciones que protejan la industria nacional y estimulen su desarrollo";

- "Tenemos, asimismo, un horizonte más amplio en donde nuestro desafío es promover una mayor incorporación de la madera en las distintas actividades económicas, con especial énfasis en la construcción;

- "Impulsar la construcción con madera en nuestro país requiere romper barreras culturales. La construcción tradicional en húmedo sigue siendo el modelo aspiracional para muchas familias argentinas y es nuestro rol demostrar que la madera puede ser sinónimo de calidad, eficiencia y sustentabilidad;

- "Desde FAIMA, como gremial empresaria, renovamos nuestro compromiso con el crecimiento del sector, pero también con el trabajo cotidiano en nuestras regiones, donde se genera el valor, el empleo y las oportunidades;

- "Este Congreso es una oportunidad inmejorable para mostrar todo lo que el sector foresto industrial puede aportar al crecimiento y desarrollo nacional", finalizó la presidenta de FAIMA.

Otras voces

Luego, fue el presidente de la UIA quien brindó un análisis panorámico sobre la situación económica:

- "Sin dudas teníamos que atravesar un proceso de ordenamiento. Lo que debemos construir ahora es un camino que nos lleve a saber cómo será la economía en el futuro;

- "Es imperioso que poda-

mos apoyar al empresario industrial argentino, tratando de solucionarle sus problemas de costos que lo hacen menos competitivo;

- "Necesitamos un nuevo contrato productivo en el que debemos asumir el compromiso con la eficiencia. Especialmente porque, para redefinir a la competitividad, tenemos que formar una nueva visión del industrialismo", dijo Rapallini.

Al finalizar, positivamente sorprendido por la actividad y potencial industrial de la zona, se comprometió a colaborar con el sector para apoyar a los "protagonistas de una nueva Argentina".

Visiblemente orgulloso y emocionado, el intendente de Virasoro, Emiliano Fernández Recalde agradeció a todos por haber elegido a su ciudad como sede.

Habló del "modelo Virasoro" que se sustenta en la intensificación productiva y en la generación de empleo privado y de calidad.

"Estos valores nos ayudan a generar un desarrollo económico concreto en nuestra ciudad, trabajando juntos y con objetivos claros", agregó.

Por su parte, Claudio Anselmo, el ministro de producción provincial enfatizó en lo fundamental que es para la provincia y para toda la región la actividad foresto industrial.

"Sin dudas, un verdadero sector clave para la economía nacional que aún tiene mucho para crecer y desarrollarse", señaló.

E informó que la provincia de Corrientes cuenta con el recién inaugurado puerto de Ituzaingó, que demandó una inversión de US\$ 50 millones,

Producción y ambiente

Sostenibilidad en el Salón del Mueble 2025: un enfoque cada vez más sistémico



Ambientec – Ph Diego Ravier.

PET del medio ambiente (que significa el mar, las ciudades y los campos), ofreciendo al consumidor final un baño 100% reciclado y alfombra de cocina, lavable, resistente a las manchas y con un acabado antideslizante.

La marca alemana de muebles, propietaria de los derechos de producción y distribución de muchos de los proyectos de Eileen Grays, lanzó las alfombras este año.

Producidos en el Himalaya, por su materia prima utilizan ortigas, una planta nativa con cualidades cromáticas particularmente iridiscentes, haciendo uso de materias primas renovables y artesanía de

confirman la fuerte sensibilidad de las nuevas generaciones ante cuestiones ambientales.

Trate de encontrar un joven diseñador que no tenga como objetivo crear un producto duradero, capaz de realizar su función y emanar su encanto durante décadas.

La diferencia, sin embargo, también la hacen las tecnologías utilizadas. En el SaloneSatellite la marca japonesa SEKISAI presentó una tecnología de impresión 3D capaz de combinar el modelado y la coloración en un solo proceso, ampliando así el potencial de producción al tiempo que reduce los costos y el impacto ambiental.

El estudio finlandés Simo

Satélite, con piezas como la silla Kehikko, las lámparas de la línea Pivot, la bandeja Orbita y el banco Tren, insiste en un tema central, el de la longevidad, a saber, la importancia de crear productos que no sólo duren mucho tiempo, sino que también mantengan su relevancia y encanto en el tiempo.

Lo logran a través de propiedades evolutivas que son resistentes, duraderas y técnicas de construcción y el uso de materiales de calidad. Y, por último, pero no por ello menos importante, gracias a un aura de belleza y a su capacidad para renovar el vínculo emocional con sus usuarios.

Fuente y fotos: Salón del Mueble de Milán.



Resol.

calidad su obra para ayudar a revivir la economía local.

Jóvenes talentos

Los jóvenes talentos del satélite Salone también

Lahtinen también está explorando el tema de la longevidad. Además de los materiales y procesos, Lahtinen, que presentó su última colección en el

Industria

Sigue el ajuste en el Gobierno: se van los secretarios PyME y de Industria

De Pag.: 5

funciones motivados por temas personales y nuevos desafíos profesionales. El ministro de Economía, Luis Caputo, destaca el esfuerzo, dedicación y talento al servicio del país que tanto Marcos como Esteban demostraron durante su ejercicio del cargo”.

Se trata de tres salidas de funcionarios de este sector en pocas semanas, ya que a fines del mes pasado Santiago Migone dejó su cargo de subsecretario de Gestión de Producción para mudarse al sector privado.

Los bajos salarios que se están pagando en el Estado y la falta de actualización están generando un fuerte malestar en todas las áreas oficiales, por lo que no se descarta que siga el goteo de mandos medios.

En el caso de la Secretaría PyME, ya había perdido gran parte de sus programas y fondos, en el marco del plan de ajuste aplicado por el gobierno de Javier Milei.

La secretaria que manejaba Ayerra cuenta con tres subsecretarías: la de Pymes, a cargo de Christian Bauab; la de Emprendedores, que dirige Pablo Gutiérrez Oyhanarte; y la de Economía del Conocimiento, cuyo titular es Santiago Pordelanne.

En el caso de la Secretaría de Industria y Comercio, tiene cuatro subsecretarías: la de Política Industrial; la de Gestión Productiva; la de Comercio Exterior y la de Defensa del Consumidor y Lealtad Comercial.

El impacto en la industria

La decisión de reducir la Secretaría Pyme no sorprendió a los industriales, ya que “a Ayerra le habían quitado ya muchos programas y financiación para hacer política pyme” en el marco del ajuste del gasto.

Lo que venía reclamando la UIA era que no termine siendo una dirección nacional, que al menos quede como subsecretaría. “En la UIA era valorado porque escuchaba, aunque no tenía mucho rol político ni muchos instrumentos. Le habían sacado fondos para subsidiar

tasa, para hacer aportes no reembolsables. No quedó nada. Manejaba la regulación de las SGR (Sociedades de Garantía Recíproca) pero ahora eso pasará al BCRA”, dijo una fuente de la central fabril.

La falta de política para la industria en general, y las pymes en particular, es algo que los empresarios cuestionan casi desde el inicio de la gestión de Milei.

No sólo no existen programas públicos que impulsen el desarrollo de este segmento de empresas, sino que tampoco ayuda el modelo aperturista que está implementando el Gobierno, en pos de bajar al mínimo la inflación.

La pérdida de empleo es cada vez mayor y en los últimos dos meses son cada vez más los sectores que advierten un freno de la actividad, que hasta fines del año pasado y principios del actual parecía querer reactivarse en algunos rubros.0

“La industria quedó 10% abajo en 2024. Y eso que veíamos que algunos sectores iban mejorando hoy observamos que se frenó. Están todos con políticas de ajuste. Si miramos la serie desestacionalizada, la industria está igual que a fines del año pasado”, aseveró la fuente de la UIA.

Mayor estancamiento

Respecto del cierre de la Secretaría PyME, el presidente de Industriales PyMEs Argentinos (IPA), Daniel Rosato, remarcó:

- “La decisión política de cerrar la secretaría de la pequeña y mediana empresa es considerada como un paso hacia un mayor estancamiento del aparato productivo nacional Pyme. Podría significar la desaparición de miles de pymes que requieren una asistencia que nunca tendrán”.

A su vez, la Confederación Argentina de la Mediana Empresa (CAME) expresó su preocupación por la decisión, ya que “deja a las pymes sin el canal de interacción institucional”.

CAME destacó que venía trabajando junto a la Secretaría en cursos gratuitos para potenciar el crecimiento, la competi-

tividad y la innovación de pymes, emprendedores y empresas de la economía del conocimiento mediante la plataforma Capacitar y el programa “Creando Capacidades Locales”.

Recordó además la puesta en marcha del “Punto Pyme y Emprendedor” a fines del año pasado, una iniciativa para vincular a municipios y cámaras empresariales con el Gobierno nacional para abordar problemáticas del sector.

La Confederación solicitó que estos programas sigan funcionando, al considerar que facilitan trámites, reclamos y consultas, alivian la gestión diaria de empresarios y contribuyen al desarrollo económico local, la atracción de inversiones y la generación de empleo registrado.

Economía del conocimiento

Con respecto al sector de economía del conocimiento, en la industria afirman que si bien mantenían un buen vínculo con Ayerra, operaban de forma cotidiana con el subsecretario, por lo que no esperan cambios.

“Los programas siguen operando. La administración de la Ley de Economía del Conocimiento sigue bajo la actual dirección. Ahora estamos esperando el presupuesto del año próximo”, dijeron fuentes del sector, preocupadas porque ya este año, con el menor cupo fiscal, las grandes empresas están recibiendo menos beneficios por la Ley que lo que deberían.

“Hubo un recorte para las grandes empresas. La Ley tiene una forma de aplicación que establece que cuando el cupo fiscal no alcanza para todos, hay una reducción para las empresas grandes. De todos modos, el sector siguió operando y las exportaciones fueron récord”, admitieron las fuentes.

La ventaja principal de la norma es que se les devuelve a las firmas adheridas al régimen, en concepto de bono fiscal, entre el 70% y el 80% de las cargas sociales.

Fuente y foto: Infobae.

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

aBreves

CAME expresó su preocupación ante la disolución de la Secretaría PyME

La Confederación Argentina de la Mediana Empresa (CAME) manifestó su preocupación ante el anuncio del Ministerio de Economía la Nación de darle cierre a la Secretaría de la Pequeña y Mediana Empresa, Emprendedores y Economía del Conocimiento. Esta decisión deja a todas las pymes –motor cotidiano de la economía nacional– sin la interacción institucional necesaria. CAME y la Secretaría PyME venían trabajando en conjunto en la oferta de cursos gratuitos para potenciar el crecimiento, la competitividad y la innovación de las pymes, los emprendedores y las empresas de la economía del conocimiento a través de la plataforma virtual Capacitar y con el programa “Creando Capacidades Locales”. A su vez, la Secretaría puso en marcha hacia finales del año pasado el “Punto Pyme y Emprendedor”, que consiste en establecer un vínculo con intendencias y cámaras empresarias para, a través de ellas, contribuir a solucionar los problemas de los pequeños y medianos empresarios de su territorio con las agencias del Gobierno nacional. Desde CAME exhortamos a que todas estas iniciativas implementadas continúen activas, ya que crean conocimiento, agilizan la resolución de consultas, trámites y reclamos. Además, le alivian la carga a empresarios y emprendedores, lo que promueve el desarrollo económico local, la atracción de inversiones y la generación de empleo registrado

Alemania sigue siendo el núcleo de la I+D en maquinaria para madera

Los fabricantes de maquinaria y equipos para madera continúan concentrando su investigación y desarrollo en Alemania, según la última encuesta de VDMA (Asociación Alemana de Maquinaria y Equipos), publicada por el portal Notifix. El informe revela que el 84 % de las actividades de I+D del sector se realizan en el país, y que las PyMEs suelen mantener el 100 % de sus proyectos a nivel nacional. Incluso las grandes compañías con operaciones internacionales destinan alrededor de tres cuartas partes de sus presupuestos de I+D en Alemania. La elección responde a las ventajas del ecosistema industrial alemán: redes de proveedores, ingenieros altamente capacitados, centros de prueba y la cercanía entre investigación, producción y sedes centrales. Además, las empresas consideran que mantener la I+D en Alemania es una forma de protegerse frente a tensiones comerciales y riesgos geopolíticos. Pese a la incertidumbre global, el 41% de las empresas prevé mantener estable su gasto en I+D y el 37% planea incrementarlo en 2025. El uso del crédito fiscal a la investigación, conocido como research allowance, gana fuerza: el 48% de las compañías ya lo apro-

vecha, especialmente las pequeñas y medianas. No obstante, el estudio advierte sobre la dependencia de tecnologías no europeas, sobre todo en inteligencia artificial (86%), big data (64%) y microelectrónica (49%). Al mismo tiempo, el 65% de las firmas considera a China su principal competidor en innovación, muy por delante de Estados Unidos. VDMA subraya que proteger el know-how, impulsar la inversión tecnológica local y orientar la investigación pública hacia aplicaciones industriales será clave para mantener la competitividad alemana en maquinaria para madera.

CAME advirtió que las PyMEs tendrán dificultades para acceder al financiamiento

La Confederación Argentina de la Mediana Empresa (CAME) expresó su preocupación ante la eliminación de la exención del impuesto a las ganancias para los aportantes a los fondos de riesgo de las Sociedades de Garantía Recíproca (SGR). Esta reforma del régimen fiscal impactará negativamente en uno de los instrumentos más eficientes, inclusivos y federales para el financiamiento de las pequeñas y medianas empresas.

Las SGR otorgan garantías a empresas, en su gran mayoría pymes, para la obtención de créditos para producción e inversión, articulando entre el tomador y el banco otorgante. Este otorgamiento de garantía obviamente tiene un costo comisional, que a vería incrementado por la eliminación de la exención y sería un mayor costo para las PyMEs. En ese sentido, cabe destacar que el 33% de las PyMEs acceden a un crédito a través de las SGR. Asimismo, desde CAME se considera inconveniente alterar el sistema, en un país con un muy bajo acceso al crédito y con una probable destrucción de empleo a partir de la falta de financiamiento. CAME, como entidad representativa del entramado productivo nacional, reafirma su compromiso con la promoción de instrumentos que mejoren el acceso al crédito para las pymes, generando condiciones para el crecimiento económico, la formalización del empleo y el fortalecimiento de las economías regionales.

Fimma Brasil 2025 convocó a 20.750 visitantes

La 17ª Feria Internacional de Proveedores de la Cadena de Madera y Muebles (Fimma Brasil) demostró la vigencia de los encuentros presenciales para el sector, realizada del 4 al 7 de agosto en Bento Gonçalves (RS). El evento reunió a más de 300 marcas nacionales e internacionales, duplicó el tamaño de su edición anterior y recibió un público de 20.750 visitantes de todo Brasil y de 31 países. Con una proyección de US\$ 1.740 millones en negocios generados, la feria se consolidó como uno de los principales puntos de conexión global para fabricantes, proveedores e importadores de máquinas, insumos, materias primas, herramientas y servicios. Además de la exposición, la programación incluyó cerca de 270 rondas de negocios nacionales en alianza con Sebrae RS, encuentros internacionales con compradores invitados y un espacio de innovación con startups tecnológicas, robótica y software. El presidente de Movergs, Euclides Longhi, celebró los resultados al afirmar que se entregó “una feria más completa, con nuevos segmentos, más marcas y mayor innovación”. La próxima edición, la 18ª Fimma Brasil, se realizará del 9 al 12 de agosto de 2027. Fuente: Notifix.

Nobilia lanzó su primer comercial con IA

Nobilia, el mayor fabricante de cocinas de Europa y líder en Alemania en producción de mobiliario de cocina, ha presentado su primer comercial completamente generado con inteligencia artificial, marcando un hito en la comunicación digital de marca, informó Notifix. La compañía asegura fabricar casi un tercio de todas las cocinas vendidas en Alemania y es reconocida por su producción masiva con altos estándares de calidad, además de contar con certificación ambiental ISO 14001. La innovadora campaña fue desarrollada utilizando tecnologías avanzadas de IA proporcionadas por Seven.One Media, el comercializador oficial de ProSiebenSat.1 Media SE. A partir de imágenes estáticas de productos, se creó un video dinámico mediante herramientas de IA, incluyendo el guion gráfico, la visualización, la banda sonora y la planificación de medios. El anuncio se emitirá exclusivamente en las plataformas digitales de ProSiebenSat.1 y Joyn, con un enfoque en televisores conectados a internet y servicios de streaming. Toda la planificación y segmen-

tación se realizó con inteligencia artificial, con el objetivo de optimizar el alcance y la visibilidad de la marca. “La inteligencia artificial está transformando nuestra industria por completo, especialmente en la forma en que comunicamos nuestra marca”, afirmó Lars Bopf, presidente del Consejo de Administración de Nobilia. “Esta campaña demuestra cómo la tecnología, la creatividad y la fortaleza de la marca pueden trabajar juntas para construir el futuro.”

Sonja Diermann, directora de marketing, añadió: “La IA no es solo una herramienta tecnológica, sino una parte integral de nuestra estrategia corporativa. La colaboración con un socio de medios como ProSiebenSat.1 nos permite probar nuevos formatos y expandir la presencia de nuestra marca de forma innovadora”.

Estados Unidos inició investigación para imponer aranceles a muebles importados

El presidente de Estados Unidos, Donald Trump, anunció que su administración abrió una investigación para imponer aranceles a los muebles importados, la cual deberá concluir en los próximos 50 días. Según explicó en Truth Social, la medida busca “traer de vuelta la industria del mueble a Carolina del Norte, Carolina del Sur, Michigan y otros estados del país”. En 2024, Estados Unidos importó muebles por un valor de US\$ 25.500 millones, un 7% más que en 2023. Vietnam y China representaron alrededor del 60% de las compras externas, de acuerdo con Furniture Today.

Analistas advierten que nuevos aranceles elevarían los precios para consumidores y fabricantes locales, aunque algunos proveedores podrían asumir parte del costo para no perder competitividad en el mercado estadounidense. El anuncio ya tuvo efectos en Wall Street. Las acciones de empresas fuertemente dependientes de las importaciones, como Wayfair, Restoration Hardware y Williams-Sonoma, registraron caídas tras el comunicado. En contraste, La-Z-Boy, que fabrica gran parte de sus productos en Estados Unidos, vio un alza en su cotización. Expertos destacan que la medida llega en un momento complejo para el sector, marcado por menor demanda y presiones inflacionarias, lo que podría generar más incertidumbre sobre los precios y las cadenas de suministro.

Eucatex registró un sólido crecimiento en 2T-2025 y en primer semestre 2025

Eucatex, uno de los mayores fabricantes de paneles de madera de Brasil, con operaciones también en los segmentos de pinturas y barnices, suelos laminados y puertas, reportó resultados positivos en el segundo trimestre de 2025. Tuvo ventas por BRL 784,1 millones, un aumento del 13,8% frente al mismo período de 2024, informó Notifix. El EBITDA creció 34,4% hasta BRL 191,5 millones y la utilidad neta avanzó 31,8% a BRL 88,3 millones. El margen EBITDA se amplió 3,7 puntos porcentuales hasta 24,4%. En el acumulado de enero a junio, las ventas alcanzaron BRL 1.528,8 millones (+15%), el EBITDA sumó BRL 372,9 millones (+35,9%) y la utilidad neta se disparó 49,4% hasta BRL 189,2 millones. El principal motor del desempeño fue el segmento de exportaciones, que aumentó 40,8% en el 2T25 y 49,1% en el 1S25, gracias a mayores volúmenes, ajustes de precios, mejoras en el mix y la variación cambiaria. Pese a que las exportaciones brasileñas de MDP/MDF cayeron 6,9% en lo que va del año (según IBÁ), Eucatex ganó participación internacional con nuevos productos, más clientes y un robustecimiento de inventarios en Estados Unidos.

El segmento de Industria del Mueble y Reventa creció 8,0% en el 2T25 y 9,6% en el primer semestre, impulsado por incrementos de precios y una estrategia enfocada en productos de mayor valor agregado. El segmento de Construcción avanzó 5,2% en el trimestre y 4,5% en el semestre, con buen desempeño en pisos laminados y pinturas, reflejo del dinamismo del sector en Brasil. No obstante, Eucatex enfrenta ahora nuevas barreras comerciales en EE.UU. Aunque el arancel inicial del 10% a productos brasileños no incluyó paneles de madera, una tarifa ad valorem del 40% sí se aplicará a sus exportaciones hasta que concluyan los estudios regulatorios de la Sección 232 a finales de septiembre. La empresa, que había elevado sus inventarios en EE. UU. para acompañar la demanda, prevé un impacto temporal, pero espera que las tarifas se uniformicen posteriormente para todos los exportadores del Mercosur. La compañía reafirmó su estrategia de reposicionamiento de marca, priorizando un mix de mayor valor agregado y márgenes más altos, mientras asegura niveles de inventario suficientes para atender a sus clientes internacionales en el corto plazo.

Fuente: Notifix.

D&F Muebles

Una clara propuesta editorial

Director - Editor
Eduardo Rodrigo
Propietario

Dep. Administrativo

Claudia Lucero
Area de Redacción

Noticias y Entrevistas de Actualidad

Lic. Fernando Maya

Dto. Ventas

Jorge Manteiga

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

E-mail: dfediciones@maderamen.com.ar

Tirada: 4000 ejempl. Bimestrales

Distribución: Todo el país y Países limítrofes (MERCOSUR)
La dirección no se responsabiliza por los conceptos vertidos en los trabajos firmados



La Asociación Latinoamericana de Diseño (ALADI) le otorgó a D&F Muebles un diploma de reconocimiento "en mérito a su valioso aporte para el desarrollo del Diseño en Latinoamérica"

33 Años de Vida Editorial

Gremial empresaria

FAIMA realizó el 147° Congreso Maderero en Gobernador Virasoro, Corrientes

De pag.: 12

18 parques industriales e infraestructura que acompañan.

Conclusiones generales

- Agenda regional - logística y presión impositiva: La totalidad de las cámaras coincidieron en la urgente necesidad de mejorar los costos logísticos, una condición indispensable para competir en mercados internacionales.

Asimismo, se subrayó el impacto negativo de la presión tributaria provincial y municipal, que genera sobrecostos de origen que reducen la competitividad de las empresas.

- Condiciones de equidad tributaria entre la producción nacional y la procedente del exterior es fundamental antes de encarar un proceso de apertura comercial.

- Estabilidad macroeconómica y horizonte productivo: El sector reconoce el avance en la estabilización de las variables macroeconómicas, pero reafirma la necesidad de una política industrial de mediano plazo que promueva la producción nacional y fomente la generación de divisas a través de exportaciones foresto-industriales con valor agregado.

- Infraestructura y desarro-

llo: la clave público-privada: Se destacó la importancia de impulsar normativas que habiliten la concreción de obras de infraestructura bajo esquemas de asociación público-privada.

Estas obras son esenciales para sostener el crecimiento económico y mejorar la competitividad logística del país.

- Preocupación por el incremento de importaciones: La eliminación de reglamentos técnicos sumado a un tipo de cambio apreciado en términos reales, ha favorecido un escenario de aumento de importaciones de bienes finales, especialmente en el sector de muebles y de viviendas de madera.

Esta dinámica pone en riesgo miles de empleos directos e indirectos, afectando la industria y su red logística.

- Más madera, más futuro: FAIMA reafirma su compromiso con la promoción del uso de la madera en todos sus formatos. Esto debe ser un eje transversal que atraviese toda la cadena productiva. Más madera es más bienestar para el planeta, y para quienes la utilizan.

- Se profundizarán las campañas de difusión y capacitación técnica sobre los beneficios de la madera como material constructivo.

- Se fortalecerán las acciones para visibilizar el rol ambiental de la madera como herramienta clave para la mitigación del cambio climático.

- Promoción de los muebles argentinos: La Federación renueva su compromiso con la promoción del mueble nacional y de los bienes finales de la foresto-industria argentina.

En esa línea, se anunció que el próximo Congreso Maderero se celebrará en el marco de la Primera Feria de la Madera y el Mueble, que tendrá lugar en la Ciudad de Buenos Aires entre el 2 y el 5 de octubre de 2025.

Allí se desarrollarán tres eventos: el Congreso Maderero 148°; "Quiero un Mueble Argentino", el evento comercial más importante del año para el mueble nacional, que acercará promociones y planes de financiación al público general; y la exposición de proyectos 2025 del Laboratorio del Mueble Argentino.

Finalmente, se anunció que el siguiente Congreso Maderero en el interior del país tendrá lugar en Cañada de Gómez, Santa Fe, uno de los principales polos de producción de muebles del país.

Foto: Gentileza FAIMA.

Empresas & Productos

En colores, cereza aparece como la tentación de 2025

Cereza es un tono que en el 2025 viene pisando muy fuerte. Nos evoca sensaciones y sabores que nos vinculan con el placer. Un color con sabor propio que se instala como tendencia en la moda y en la deco de los hogares.

Esta tendencia se vive principalmente en la generación Z, que se apodera de este color rojo oscuro, vibrante y provocador.

Y esta ola de color no sólo se vive en la moda, también desembarca en la deco interior de los hogares, donde está muy en boga la opción de jugar con combinaciones de tonos vinculados con los alimentos.

No sólo paredes, también aberturas, mobiliario, pasillos. Combinado tanto con otros colores en la gama de los rojos/ rosas, como también con otras tonalidades que complementan y equilibran en su conjunto.

Ideas para incorporar Alba comparte aquí



Cerezo, Cereza Masticable, Cerezo Intenso, Frutos del Bosque, Explosión de Pasión y Pastilla de Cereza, son algunos de los tonos que se eligen hoy para crear espacios.

algunas ideas para incorporar estos tonos en los espacios que habitamos, sumando carácter y sensualidad.

Cerezo, Cereza Masticable, Cerezo Intenso, Frutos del Bosque, Explosión de Pasión y Pastilla de Cereza, son algunos de los tonos que se eligen hoy para crear espacios. Cualquiera de ellos combina muy bien con Piedra Esculpida, Silencio de Invierno, Niebla Romana o Zepelín.

Punto focal: puede pintarse una pared, o un mueble, que invite al espectador a reposar la mirada. Sirve como el centro de atención, a partir del cual se organiza el resto del entorno.

Degradé: puede ser una pared, un pasillo que vaya

de colores cerezo más intentos a menos, de abajo hacia arriba.

Mural: hoy son tendencia. Puede sumarse una obra de arte a la pared, donde sean protagonistas los tonos cherry.

Terminación Velvet: además del color, el mismo puede ganar definición a través

de la tecnología de efectos especiales. La terminación Velvet está inspirada en el toque suave de tejidos sofisticados como el terciopelo y la seda, pudiendo crear elegantes terminaciones en tu pared. Su exclusiva tecnología Paredes HD ofrece colores más vivos y una textura en alta definición.

Estucados: Efecto Mármol es otra de las terminaciones en alta definición de la Línea Design que permite traer a nuestros hogares piedras exóticas, resaltando rincones de acceso o ambientes, poniendo de relieve vetas



Cereza se utiliza no sólo paredes, también aberturas, mobiliario, pasillos.

para Cono Sur, afirmó:

- "La familia de los rojos (RR) son los encargados de transportarnos a emociones intensas que nos hacen vibrar en su diversidad de tonalidades, desde los más cálidos a los más fríos;

- "Pero su elegancia estalla como valor agregado cuando los combinamos con neutros que equilibran su intensidad elevándolos más como protagonistas;

- "En los catálogos de ALBA presentamos una gran diversidad, donde están claramente identificados con su nomenclatura, desde colores como rojos naranjas (YR) a rojos azulados(RB);

- "El rojo cereza nunca será indiferente en cual-



La familia de los rojos transportan a las personas a emociones intensas.

quiera de sus versiones en un proyecto, siempre será una opción muy seductora, sólo hay que animarse".

Fuente y fotos: Gentileza Alba.

Especialistas destacaron "innovación", pero hay "incertidumbre"

El primero en hablar fue el economista y empresario PyME Gustavo "Lacha" Lazzari, quien subrayó que "la Argentina se encuentra frente a un cambio de régimen económico y social en cual la competencia y la apertura desafían al empresario a la innovación y a una auténtica cirugía de costos".

Y agregó que "la principal ventaja comparativa de la Argentina es su sector empresario y emprendedor, que viene soportando una estructura de costos e impuestos inviable, y aún así, se mantiene vivo y pujante".

Luego fue el turno del politólogo y director de la consultora Synopsis, Lucas Romero, quien destacó:

- "El proceso político transita sobre una fragilidad de origen que le agrega una incertidumbre muy particular, que no nos permite ver si estamos frente a un período de transición, donde se implementan algunos cambios, pero sin llegar a consolidarse, o si estamos frente al inicio de un ciclo político duradero;

- "Intentaremos despejar toda la incertidumbre que se pueda, analizando las tensiones sobre la dinámica política, las amenazas, y las oportunidades que tiene este ciclo de consolidarse o los riesgos de fracasar".

Más tarde habló el presidente de Aserraderos Unidos de Chile - ASUN - Francisco Macheo Lorca.

Señaló que el tema de competitividad es clave (costos internos altos y logística onerosa), donde indica que nuestro país tiene grandes posibilidades de ganar nuevos mercados, tanto por la calidad de la madera que produce como por la flexibilidad que ofrece.

Habló, además, de la apertura de nuevos mercados de muebles, como en ciertos países asiáticos (Vietnam, Taiwán y Malasia).

Y no menor fue la importancia de contar las certificaciones necesarias para establecer contratos comerciales internacionales. Tanto PEFC como FSC son sellos que hoy, más que nunca, son necesarios.

Como cierre del evento FAIMA y la Universidad Nacional del Nordeste (UNNE) anunciaron un acuerdo de cooperación y colaboración para implementar acciones de formación y capacitación recíproca en temas de construcción con madera, que sirvan al desarrollo del sector.

Las propuestas de formación se brindarán a través de la plataforma UNNEGlobal y la Escuela de Educación Profesional.

Salón de Milán

Sillones, todas las últimas innovaciones combinando confort y diseño

De pag.: 10

cera, con tapizado de cuero vegetal o tela, disponible en diversas variantes.

El sillón Demonte Moi, diseñado por Paola Nesi, tiene una apariencia dinámica y divertida. Compuesto por cuatro elementos independientes, está diseñado para reinven-

tar su aspecto cuando quieras.

Su estructura seccional y completamente desmontable lo hace práctico, fácil de retapizar y personalizable en una infinita gama de colores. Disponible con cuatro tapizados intercambiables (fucsia, rosa

empolvado, morado y amarillo), este elemento se adapta con elegancia y versatilidad a cualquier interior, aportando un toque de color.

Con un diseño envolvente inspirado en la estética de mediados de siglo, el sillón Owen de Poliform,

diseñado por Jean-Marie Massaud, combina elegancia e innovación.

La base de madera soporta elementos tapizados con líneas orgánicas y sartoriales derivadas del mundo de la alta costura.

La característica más destacada es el respaldo, que se envuelve sobre sí



Donald, Cierre 1972 - Ph. Ruggiero Scardigno.

mismo como una cinta de Moebius para convertirse en un reposabrazos mientras da forma a un gesto escultórico. Perfectamente equilibrado entre clasicismo y contemporaneidad, Owen redefine el concepto del sillón tapizado con su estilo atemporal.

Vibe by Sancal fue creado como un homenaje a los primeros módulos seccionales diseñados por el fundador de la compañía, Santiago Castaño, a mediados de los años setenta.

Con pequeñas dimensiones y formas suaves y redondeadas, encarna una reinterpretación contemporánea de esa herencia de diseño. La tapicería se distingue por un acolchado único de gran tamaño en el asiento y el respaldo, diseñado para enfatizar su comodidad.

Una característica distintiva es la estructura metálica que parte del suelo y se extiende hasta la parte trasera del respaldo con una línea ondulada y dinámica. Este diseño gráfico confiere carácter a la silla y puede lacarse en cualquier tono de la gama Sancal.

Por último, el sillón Diffrient Lounge de Humanscale, invita a la relajación gracias a su forma envolvente, su posición reclinable y su reposapiés a juego.

La incorporación de una pequeña mesa integrada, diseñada para dispositivos electrónicos, transforma el sillón en una estación de trabajo versátil, libre de la rigidez del escritorio tradicional. El respaldo y el reposacabezas articulados permiten adoptar diferentes posturas para una máxima comodidad.

Fuente y fotos: Salón del Mueble de Milán.



H1367
Roble Casella natural claro

Interior
MATCH

EL2151
Roble Casella natural claro

Tableros Decorativos y Pisos en sincronía.

Nuestra Colección Decorativa 24+ y la Colección de Pisos 25+ ofrecen diseños en sincronía para ambientes armoniosos. Descubra la variedad de diseños y texturas de los Tableros Decorativos para mobiliario y revestimiento; así como las funcionalidades de nuestros pisos de alta resistencia al desgaste y al contacto con el agua*.

*Los diseños NatureSense Aqua+ y AquaDura+



Descargue la App y solicite su muestra A4



» www.egger.com

@eggerlatam in f @

