LA REVISTA ARGENTINA DEL SECTOR ARTÍCULOS PARA EL HOGAR

INTEGRACION

30 AÑOS

EMPRESARIA



¨Nosotros apuntamos a un 2027 con más de quinientos productos¨

ENTREVISTA EXCLUSIVA

Ignacio Cocco

Director Comercial y Marketing Regional en Novatech

ESPECIALES:

COMIENZA LA TEMPORADA MÁS FUERTE DE CAMPING Y JARDÍN, LAS PARRILLAS GANAN FUNCIONALIDAD Y LOS RODADOS ACTUALIZAN SU OFERTA. LOS MUEBLES SE DIVERSIFICAN PARA INTERIOR Y EXTERIOR

ELECTRONICS & HOME 2027
JUNTO A ARTEFACTA, FUTURE MOBILITY Y GLOBAL SUPPLIER GENERAN UN ECO-SISTEMA DE INDUSTRIAS CONECTADAS

AUDIO
LOS PARLANTES SIGUEN SIENDO LOS REYES DE LA FIESTA

VENTILADORES
EL COMIENZO DE UNA NUEVA TEMPO-RADA CON BUENAS EXPECTATIVAS

TECNOLOGÍA
SE RENUEVAN NOTEBOOKS, TABLETS Y CELULARES

ORMAY

...para toda la vida!

NUEVA LÍNEA

HORNOS ELÉCTRICOS

La evolución en tu cocina

Descubrí la nueva Línea S.

La Línea S redefine los estándares de la cocina contemporánea con **modelos de 60cm y 90cm** que combinan **elegancia, precisión y eficiencia** en cada detalle.



Pantalla táctil full color



Bisagra cierre soft



Función Air Fry



Eficiencia energética A

Conocé nuestro Line-up de electrodomésticos

En Ormay, ofrecemos una línea completa de soluciones para el **hogar moderno.**
Diseñamos productos que combinan **funcionalidad, diseño e innovación,**
pensados para acompañarte en cada momento del día.



Cocinas eléctricas



Cocinas a gas



Hornos eléctricos



Placas de cocción



Anafes a gas



Campanas extractoras



Termotanques a gas



Termotanques eléctricos



Calefones a gas

LANZAMIENTOS

Conocé

nuevo lineal



F4ETM
56 cm



F5EGB
76 cm



F4EGB
52 cm





VaporBake® y PerfectCook360: comidas más crocantes, con mejor textura y sabor, en menos tiempo.

Electrolux | 100 años Argentina

nuestro

de cocinas

TECNOLOGÍA AirFry



F5EAD
76 cm

F4EDM
56 cm

F5EDM
76 cm





@electroluxar

Sumario



20 Con el predominio de los parlantes de gran tamaño, y variedad de auriculares y accesorios, este negocio encuentra uno de los momentos del año que incentivan las ventas. La industria aporta tecnología.



36 Bicicletas

Las bicicletas, monopatines y motos muestran una oferta amplia, tanto en tecnología como en diseño.



48 Motos

En un momento de crecimiento del mercado, las empresas presentan nuevos modelos.



74 Jardín

La primavera y el verano traen buenas perspectivas para este segmento.



64 Electronics & Home

La edición 2027 ya está en desarrollo, y augura crecimiento.



6 Nota de Tapa

Entrevista a Ignacio Cocco, Director Comercial de Novatech.

Artículos

16 **Liliana**
Amplió el lineal de pequeños con varios lanzamientos.

18 **Rheem**
Promueve la eficiencia energética.

30 **Peabody línea blanca**
Renovación en varias líneas.

32 **Ranser**
Una marca icónica que regresa al mercado argentino.

54 **Dinam**
Equipamiento integral para la cocina.

56 **Inmacol**
Presentó una nueva línea desarmable de mesas y sillas.

58 **iTECNO**
Renovación en notebooks y tablets

83 **Muebles**
Nuevas líneas para exterior e interior

88 **Ventilación**
Oferta renovada de varias empresas.

100 **Red Acero**
Encuentro anual con proveedores.

102 **Red del Interior**
Realizó la EXPORED 2026.

104 **Integrados x +**
La red celebró su séptima edición.

106 **Red Futura**
Encuentro con expositores y socios.

108 **Grupo Marquez**
Inauguró nuevas oficinas administrativas.

110 **Parrillas**
La temporada de verano abre buenas expectativas en las empresas.

EDITORA C&C

LA REVISTA ARGENTINA DEL SECTOR ARTÍCULOS PARA EL HOGAR

INTEGRACION EMPRESARIA

Editores fundadores: José y Carlos Clur

Director comercial: Juan Cruz Martín Grondona
juancruz.grondona@electronicshome.com.ar

Producción periodística: Rodolfo Pollini
rdpa2005@gmail.com

Colaboración periodística: Claudia Carrivale
prensa@editoracycargentina.com.ar

Gerente administrativo: Valentín Clur
administración@editoracycargentina.com.ar

Ventas: Edgardo Nordenstahl
comercial@editoracycargentina.com.ar

Coordinación: Sebastián Romagnoli
sromagnoli@electronicshome.com.ar

Administración: Mariano Beraldi
cobranzas@editoracycargentina.com.ar

INTEGRACIÓN EMPRESARIA es una revista de negocios dirigida a la industria y el comercio de artículos del hogar, electrónica y celulares. Propiedad de Editora C&C S.A.
Domicilio Legal: Av. Córdoba 5869 1°A (C 1414BBE) C.A.B.A. Tel/Fax: 4773-5656/7371/8737 www.editoracycargentina.com.ar

PRODUCCIÓN EDITORIAL
Estudio Cero38 estudiocero38@gmail.com

DISEÑO DE TAPA Y MEDIOS DIGITALES
Gonzalo Esteban Parada
gonzalo@editoracycargentina.com.ar

INTEGRACION EMPRESARIA
www.integracionempresaria.com.ar

GUIA DEL COMPRADOR INTEGRACIÓN EMPRESARIA
www.guiadelcomprador.com.ar

Grupo eletrolar ALL CONNECTED

Presidente: Carlos Clur
clur@grupoeletrolar.com

Representante en Brasil:R. Luigi Galvani, 42 - 5º andar CEP 04575-020 - São Paulo - SP - Brasil Tel: + 55 11 3197 4949
www.grupoeletrolar.com.br contato@grupoeletrolar.com.br

Impresión: Gráfica FC. Berón de Astrada 2064 CABA.
graficafc@hotmail.com

APTA

Las menciones, marcas, ilustraciones y precios tienen el carácter exclusivo de servicio informativo y su publicación no implica compromiso o responsabilidad, excepto la informativa. INTEGRACIÓN EMPRESARIA no percibe remuneración alguna por la información que publica.
Los editores no se responsabilizan por las opiniones de los entrevistados o por el contenido de las notas firmadas por sus autores y de las gacetillas de prensa recibidas. Se prohíbe su reproducción, total o parcial, sin la autorización escrita del editor.
Correo del lector: info@editoracycargentina.com.ar
Registro de la Propiedad Intelectual 125388964.

NOS ACOMPAÑAN

Federación Argentina del Comercio en Artefactos para el Hogar y Afines

Cámara de Fabricantes de ventiladores, estufas y planchas CAFVEP

Cámara de Industriales de Bienes Durables de Consumo

CAIRAA Cámara Argentina de Industrias de Refrigeración y Aire Acondicionado

FEDEHOGAR Federación de Cámaras Industriales de Artefactos para el Hogar de la República Argentina

EDITORIAL

Un ecosistema de industrias conectadas

El futuro de los negocios está cada vez más relacionado con la capacidad de conectar industrias, generar sinergias y abrir nuevos mercados.

Hoy, tecnología, movilidad, diseño, climatización, industria, proveedores y soluciones para el futuro encuentran nuevas oportunidades cuando comparten un mismo espacio.

Esa es la visión que estamos impulsando con **Electronics & Home Argentina:** una plataforma multisectorial que integra empresas, mercados y profesionales, ampliando las posibilidades de generar nuevos negocios.

A esta propuesta se suman **Artefacta, Future Mobility y Global Supplier,** incorporando nuevos sectores y protagonistas a un ecosistema que busca crecer a partir de la integración y la diversidad de industrias.

En este sentido, lanzamos **All Connected,** un nuevo espacio de streaming y contenidos que integrará las tres verticales de nuestro ecosistema: **Electronics & Home, Artefacta y Future Mobility.** Una plataforma para dar visibilidad a las empresas, compartir tendencias y conectar a los protagonistas de cada industria, extendiendo las oportunidades de vinculación y negocios mucho más allá de los días de feria.

Estamos convencidos de que cada sector tiene algo para aportar y que, cuando las industrias se encuentran, aparecen oportunidades que van mucho más allá de sus propios mercados.

Nuestro desafío es seguir construyendo ese espacio: multisectorial, abierto y conectado. Porque integrar industrias es también generar nuevos negocios, nuevos mercados y nuevas oportunidades.

All Connected. Diferentes industrias, un mismo espacio para conectar.

¡Buena lectura!



Juan Cruz Grondona



IGNACIO COCCO
DIRECTOR COMERCIAL
Y MARKETING
REGIONAL DE NOVATECH

"Nosotros apuntamos a llegar a 2027 con quinientos productos."

Rodolfo Pollini rdpa2005@gmail.com

Con Ignacio Cocco, Director Comercial y Marketing Regional de Novatech, conversamos sobre el mercado, sus transformaciones y la posición de la compañía en cada uno de los segmentos que opera.

¿Qué panorama viste este año en el mercado?
El año estuvo marcado por cambios y desafíos, principalmente a partir de la apertura de las importaciones, que generó un nuevo escenario de competencia y exigió una mayor adaptación de todos los actores del mercado. En algunos segmentos, además, creció el mercado informal o gris, con impacto en las ventas al consumidor final.
De cara a esta nueva etapa, creemos que la incorporación de tecnología y de herramientas de inteligencia artificial será cada vez más importante para ganar eficiencia, optimizar procesos y acompañar la evolución del negocio. La venta online también va a seguir ganando protagonismo, en línea con las tendencias globales. A eso se suman el contexto económico y el clima de los últimos meses, que hicieron más complejo el escenario. Eso nos obliga a todos a prestar especial atención a los niveles de stock, a la planificación de compras y a la salud financiera de la cadena. El desafío es adaptarnos a esta nueva realidad, trabajar con mayor eficiencia, cuidar los recursos y fortalecer el vínculo con nuestros partners para transitar esta etapa de la mejor manera posible.

¿Ese escenario apareció este año o es un arrastre del año pasado?
El año pasado fue, en algunos casos, el inicio, pero



Para la planta de Río Grande incorporamos 130 personas, de las cuales 50 venían de Aires del Sur. Les dimos la oportunidad de continuar con nosotros, aprovechando el know-how que tenían.

este año se profundizó. El contexto impactó en distintos actores de la cadena y, dependiendo del clima, la temporada de aire acondicionado va a ser determinante. Por eso todos —marcas y canal— tenemos que ser más eficientes y pensar la compra y la planificación de otra manera.

Hablaste de entender por dónde va el negocio entre el online y el offline, pero el online hace tiempo que muestra la velocidad de los cambios y el consumidor ya lo entendió.
Según la generación, a algunos les cuesta un poco más, pero el consumidor se anima cada vez más al online. En el interior, en muchos casos, al cliente le gusta ver y tocar el producto, y conoce al vendedor desde hace años; eso va a seguir pasando y es un valor enorme de la tienda física. Al mismo tiempo, hay que educar para el online, porque el mercado va hacia ahí por una cuestión de practicidad.

¿Y cómo ves al online en sí, sin compararlo con la tienda física?
Mercado Libre concentra una parte importante, y por eso algunos jugadores eligen otros caminos: marketplaces de bancos o de grandes cadenas. A veces se duda del online por la inversión que requiere y por los costos de comisión, pero vino para quedarse y se va a profundizar. Eso también cambia la ecuación del negocio: los márgenes de otras épocas ya no forman parte de este escenario.

Pienso en cómo impacta al vendedor de la tienda física competir en el online, donde no podés adecuar tu argumento de venta a cada cliente, al que no ves ni conocés.
Hoy, de una u otra forma, todas las marcas terminan teniendo contacto directo con el consumidor final. Tiene que ver con la dirección que toma el negocio: la venta en línea crece y a tu marca tenés que seguir empujándola. Muchos empezaron a invertir en su web para competir, y la experiencia muestra que el online da resultado cuando hay una inversión sostenida detrás.

¿Cuánto del negocio va hoy al online?
En el mercado, alrededor del 35%. En nuestro caso, el 90% de la venta se hace a través del retail offline y el 10% por canales propios, siempre manteniendo el foco en el retail y el reseller.

Este fue un año de Mundial y de televisores. ¿Qué pasó en ese negocio?
En enero vimos una aceleración de la venta que no teníamos planificada. Llegamos al Mundial vendiendo muy por encima de lo esperado, sobre todo en pulgadas altas, de 50 a 85. Logramos alrededor del 5% del mercado, y más aún en 32 y 43 pulgadas. Fue un buen año, y al retail también le fue bien, en margen y en volumen. A nadie le sobra mercadería, y eso es una buena señal.

¿En esta industria se habla de algún adelanto tecnológico próximo?
En China acabamos de ver las nuevas tecnologías, pero en la Argentina mucha gente todavía no sabe qué es QLED y, en parte por una cuestión económica, termina comprando siempre lo mismo. No veo grandes cambios más allá de QLED, Mini LED y Ultra HD, que hoy son las mejores tecnologías disponibles. Además, en las plataformas todavía no hay tanto contenido para aprovechar QLED o 4K.

En smartphones el mercado mundial está retrocediendo en volumen, en parte por la demanda de infraestructura para la IA. ¿Cómo lo estás viendo?
Es así. Llegaron muchas marcas nuevas, y algunas todavía no terminan de entender lo particular que es la venta de celulares en este país. No alcanza con traer la marca: hay que invertir y desarrollarla. Con las memorias, algunos fabricantes se aprovisionaron con anticipación y hoy tienen mucha capacidad de precio y de volumen, mientras que otros quedaron más expuestos. Es un negocio que se volvió más complejo, y cuando uno mira los costos de importación, algunos precios de mercado son difíciles de explicar.

¿Cómo se ubican ustedes en este segmento?
A partir de enero vamos a trabajar fuerte en celulares con nuestra marca Enova y vamos a ser muy competitivos en precio.

¿Ese escenario se agravó con el aumento del precio de las memorias?
El precio de las memorias viene en alza, aunque ahora se calmó un poco. Lo mismo pasó en IT: servidores que hace dos años valían 12.000 dólares hoy cuestan 60.000, y mucho de eso tiene que ver con las memorias. Todo esto hizo que la de celulares sea una de las categorías más castigadas. En la Argentina, de venderse 10 millones de teléfonos por año, hoy se proyectan no más de 5 millones, de los cuales alrededor de 2,5 millones corresponden al mercado gris. Hace más de 20 años, el mercado gris pesaba como mucho un 5%. Fue creciendo, pero nunca había llegado a los niveles actuales.

¿Cuál es la frecuencia de recambio del celular?
La gente pasó de cambiar el teléfono cada seis meses a hacerlo cada un año y tres meses, aproximadamente.

¿Cómo creés que se va a comportar el consumidor que sí compre?
El tamaño de pantalla era algo que la gente valoraba mucho también en los teléfonos, pero por los costos de las memorias se van a vender más equipos de configuraciones más bajas. Si hasta hace tres meses el ticket promedio era de 350.000 pesos, hoy, para un teléfono de ese precio, tenés que ir a una memoria menor, por ejemplo, 4 GB de RAM, y vas a ver más equipos de 128 GB que de 256 o 512 GB.

Hablemos de aire acondicionado. Tiene un aspiracional alto y también un ticket promedio alto.
Es un producto de ticket alto, pero cuando hace mucho calor la gente busca la forma de comprarlo, aunque sea con un crédito personal. Por eso la financiación es clave, y los acuerdos que el retail logre con los bancos van a ser importantes. En el Norte, sobre todo, el calor va a definir la temporada.

¿Cómo encararon el negocio con Electra?
Vamos a profundizar el trabajo en el segmento de instaladores, donde la marca ya venía trabajando, y vamos a tener una presencia en el canal retail mucho mayor que la que tuvo hasta ahora. Prevemos vender 47.000 unidades, de las cuales el 30% irá a instaladores y el resto al retail.
Vamos a invertir mucho en comunicación: fútbol, vía pública y streaming. Electra, como marca internacional, va a competir fuerte con las marcas nacionales —incluida Enova— sin canibalizarse, porque va a tener modelos de ventana y split Inverter y equipos de frigorías altas que no tenemos con Enova. Vamos a posicionarnos con fuerza, y para el año que viene proyectamos 150.000 unidades.



El acondicionador de aire tiene un ticket alto, pero cuando hace mucho calor la gente busca cómo comprarlo, aunque sea con un crédito personal.

Electra también ofrecerá una línea de refrigeración

Con la marca Electra, Novatech va a ofrecer acondicionadores de aire y también refrigeración, con freezers que llegarán en breve y heladeras, que se van a lanzar en 30 días.
"En esta categoría vamos a seguir con la marca Enova y también con Electra, con la que ya nos están llegando freezers con distinto color y detalles", adelantó Ignacio Cocco. "Queremos posicionar a Electra un poco más arriba que Enova y también vamos a avanzar en la categoría con frigobar, cavas, heladeras.

¿Tuvieron que realizar acciones en la planta?
Para la planta de Río Grande incorporamos 130 personas, de las cuales 50 venían de Aires del Sur. Les dimos la oportunidad de continuar con nosotros, aprovechando el know-how que ya tenían.

¿Cómo está el mercado por tipo de producto?

Nosotros nos ocupamos de cada detalle.

VOS... DESPREOCUPATE

CON SMARTLIFE



SMARTLIFE

ENCIENDE EMOCIONES

Importa, fabrica, distribuye y garantiza VISUAR S.A.

Quinquela Martin 1924 CABA
5411 4109 3000

www.visuar.com.ar
info@visuar.com.ar

Visuar S.A.

visuar

En el centro y el norte del país el aire acondicionado de ventana se sigue vendiendo. Somos los únicos que tenemos modelos de ventana Inverter, que ahora son más chicos, más eficientes y más livianos, lo que también ayuda en la logística. Y ocurre algo que no es menor: por primera vez en años, el equipo de ventana volvió a estar más barato que el split. Además, en el norte hubo movimientos entre los jugadores que vendían modelos de ventana, así que hay un volumen que se está redistribuyendo y que vamos a seguir de cerca.

¿Cómo ves el negocio de tablets y notebooks?
Hasta hace un mes, en China hubo un aumento del 70% en el precio FOB de tablets y notebooks, y estuvimos meses sin producto. Hoy ese aumento ya no es del 70% sino del 40%, y como las marcas internacionales subieron tanto sus precios, las nacionales van a poder ofrecer valores más acordes con lo que puede pagar el consumidor argentino. Quizá ya no convenga trabajar con una notebook con Celeron y sí traer una con Ryzen 3: la diferencia de costo es tan chica que conviene ofrecer un procesador mejor.

¿Hubo cambios también en los procesadores?
Sí. En los últimos años creció mucho AMD. Intel tenía el 70% del mercado y AMD el 30%, pero esa relación se dio vuelta, principalmente por costos. Entre las marcas nacionales, fuimos los primeros en trabajar con AMD: vimos hacia dónde iba el mercado y nos anticipamos. Vendimos todas las máquinas antes de que llegaran, pero el objetivo no era ese, sino posicionarnos como líderes en notebooks y también en tablets de más de 10 pulgadas.
Para eso trabajamos mucho en el punto de venta, con capacitación y visibilidad, mejorando los displays y con un refresh general, para competir con las marcas internacionales, que van en esa dirección y hacia memorias más grandes, con un costo más alto. En IT vamos a seguir invirtiendo fuerte en publicidad y vamos a estar tanto en el canal retail como en el reseller.

¿Hacia dónde apunta el negocio de tablets en tamaño de pantalla?
La tablet de 7 pulgadas ya no tiene lugar: es prácticamente lo mismo que un teléfono, y ni hablar de la memoria RAM. Nosotros vamos a seguir con tablets de 10 y 12 pulgadas, con almacenamiento desde 64 GB y hasta 256 GB, para cubrir una categoría en la que, si al usuario no le alcanza para una notebook, pueda tener una tablet para hacer videollamadas y trabajos puntuales.

¿Qué estás viendo en el negocio de pequeños electrodomésticos?
Para nosotros es una categoría nueva este año, y nos fue muy bien. Como en otras categorías,



Vamos a seguir invirtiendo fuerte en comunicación y publicidad y vamos a seguir profesionalizando la gestión, con el respaldo de accionistas que siguen apostando por la Argentina, aun sabiendo que no es un país fácil.

pusimos el foco en la calidad del producto. Sigue habiendo muchísima oferta, porque la apertura de las importaciones hizo que entrara mucho producto al mercado, pero con el trabajo que hicimos y la capilaridad de clientes que tenemos, logramos hacernos un lugar.
Tenemos mucho por hacer y lo estamos haciendo: trabajamos en el punto de venta con exhibición y material POP, como valor agregado al producto y para ayudar a nuestros clientes en la venta. Estamos muy bien posicionados en precio, y más aún si lo comparamos con la calidad del producto. Vamos a ampliar el portafolio con unos 20 SKUs más y vamos a estar fuertes en cafetería. Estamos muy contentos con la categoría, y además hay muchas medidas antidumping que se caen y no se van a renovar.

Hablemos de refrigeración. ¿Qué viste la temporada pasada y qué van a hacer ustedes?
El final del año pasado fue difícil: hubo sobreoferta y el mercado necesitó tiempo para absorberla. Hoy se está acomodando. Nosotros estamos vendiendo muy bien los freezers y mejorando la venta de

GA.MA
ITALY

SECA, MOLDEA Y CUIDA **TU CABELLO**



avocado
ACTIVE OIL TECHNOLOGY

3D THERAPY

- Tubo recubierto con **aceite de palta.**
- Ultra deslizamiento.
- Antifrizz y brillo.
- 1300 W

NEW TURBO PLUS 2300

2300 · GIRATORIO

- **3 en 1**: Seca, alisa y modela
- Doble sentido de rotación.
- 2 temperaturas.
- Cool shot.
- 1100 W

CONOCÉ NUESTROS PRODUCTOS
Contacto: ventashogar@arimex.com

gamaitaly.ar

heladeras con productos de calidad. Tenemos 6 SKUs y vamos a sumar unos 10 más.

¿Y en lavado?
Entre las marcas nacionales tuvimos un resultado muy bueno hasta los últimos dos meses del año pasado, cuando hubo sobreoferta porque muchas marcas, grandes y chicas, empezaron a vender lavarropas. Nosotros trajimos productos con componentes de marcas número uno a nivel mundial, ofrecimos calidad, informamos con total transparencia la capacidad de carga y trabajamos muy fuerte con material POP y exhibición. Invertimos mucho, y por eso la marca creció. Vendemos 60.000 lavarropas por año, en un mercado donde la venta merma pasado el Día de la Madre, pero que en general viene en alza.

¿Cómo está este negocio en unidades?
El mercado de lavarropas creció y está cerca del millón de unidades. Tiene que ver con que el negocio se volvió más competitivo y, a la vez, los costos empezaron a bajar, aunque últimamente subieron un poco por los fletes. China también se volvió más competitiva, y eso ayudó a que el consumidor empiece a pensar en renovar su equipo por uno de mejor tecnología. Nosotros tenemos modelos de carga superior con tapa de vidrio y plástico, con filtros y tambor de acero inoxidable. Somos muy competitivos, y junto con el retail vamos a poder llegar al consumidor final con mejores propuestas de financiación.

La pata financiera del negocio sigue siendo la que hay que ajustar mirando al consumidor en el contexto económico actual.
Creo que lo que viene es apuntar al volumen, en SKUs y en ventas, y trabajar en cómo financiar mejor: qué oferta conviene dar en cuotas y cuál en un pago. Nosotros apuntamos a llegar a 2027 con 500 SKUs. Seguramente vamos a ver mucha oferta en lavarropas, heladeras y aire acondicionado, y televisión es una categoría que siempre está. Esperamos un buen Cyber, que le permita al retail renovar su stock de cara a la próxima etapa.

¿Están trabajando en la capacitación de la fuerza de ventas del canal?
Es un punto muy importante. Estamos desarrollando una plataforma con un capacitador para todos nuestros clientes, con streaming y videos para certificar a los vendedores, e incentivos económicos para quienes se capaciten. Hay mucha gente que entendió el cambio que se está produciendo en el mercado, y la capacitación es fundamental para que los vendedores tengan todas las herramientas y puedan ofrecerle al consumidor final lo que realmente necesita.



En lavado trajimos productos con componentes de marcas número uno a nivel mundial, ofrecimos calidad, informamos con total transparencia la capacidad de carga y trabajamos muy fuerte con material POP y exhibición. Invertimos mucho, y por eso la marca creció.

Partiendo del balance de 2026, ¿qué esperan para 2027?
Fue un año positivo: en unidades superamos a 2025. El 2027 va a estar atravesado por las elecciones, y todo año electoral trae cierta incertidumbre. En aire acondicionado, si el calor acompaña, es probable que la oferta no alcance. Es un riesgo que asumimos: en este contexto, la prudencia en la planificación es prioridad. Si el tipo de cambio y las variables macroeconómicas se mantienen estables, no deberíamos ver compras sobredimensionadas. Para el primer semestre esperamos un mercado prudente, pero ordenado, siempre que todos compremos con criterio y cada jugador se enfoque en lo que sabe hacer. De nuestra parte, vamos a seguir invirtiendo fuerte en comunicación y publicidad, vamos a continuar como sponsors de Platense y vamos a seguir profesionalizando la gestión, con el respaldo de accionistas que siguen apostando por la Argentina, aun sabiendo que no es un país fácil.



Heladera Multidoor Inverter
364L

Heladera Multidoor Inverter
462L

Heladera Top Mount No Frost Inverter | 324L

PHILCO

Los gustos en vida

PARA MÁS INFORMACIÓN O LIMITACIONES APLICABLES CONSULTE EN www.philco.com.ar

EQUIPÁ TU HOGAR CON ENOVA.

Tecnología confiable y accesible. Siempre.



SMART TVS



LAVADO



HELADERAS



AIRES

Garantía oficial

Servicio técnico en todo el país

tiendaenova.com.ar

enova

RAM **4/8 GB**
SSD **120/240/480 GB**

ENTRADA **HDMI**
CONECTORES **USB**



MICROONDAS



PEQUEÑOS



CELULARES



NOTEBOOKS

Calidad asegurada

Tecnología al alcance de todos

enova.ar

LILIANA
Presentó nuevos productos

Liliana renovó y amplió su línea de pequeños electrodomésticos, incorporando funcionalidad, versatilidad y tecnología. Entre las novedades, la marca destaca la CoffeeTouch AC986, cafetera expreso digital de 20 bares que permite utilizar café molido y cápsulas compatibles con Nespresso. Tiene pantalla táctil, cuatro modos de preparación y vaporizador regulable para personalizar cada café.

La línea de cocción sumó MasterFry AF980, una freidora de aire de 8 litros y 1900 watts de potencia. Trae panel táctil con ocho programas preestablecidos, tecnología de circulación de aire caliente 360° y visor frontal con luz interior, para controlar la cocción sin abrir el cajón.

Otra de las incorporaciones es EasyBake AFP904, una fábrica de pan con capacidad de hasta 900 gramos y 12 programas automáticos para preparar diferentes tipos de panes, masas y budines. Tiene display digital, el visor superior permite seguir la preparación y cuenta con la función para mantener el pan caliente hasta 60 minutos.

Completa los lanzamientos la SteamChef AV931, una vaporera digital de 9 litros de capacidad total con tres bandejas apilables y desmontables que permiten cocinar diferentes alimentos. Viene con timer de hasta 90 minutos, inicio programable hasta 12 horas, tanque de agua de 1,8 litros con posibilidad de recarga durante el funcionamiento y corte automático ante falta de agua.

“Las formas de cocinar y de vivir la casa van cambiando, y nosotros buscamos acompañar esa evolución con soluciones pensadas para el día a día. Renovarnos es también incorporar nuevas posibilidades, simplificar lo cotidiano y adaptarnos a lo que las personas necesitan hoy", señaló Mariela Kacew, Gerente de Marketing de Liliana.









Liliana

Renovarnos hace bien





Renovación en cada rincón

Una línea completa para más oportunidades de venta.















Pequeños Electrodomésticos | Ventilación Calefacción | Campanas Purificadores | Termotanques

RHEEM

Promueve la eficiencia energética en el calentamiento del agua

Rheem reafirma su compromiso con la innovación sustentable y continúa ofreciendo productos de altísimo rendimiento que combinan el menor consumo energético con el máximo nivel de confort diario. Dentro de su oferta residencial, marca la diferencia con la incorporación de aislación de poliuretano de alta densidad en sus termotanques. Este sistema superior crea una barrera protectora que retiene el calor del agua por más tiempo, se frena la pérdida de temperatura, se reduce al mínimo la cantidad de encendidos periódicos y el equipo trabaja solo cuando es necesario cuidando la economía del hogar.

Alineada con esta búsqueda de superación técnica, la línea Performance de termotanques lleva la conservación del calor a un estándar superior con un sistema de doble aislación de poliuretano que permite alcanzar la certificación de eficiencia energética A. Esta línea garantiza disponibilidad constante mientras minimiza el gasto de energía.

Para los usuarios que priorizan la inmediatez, la compañía lanzó la línea de calefones instantáneos sin llama piloto, que eliminan el consumo pasivo de gas, fuente significativa de desperdicio. Al encenderse solo al momento de abrir la canilla y apagarse al cerrarla, operan con una precisión absoluta y logrando también certificar en la categoría de eficiencia A.

Rheem dio otro paso disruptivo al presentar la línea EcoSmart. Esta innovadora tecnología representa un salto cualitativo en el calentamiento del agua al integrar un sistema de bomba de calor que extrae y aprovecha la energía del ambiente. Al valerse de energía totalmente renovable, la línea EcoSmart alcanza una inédita calificación de eficiencia energética Clase A++, reduciendo el consumo hasta en un 75% en comparación con los equipos eléctricos convencionales.

De esta manera, Rheem consolida una propuesta integral que impulsa hábitos de consumo responsable y sienta un nuevo precedente en el sector de soluciones eficientes para el confort.



Rheem®

EXPERTOS

EN AGUA CALIENTE

LÍNEA RESIDENCIAL

APTO BOMBA

10 AÑOS DE GARANTÍA

AISLACIÓN DE POLIURETANO



A GAS

ELÉCTRICO

Servicio al cliente
0810 888 6060

rheem.argentina

www.rheem.com.ar

Escaneá el código
para ver toda la línea
de productos Rheem



Especial

Audio

Los parlantes de gran formato, o "party speakers", mantienen el predominio sobre la atracción del mercado y los usuarios. Aunque los modelos chicos tienen su participación, los que incorporan juegos de luces, láser y karaoke siguen siendo los reyes de la fiesta.

KIOTO

Kioto destaca varios parlantes. El modelo KT 120 Crystal, de 12 pulgadas, ofrece graves profundos y agudos definidos y logra una calidad sonora superior. Tiene tecnología TWS (True Wireless Stereo), con la que se pueden conectar dos parlantes para obtener una experiencia estéreo envolvente y sin necesidad de utilizar cables; batería y comando de acrílico con diseño exclusivo y sofisticado.

El KT 840 aporta una potencia sonora que puede cubrir cualquier ambiente. Viene con juego de luces que acompaña el ritmo de la música y también tiene tecnología TWS. Es compacto, funcional y fácil de transportar.

El TW 2808 Crystal trae 2 parlantes de 8 pulgadas que ofrecen graves profundos y sonidos medios equilibrados; batería interna, para no depender de cables o tomas de corriente; tecnología TWS; luces que acompañan el ritmo musical y comando acrílico que aporta un diseño elegante y moderno.









Esteban Vaccaro, Vicepresidente de Kioto

"Ya estamos trabajando para ampliar la oferta de productos el año próximo"

"Durante el último año el mercado del audio estuvo muy competitivo, porque hubo mucha oferta y al mismo tiempo baja demanda, lo que nos obliga a ser cada vez más creativos comercialmente", sostuvo Esteban Vaccaro. "Por otra parte, nuestra marca, después de más de 50 años de trayectoria en el mercado, es no solo sinónimo de calidad, también de atención personalizada, lo que nos posiciona un escalón más arriba de cualquier nuevo importador".

Vaccaro agregó que la tendencia, porque así lo marcan las preferencias de los usuarios, siguen siendo los parlantes cada vez más grandes y con la incorporación de las pantallas táctiles interactivas, lo que habla de la renovación del segmento. "Por eso estamos trabajando para tener el año que viene una mayor y mejor oferta de productos, de fabricación nacional e importados y en todos los casos con la mejor calidad y sonido que nos caracterizó siempre.



GOLDSTAR

Goldstar presenta GLD-2510 “OBELISCO”, parlante con 1,55 metros de altura; 65.000 watts PMPO; 3 woofers de 10"; 2 tweeters de 3"; 2 entradas de micrófono y auxiliar; TWS; luces rítmicas; display LED; control de bajos, agudos, reverberación, eco y volumen; asas y ruedas. El GLD-2410, con 1,77 metros, tiene pantalla táctil de 14,1” con Android 13 y full HD; 42.000 watts PMPO; 2 woofers de 10" y 2 tweeters de 2"; puertos HDMI y USB; microSD; 2GB RAM y 16GB ROM; WIFI; compatibilidad con MP3/MP4/MP5; grabación; 2 entradas de micrófonos y auxiliar; TWS; FM; asas y ruedas.
GLD-802, “La Bestia”, tiene 1,18 metros de altura; 50.000 watts PMPO, 2 woofers de 12" y 2 tweeters de 3"; 2 entradas para micrófonos y auxiliar; TWS; display LED; control de bajos, agudos, eco y volumen del micrófono; asas y ruedas. El GLD-3KCH viene con luz disco en la parte superior, 1,06 metros de altura y 39.000 watts PMPO; 2 woofers de 10" y 2 tweeters de 3"; 2 entradas de micrófonos y auxiliar; TWS; luces LED rítmicas en woofers y tweeters; luz disco en la parte superior; control de bajos, agudos, eco y volumen del micrófono y display LED. Completa la propuesta el GLD-2310 CL, con luz en la parte superior, 95 centímetros de altura; 29.000 watts PMPO; 2 woofers de 6,5" y 2 tweeters de 3"; TWS; 2 entradas de micrófonos y auxiliar; luces rítmicas; control de bajos, agudos, eco y volumen del micrófono y display LED.
Los 5 tienen Bluetooth, control remoto y karaoke sin micrófono incluido.





Gustavo Margules, Director General de Starken S.A.

"Las torres de gran tamaño siguen siendo la preferencia"

"El año pasado, el mercado del audio tuvo dos etapas diferentes: una primera parte con fuerte recuperación y un cierre que fue más exigente, en el que, en general, el consumidor se puso mucho más selectivo", afirmó Gustavo Margules. Este año notamos que esa cautela continúa y en el mercado argentino las compras se definen mayormente por precio, financiación, potencia de los equipos, diseño y prestaciones. La demanda se canaliza tanto hacia los modelos compactos y recargables como hacia las torres de gran tamaño y potencia, que siguen siendo la preferencia por las prestaciones y tecnologías que les fue incorporando la industria. En Goldstar cubrimos los dos perfiles del consumo y seguimos ofreciendo productos competitivos, confiables e innovadores, característica que nos acompaña desde siempre".



GoldStar

Presenta su **nueva línea** de
TORRES DE SONIDO



LUZ DISCO
EN LA PARTE SUPERIOR

IMÁGENES A MODO ILUSTRATIVO

PANTALLA TÁCTIL DE 14,1"
Android 13, Full HD 1080 px
Puerto HDMI / Tarjeta microSD / Puerto USB
2GB de memoria RAM + 16GB de memoria ROM



GLD-2310 CL
Potencia **29.000 P.M.P.O.**
2 woofers de 6,5"
2 tweeters de 3"

Tecnología TWS · Función Karaoke (Mic. no incluido) · Bluetooth · Luces LED

GLD-3KCH
Potencia **39.000 P.M.P.O.**
2 woofers de 10"
2 tweeters de 3"

Tecnología TWS · Función Karaoke (Mic. no incluido) · Bluetooth · Luces LED

GLD-802
Potencia **50.000 P.M.P.O.**
2 woofers de 12"
2 tweeters de 3"

Tecnología TWS · Función Karaoke (Mic. no incluido) · Bluetooth · Luces LED

GLD-2410
Potencia **42.000 P.M.P.O.**
2 woofers de 10"
2 tweeters de 2"

Tecnología TWS · Función Karaoke (Mic. no incluido) · Bluetooth · Luces LED

GLD-2510
Potencia **65.000 P.M.P.O.**
3 woofers de 10"
2 tweeters de 3"

Tecnología TWS · Función Karaoke (Mic. no incluido) · Bluetooth · Luces LED

EL SONIDO TOMA
OTRA DIMENSIÓN

Cinco modelos. Cinco formas de vivir la música en grande. Torres multimedia de gran potencia, gabinetes 100% madera, iluminación LED y toda la conectividad para convertir cada encuentro en una experiencia.

STARKEN ARGENTINA S.A.

Si querés recibir nuestro catálogo completo contáctanos a:
+54 11 4788-4959 | 4896-4651 / 1695
hablemos@ken-brown.com.ar

GoldStar
goldstar.com.ar

KEN BROWN
ken-brown.com.ar

Serie Dorada
seriedorada.com.ar

EVERSOUND

Eversound ofrece alternativas que incluyen parlantes portátiles Bluetooth waterproof IPX6, de ABS y goma desde 1300 a 7500 watts PMPO; equipos de mayor tamaño, modelos con iluminación LED o RGB y opciones con karaoke y DJ, todos Bluetooth desde 5400 a 27000 watts PMPO y 8 versiones de equipos Bluetooth recargables entre 3500 y 7200 watts PMPO.

La línea se complementa con auriculares inalámbricos in ear con cancelación de ruido, indicador led de batería y posibilidad de utilizar uno o dos auriculares.

Los de conducción ósea ganan lugar en el mercado. Son ultralivianos tipo vincha, con memoria interna y modo MP3 y waterproof IPX8, ideales para nadar, correr o salir a caminar.

El catálogo suma dos auriculares over ear para DJ, plegables y con diadema extensible y micrófono.

La empresa destaca el desarrollo de la marca propia como propuesta de valor, una oferta con atributos relevantes y una identidad que permita diferenciarse y dar soporte con continuidad, logística y servicio posventa.



Claudio Prola, Socio Gerente de Juan Carlos Prola y Cía.

"El desarrollo propio nos permite trabajar con una propuesta integral"

"Impulsamos nuestra marca propia de audio EVERSOUND con un portfolio de parlantes y accesorios que combina funcionalidad, tecnología y entretenimiento", sostuvo Claudio Prola. "Es una apuesta que refleja la estrategia de la empresa de desarrollar productos propios y generar nuevas oportunidades para el mayorista".

Prola agregó que más que incorporar una categoría a su catálogo, el desarrollo de Eversound representa el objetivo por construir una identidad de marca y consolidar una propuesta propia dentro de un segmento dinámico, en el que la conectividad y la experiencia de uso son atributos relevantes.

"El desarrollo propio de los productos nos permite trabajar sobre una propuesta integral, con una selección de formatos y funcionalidades alineada con nuestra visión comercial y con las necesidades que buscamos atender a través de nuestra red de clientes", cerró Prola. "El audio es una categoría que atraviesa múltiples situaciones de consumo, acompaña el trabajo, los viajes, las reuniones y momentos de descanso y esa diversidad se refleja en la demanda de productos con características muy diferentes".

EVERSOUND

MUCHO POWER PARA VIBRAR ALTO!



PARLANTE BLUETOOTH

EV-8012
14500W PMPO.
Luces full color en panel y en woofers.
Luces láser ambientales giratorias desde los tweeters.
Bluetooth, USB para reproducción y carga de dispositivo móvil, tarjeta TF y radio FM.



PARLANTES BLUETOOTH RECARGABLES

EV-2105 / EV-2106
7200W PMPO.
5 efectos lumínicos dinámicos.
Bluetooth, USB para reproducción, lector de tarjeta TF y radio FM.
Recargables.



AURICULAR BLUETOOTH

EV-BON02
De conducción ósea.
Waterproof IPX8.
Incluye memoria interna de 32GB. Permite modo MP3.
Carga magnética.



PARLANTE BLUETOOTH PORTÁTIL

EV-263
1900W PMPO.
Modo WAV / MP3 / radio.
BT / USB / TF / TWS.
Tarjeta de memoria hasta 64GB.
Waterproof IPX6.
USB recargable.



EV-818
3800W PMPO



EV-628
5000W PMPO



EV-820
5000W PMPO



EV-828
5000W PMPO



EV-515
3500W PMPO

PARLANTES BLUETOOTH RECARGABLES



EV-282
7500W PMPO
Waterproof IPX6



EV-272
3800W PMPO
Waterproof IPX6



EV-266
1900W PMPO
Waterproof IPX6



EV-232
1300W PMPO
Waterproof IPX6

PARLANTES BLUETOOTH PORTÁTILES





EV-DJ01
Over ear.
Plegable, diadema extensible, micrófono.
USB recargable.

EV-DJ02
Over ear.
Plegable, diadema extensible, micrófono e indicador de batería.
USB recargable.



EV-TWS01
In ear.
Posibilidad de utiilizar uno o dos auriculares.
USB recargables.



AURICULARES BLUETOOTH





EV-363
27000W PMPO.
7 pads de batería.



EV-003
5400W PMPO
7 pads de batería



EVJ-8200
15000W PMPO.
Función DJ mixer y doble conexión inalámbrica.



EVJ-8522
13500W PMPO.
Efectos DJ y conexión inalámbrica.

PARLANTES BLUETOOTH

foto fondo by freepik

JC PROLA y Cía.

Tel.: +54 3492 442233 - 54 9 3492 666338
www.jcprola.com - comunicacion@jcprola.com
JUAN CARLOS PROLA y Cía. S.R.L.

MOONKI SOUND

Moonki Sound presenta su nueva torre de sonido Moonki Boom, modelo MX-X212LT, con doble woofer de 12" cada uno; anillo LED RGB de efecto dinámico, rango medio de 4" y 1 tweeter de 1". Tiene potencia de 4500 watts PMPO (300 RMS) gracias a su placa amplificadora clase D con procesador DSP; conectividad Bluetooth y FM. Estará disponible esta temporada y se espera que llegue a todas las principales cadenas retail y negocios del país.

La marca destaca las torres MW-T400 y MW-T520 como las más vendidas la temporada pasada y buena parte de este año. Tienen doble woofer de 8" y doble tweeter de 1"; potencia de 3000 watts PMPO (200 RMS); placa amplificadora D con procesador DSP de sonido superior; Bluetooth; FM y entrada de línea. Su principal característica es la conexión HDMI ARC y la entrada óptica, que convierte a estos productos en excelentes opciones para el audio hogareño. Otra característica con la que cuentan es un 1 GB de almacenamiento interno, que permite grabar y reproducir posteriormente un discurso o canciones de karaoke.

Moonki Sound participa en los principales eventos y lo hizo en la reciente Electronics & Home, con el objetivo de llegar con sus productos a cada lugar de la Argentina.





Juan Bolinaga, Encargado de Desarrollo de Productos

"Somos optimistas respecto de la recuperación de la categoría"



"El mercado de productos de audio viene atravesando un período desafiante, con un contexto económico que llevó a los consumidores a ser más cautelosos al momento de decidir sus compras" afirmó Juan Bolinaga, Encargado de Desarrollo de Productos en HDC International.

Frente al comienzo de la temporada primavera-verano, afirmó que las expectativas permiten esperar un incremento en las ventas, aunque reconoció que audio es un nicho altamente estacionario.

"Moonki Sound ya tiene una presencia importante en el mercado argentino y sus productos están bien posicionados en las principales cadenas y tiendas de retail del país", amplió. "La marca construyó una imagen asociada a productos de calidad, un diferencial importante que da una base sólida para acompañar la recuperación del mercado. Somos optimistas respecto de la evolución de la categoría y creemos que la temporada primavera-verano puede ser una oportunidad para recuperar dinamismo y fortalecer aún más la presencia de la marca".



moonki
SOUND
AUDIO PROFESIONAL

CONECTÁ LAS SOUND TOWERS MEDIANTE EL **PUERTO HDMI ARC** Y TRANSFORMALAS EN UN **SISTEMA DE AUDIO HOGAREÑO.**

TORRES DE SONIDO

MW-T400 | MW-T520

LED LIGHT · TWS

moonki | @moonki.sound
www.moonki.com

TODOMUSICA

Todomusica destaca cuatro productos de audio, todos con la marca Ross. El PP-36215A es un bafle activo doble 15" con potencia de 700 watts RMS; 125db; Bluetooth; TWS; USB; SD y FM. El PP-4715B, bafle activo con 15" y 2 vías, tiene batería, potencia de 80 watts RMS; 111db; Bluetooth 5.3; USB; SD y aro LED RGB. ROSS PA. También como bafle activo, el PR-3615C, de 15" y 2 vías, tiene potencia de 360 watts RMS; 123db; Bluetooth 5.2; DSP integrado y lector USB/SD El PW-3012A-8F es un sistema de sonido con consola de 8 canales; 300 watts de potencia RMS; 2 Bafles pasivos de 12"; Bluetooth 5.3; Lector USB; soportes tripode y cables de conexión.



Marcelo Medina, Ejecutivo de Ventas de Todomusica

"Elegimos parlantes con diseño, potencia y precio en equilibrio"

"En audio volvimos a traer al mercado la línea Ross profesional y semiprofesional, con ingeniería desarrollamos modelos acordes con lo que nos pedía el canal", dijo Marcelo Medina. "Lanzamos parlantes de 12" y 15" activos y doble 15", y como varios clientes los solicitaban, dos parlantes con batería y luces. Estamos trabajando en la reposición, al punto que algunos productos previstos para noviembre ya están vendidos".

Medina sostuvo que hay mucha oferta de parlantes grandes, con luces y precios y calidades de todo tipo, y en ese escenario optaron por mantener el equilibrio entre la calidad de sonido, la potencia y los precios. "Elegimos parlantes con mucha más potencia, diseño elegante pro y características de un parlante profesional, pero con el precio de un parlante de consumo masivo, acorde con el poder adquisitivo del mercado actual. Somos especialistas, tenemos una visión amplia del negocio y a fin de noviembre vamos a ingresar parlantes pasivos, de los que en el canal de hogar recibimos muchas consultas y conviene tenerlos".



Nueva línea de AUDIO HOGAR

ROSS

El sonido profesional al alcance de todos



Av. Martín García 463 C1268ABA | Buenos Aires | Argentina | Tel. +54 (11) 5544 8000 | www.todomusica.com.ar
info@todomusica.com.ar

Importa, garantiza y distribuye:

todomusica

PEABODY

Industria Metalúrgica Sparks S.A.

Nuevos productos en varias líneas

Industria Metalúrgica Sparks S.A., con su marca Peabody, presentó nuevos productos e incrementó la cantidad de unidades vendidas en todas las categorías respecto del año anterior. "Este crecimiento se produjo, principalmente, gracias a la incorporación de nuestros recientes lanzamientos", manifestó Héctor Sparks, Presidente de la compañía.

Entre esas incorporaciones, Sparks destacó, destinada al segmento premium, la cocina Gourmet 730, un modelo con 73 centímetros de ancho, 5 hornallas, una de ellas central con triple llama, horno de gran capacidad con doble reja y doble vidrio panorámico, rejas de fundición y manijas de aluminio. Otras de las novedades son los anafes vitrocerámicos de 2 y 4 hornallas, un horno de empotrar y una cocina de 50 centímetros que presentaron en colores blanco y negro, con puerta de vidrio, manija de hierro y sistema multigas. La empresa mantiene todo el resto de su catálogo, compuesto por cocinas de 53 y 56 centímetros y, en un segmento muy fuerte, toda la línea gastronómica. El servicio técnico cubre todo el país.

Sparks señaló, como otro de los pilares de la empresa, que tienen presencia en prácticamente todos los segmentos del mercado. "Nuestro objetivo es seguir ofreciendo buenos productos, con buenas prestaciones y una excelente relación entre el precio y la calidad", cerró. "Estamos incorporando nuevo equipamiento, para mejorar todos los procesos productivos y seguir aumentando los niveles de eficiencia y calidad".











PEABODY

NUEVOS LANZAMIENTOS

Innovación, diseño y funcionalidad se unen en nuestra nueva línea de productos.



COCINA MULTIGAS
MESADA DE ACERO INOXIDABLE
PEABODY50

- Mesada de acero inoxidable
- Válvulas y Termocuplas en hornallas y horno
- 4 hornallas
- Manija de hierro
- Puerta de DOBLE VIDRIO con visor panorámico
- Doble rejilla esmaltada
- Horno CLEAR TEC
- Respaldo 49 cm de ancho * 6 cm de alto

Presentamos la COCINA MULTIGAS **PEABODY-50** con mesada de acero inoxidable, seguridad en cada detalle y horno CLEAR TEC para una cocción impecable.

*** INGRESO EN ABRIL**



COCINA
GOURMET

- 5 hornallas 1 una triple llama
- Diseño elegante y funcional
- Doble rejilla de horno
- Rejas de quemadores de mesa de fundición
- Respaldo esmaltado
- Mesa de vidrio templado negro 6 mm
- Puerta de doble vidrio
- Horno CLEAR TEC

Sumate a la experiencia **GOURMET** con nuestra cocina gastronómica de 5 hornallas, triple llama y un diseño elegante que combina potencia y sofisticación.



HORNO **EMPOTRABLE** ELÉCTRICO
HE60 PEABODY/BAKE OFF

- Acero Inoxidable
- 70 Litros
- Convección + Ventilación
- Doble Vidrio en puerta del horno
- Termostato de 50 a 250ºC
- Timer con timbre sonoro 120 min
- 8 Funciones pre programadas
- Modo descongelación
- Luz del horno automática

Descubrí el Horno Empotrable **HE60**, con tecnología de convección, acero inoxidable y 8 funciones preprogramadas para llevar tus recetas al siguiente nivel.

imSparks
INDUSTRIA METALÚRGICA SPARKS S.A.

PEABODY BAKE OFF

Para recibir nuestro catálogo completo contáctanos a (02324) 432090 / 433820 santiagosparks@industriassparks.com.ar

RANSER

Vuelve al mercado argentino

La tradicional marca Ranser se relanza en la Argentina tras su adquisición por parte de una familia ítalo argentina y con una línea de productos que apela, en general, al diseño italiano. El portafolio comprende pequeños electrodomésticos, ayudantes de cocina, línea blanca y audio. Durante el primer semestre de este año ingresaron al mercado alrededor de 60 productos, como cafeteras, microondas, cavas y frigobar, mientras que en el último trimestre llegará un lote mayor, para terminar de ampliar su oferta en todos los segmentos durante 2027, cubriendo climatización, refrigeración y audio. Con un ambicioso plan comercial proyecta lanzar al mercado más de 100 productos. Ranser participó en línea blanca hasta hace unos años pero solo con lavarropas, una presencia limitada en comparación con 2027 donde desarrollará además secarropas y heladeras familiares para completar lineal. La marca se lanza con mucha fuerza en el segmento de desayuno y cafetería, donde el lineal presentado es completo e incluye modelos muy especificados, como la cafetera one touch con molinillo integrado. Según manifestaron en la empresa, este es un segmento en el que apuestan fuerte por la variedad de modelos que lanzan. La distribución es en todo el país.

Las imágenes muestran el acondicionador de aire portátil frío calor que viene con versiones de 2600 y 3500 watts; el ventilador slim CF-306 de aspas retráctiles, con manejo por control remoto y motor de cobre que combina 35 watts de potencia con luz LED de 40 watts configurable en cálida, natural y fría con dimmer; la barra de sonido Risonanza, con subwoofer incluido y potencia total de 160 watts RMS y la cafetera Clooney+ con opción para café molido o adaptador para multi cápsula.



RANSER

Tradición argentina con diseño italiano.





Diseño FMM S.A. | Argentina. Todos los derechos reservados. Imágenes con fines ilustrativos.

Comercializa: **INTERNATIONAL TRENDS SRL** 30-71648897-3

Contacto de Ventas: ventas@internationaltrends.com.ar

ranser.arg

STARK®



LA CALLE TE ESPERA

La RISE 29 de STARK está hecha para quienes no frenan ante ningún terreno. Su **rodado 29** te da mayor control, estabilidad y confianza en cada ascenso y descenso, mientras su diseño robusto y ágil responde a tu impulso de ir siempre un poco más lejos.

PEDIDOS@STARKWEB.COM.AR

+54 9 11 5834-3123

STARK.ARG

RISE









RODADO: 29 TALLE 16 - 18 - 20
ARTICULO : 6166 DAMA / 6164 HOMBRE
CUADRO: STARK 2.0 / ALUMINIO / FRENTE INTEGRADO
HORQUILLA: SUSPENCIÓN - CABEZAL DE ACERO

SISTEMA DE CAMBIOS : 21 VELOCIDADES
CAMBIO TRASERO SHIMANO TZ-50
SHIFTER: MANIJA INTEGRADA
COLORES:

STARKARG.COM

STARK



Especial

Rodados

Con el comienzo de la época del año favorable para la vida al aire libre, llega el incentivo para el uso de las bicicletas. El mercado mantiene una oferta interesante y renovada que incluye a los monopatines eléctricos, que están ganando participación.

STARK

Stark presenta el nuevo modelo VOODOO de 26", con diseño audaz, personalidad, espíritu deportivo y estética en dos colores. Por sus gráficos exclusivos, suspensión delantera, freno a disco y cambios de 8 velocidades es ideal para quienes buscan destacarse.

En la última parte del año van a presentar las bicicletas Top Race R12 con cuadro de acero reforzado, ruedas con llantas plásticas, y frente decorativo. Otros productos de la marca son el scooter plegable ZOOMYS, con estructura resistente, ruedas delanteras de 125 milímetros y 80 en las traseras y base de 60 x 85 centímetros antideslizante.

La nueva línea de Skates ONIX, fabricados con madera canadiense Hard Maple de 80 x 20 centímetros, ofrece máxima dureza, la flexión justa y el equilibrio perfecto entre firmeza y control. Esta madera resiste el desgaste del uso urbano y soportan 90 kilos.



Juan Manuel Zelarrayán, Gerente General de Stark

"Hay que buscar la oferta puntual para lo que necesita cada cliente"

“Nosotros estamos vendiendo bien, aunque hay que trabajar más que antes y con más profesionalismo”, sostuvo Juan Manuel Zelarrayán. “El consumidor se puso muy selectivo, por nivel económico y porque en el mercado encuentra mucha variedad para elegir. Hay que buscar la oferta puntual para cada cliente de acuerdo con lo que necesita: en algún caso será plazo, en otros casos se privilegiará el precio y en todos los casos hay que apuntar al producto más estratégico para cada fecha clave, como el Día de la Madre o del Niño y Navidad".

En cuanto a la oferta y la demanda, Zelarrayán sostuvo que la bicicleta rodado 29 sigue posicionada con mucha fuerza en las preferencias de los usuarios y por ende del mercado, aunque reconoció que hay otros productos, inclusive con precio más alto, que se siguen vendiendo bien.



OLMO

Olmo destaca varios modelos. Amelie, rodado 26" con cuadro de acero, tiene transmisión Shimano de 6 velocidades; frenos V-Brake, cubrecadena, portaequipaje, montajes para discos, guardabarros y canasto. La Flash 290, rodado 29" talles 18" y 20", trae cuadro de aluminio 6061, cableado interno, montajes para discos y portaequipaje, Shimano 3×7, horquilla con suspensión Aeron con bloqueo y precarga, frenos a disco mecánico y, como componentes Shimano, descarrilador, shifters, piñón, plato y palanca.

Safari Comp es una rodado 29", talles 16", 18" y 20" con cuadro de aluminio, montajes para discos y portaequipaje, Shimano ESSA 1×8, sistema monoplato + cassette ESSA, horquilla con suspensión con bloqueo y precarga y frenos a disco hidráulico.

La Straat S-20, rodado 700C, talles 17" y 19", tiene cuadro de aluminio con cableado interno, montaje para portaequipaje, Shimano Altus 3×8 velocidades, frenos a disco hidráulico Shimano, cubiertas 700 × 38C importadas, plato, palanca, descarrilador y cassette Shimano, cierre rápido de las ruedas, asiento soft con cierre rápido y pedales plataforma.



Sergio Berman, Director de Olmo Bikes

"Uno de nuestros desafíos es ser competitivos sin resignar calidad"

“Vemos un consumidor atento al precio, la financiación y la relación entre el precio y el producto", afirmó Sergio Berman. "Uno de nuestros desafíos es ser competitivos sin resignar calidad. Hay modelos que tienen buena rotación y otros requieren una propuesta más específica. Seguimos acompañando al canal con renovación permanente de la línea".

Sobre la demanda, Berman reconoció que el consumidor busca bicicletas versátiles, para recorridos cotidianos y salidas de fin de semana. "Eso nos llevó a incorporar y renovar modelos para distintos usos", amplió. "Además, fortalecimos las urbanas, las todoterreno y las de cicloturismo, para cubrir diferentes necesidades sin perder identidad. De cara a 2027, lanzaremos una nueva línea MTB, con estética renovada, componentes Shimano y suspensión con bloqueo. Llegaremos con fuerza al segmento Stunt con Groove, que se destacará por su variedad de colores y un precio accesible y queremos destacar a Fischer, con récord de ventas en infantiles y MTB de entrada. En 2027 ampliaremos la propuesta, con nuevos modelos".





Pedí un deseo

NUEVA WISH 290

RENOVADA

Colores disponibles



GRAVITY

Gravity acompaña el crecimiento de los chicos con una propuesta de bicicletas que incluye los rodados 16 y 20, BMX y Mountain Bike, con alternativas para distintas necesidades y estilos de uso. La marca pone el foco en que cada chico encuentre una bicicleta cómoda, fácil de controlar y adecuada para su etapa.

"En la compra de una bicicleta infantil, la elección del tamaño es tan importante como el diseño o el precio", dijeron en la empresa. "Una bicicleta demasiado grande puede dificultar el manejo, el acceso a los pedales y el accionamiento de los frenos, afectando la confianza y las ganas de usarla. Por eso, Gravity destaca el valor del asesoramiento en el punto de venta: conocer la altura, la experiencia y el uso previsto permite orientar a cada familia hacia una opción adecuada para el chico que la va a utilizar hoy".



Tomás Bellati, Gerente de Ventas de Movilidad en Nexina

"Acompañamos el crecimiento del niño con diferentes alternativas"

“Muchas familias buscan una bicicleta que les dure varios años y piensan que elegir un rodado más grande es una buena inversión, pero la bicicleta tiene que ser adecuada para el chico hoy", afirmó Tomás Bellati. "Si le cuesta arrancar, doblar o frenar, puede perder confianza y dejar de disfrutarla”.

Bellati destacó que poder dar unas vueltas en una bicicleta grande no significa que sea adecuada para todos los días. "Cuando el tamaño es correcto, puede controlarla, desarrollar sus habilidades y salir a andar con amigos o en familia. El objetivo es que la use y que tenga ganas de volver a subirse.”

El vendedor puede agregar valor con preguntas simples: cuánto mide el niño, si ya sabe andar y dónde va a usar la bicicleta. Escuchar a la familia y explicar la recomendación construye confianza y da un mejor servicio. En Gravity acompañamos las distintas etapas del crecimiento con alternativas para diferentes necesidades. La venta empieza con una buena recomendación".



GRAVITY

BIKE BRAND.TRD.MRK



LA LIBERTAD DE MOVERTE

¡COMERCIALIZÁ CON NOSOTROS!
ventas@nexina.com.ar

ES MAS LINDO EN DOS RUEDAS

gravity.bicicletas

FUTURA

Bicicletas Futura lanzó la STUNT 26”, diseñada para los más jóvenes y completando su lineal que incluye las BMX de 16, 20 y 24 pulgadas. Desde la empresa destacaron que aunque un rodado 26 parezca raro para niños, es lo último en bicis infantiles. Viene equipada con suspensión delantera, frenos v-brake, monoplato, 7 velocidades, piñón y cadenas INDEX y mandos t/gripshift. Está preparada para pequeños circuitos de Stunt y BMX de espacios reducidos, con caja pedalera alta, trayectoria de asiento más corta, ruedas reforzadas y un tamaño que permite riders de menor edad y de poca altura. Se presenta en colores aguamarina, azul y blanco y se entrega una por caja, 85% ensamblada y hecha en la Argentina. La empresa entrega a cada usuario que registre su unidad en la web www.futuraonline.com.ar el certificado de legítimo usuario que extiende gratuitamente la garantía para el cuadro de 6 a 12 meses.





Luciano Testa, Brand Manager de Bicicletas Futura

"Vemos que el mercado sigue ofreciendo oportunidades"

“Nosotros notamos que cuando hay productos hay venta, el canal no puede tener góndolas vacías", dijo Luciano Testa. "Estamos ofreciendo condiciones que son una buena oportunidad para que el comercio tenga un producto moderno, con entrega inmediata y que permite dar opciones de financiación con tasas bajas, trasladando a sus clientes las mismas facilidades o condiciones con que compra. Aunque sabemos que este año no tuvo la mejor performance tratamos de mantener el equilibrio entre el producto muy competitivo y la financiación, para aprovechar de la mejor manera las fechas clave de fin de año y Reyes".

Testa destacó que el producto nacional ofrece más beneficios en cuanto a las posibilidades de pago. "Nosotros vemos que el mercado sigue ofreciendo oportunidades", cerró. "En Futura lo vemos con la bicicleta Stunt, un producto que tiene margen y que si el comerciante sabe aprovecharlo, se va a vender muy bien".



TEMPORADA 2026-2027

FUTURA
BICICLETAS

Más lindas aún, en tu tienda.



STUNT



PANTERA



LYNCE



BARRACUDA



BMX 16"



BMX 20"

BICICLETAS FUTURA SRL - PARQUE INDUSTRIAL QUILMES - CNO. GRAL BELGRANO KM 10.5
BERNAL - BUENOS AIRES - ARGENTINA

info@futuraonline.com.ar / 011-4270-1819 - www.futuraonline.com.ar

RANDERS

Argentrade presenta la KAWILL MTB de 29”, con cuadro de aluminio liviano y durable; suspensión delantera, llantas de aluminio de doble pared, mazas con Quick Release, Shimano de 21 velocidades con shifters y descarrilador Shimano Tourney TZ-500, piñón de 7 coronas, caja pedalera sellada y frenos de disco mecánico.

En infantiles lanzaron las bicicletas de paseo, rodados 14, 16 y 20, con prioridad en la resistencia y la seguridad. Tienen cuadro y horquilla de acero reforzado y duradero, certificados de calidad y seguridad, componentes funcionales y de seguridad, frenos independientes delantero y trasero, caja pedalera de acero y ruedas estabilizadoras súper reforzadas con tecnología de luces. Las ruedas inflables brindan un rodar suave y con mejor tracción.

Completa la propuesta el monopatín eléctrico Randers SCT-104 plegable, diseñado sobre un chasis de aleación de aluminio resistente e impulsado por un motor de 350 watts con tres modos de conducción: ECO, Drive y Sport. Alcanza velocidades de entre 25 y 30 km/h. La autonomía es de hasta 25 km por carga, tiene batería de litio de 10.4 Ah con tiempo de recarga de 3 a 6 horas, neumáticos rígidos de 8,5” tipo panal de libre mantenimiento, sistema de frenado eléctrico delantero y a disco trasero y conectividad Bluetooth.



Bruno Chinellato, Gerente Comercial de Argentrade S.A.

"Creemos que vamos a tener una temporada muy buena"

"Ya estamos en la temporada alta para los rodados y creemos que va a ser muy buena", afirmó Bruno Chinellato. "Nuestro monopatín eléctrico está ganando participación de mercado y somos marca líder en el segmento. En bicicletas, nuestro caballito de batalla es la Kawi con componentes full Shimano, que confirma que el rodado 29 lidera el 70% del negocio. Es tan útil para trabajar como para uso recreativo y como medio de transporte más accesible".

La línea de bicicletas infantiles de Randers comienza con el rodado 14 con rueditas con luces, que es el modelo de inicio para los más chiquitos. Allí tenemos las mejores bicis del mercado, por su robustez y seguridad", cerró Chinellato. "Después pasamos a los rodados 20, 24 y hasta 29 en talle chico. El infantil es un segmento muy representativo en ventas el Día del Niño y Navidad, que son las fechas en las que siempre quebramos stock.



RANDERS

Movilidad Sustentable

ESCANEÁ ACÁ
PARA CHATEAR



Paseo



Infantiles



Mountain Bike

ARGENTRADE

Seguinos en nuestras redes:
/ @RandersOk

Encontrá todos nuestros productos en:
www.randers.com.ar

Para ventas mayoristas comunicarse a:
mruiz@argentrade.net

INFANTI

Infanti destaca de su línea tres bicicletas infantiles. La rodado 12 tiene cuadro, horquilla y manillar de acero al carbono; limitador de giro del manubrio, llanta plástica, neumáticos EVA; asiento regulable; manubrio elevado y ruedas de aprendizaje. El freno es de tambor, es apta para 2 a 4 años de edad, soporta hasta 21 kilos y trae cantimplora.
La rodado 16 , con cuadro, horquilla y manillar de acero al carbono, viene con limitador de giro del manubrio, frenos V-Brake con mangos de nylon reforzado y ajuste y neumáticos con cámara. Es para niños de 4 a 7 años y soporta hasta 30 kilos.
La rodado 20 para niños a partir de los 7 años, tiene limitador de giro en el manubrio; manubrio y asiento ajustables y frenos traseros y delanteros V-Brake. Soporta hasta 70 kilos y tiene licencia oficial de Hot Wheels.



Juan Pablo Sacconi, Director Comercial de Infanti

"Estamos haciendo pretemporada y esperamos una buena Navidad"

"Si bien en los rodados de bicicletas 12, 16 y 20 durante el último semestre vimos que ingresó al mercado gran cantidad de productos, los que ofrecemos nosotros están muy bien reconocidos desde hace tiempo por los comerciantes y los consumidores, tanto por su precio como por el equilibrio del precio con la calidad", afirmó Juan Pablo Sacconi.
Sobre las expectativas para los próximos meses, sostuvo que en general apuntan a tener una muy buena Navidad y con esa perspectiva ya están haciendo pretemporada con todos los clientes.
"Pensamos que si en el último trimestre del año se reactivan los planes de financiación que tuvimos, como era el Ahora 12 y las 12 cuotas sin interés, el consumo debería incrementarse", cerró.
"El consumidor argentino siempre tiene el deseo o el aspiracional de comprar y regalar buenos productos, solo hay que facilitarle el acceso a los mismos con el crédito, que también es una herramienta imprescindible tanto para nosotros, los proveedores, como para el canal comercial.



infanti®

Butacas





Cochecitos

Monopatines





Triciclos





Bicicletas

¡LA NOVEDAD!

Arenero a Batería

Los Arces 128 - Área Industrial Carcarañá - Sta Fe.

Contacto: (0341) 156697206 | pedidos@bebitos.com.ar



Especial

Motos

El mercado de las motos muestra números auspiciosos. En las empresas esperan el desarrollo de la temporada que se inicia con buenas expectativas y, en general, con renovación de modelos y líneas.

El mercado de motovehículos tuvo crecimiento en octubre

La División Motovehículos de la Asociación de Concesionarios de Automotores de la República Argentina (ACARA) informó que durante octubre se patentaron 79.497 motovehículos, lo que significa un aumento interanual del 25,9% sobre el mismo mes de 2025, cuando se registraron 63.161 unidades. Si la comparación se realiza contra el mes anterior, se observa una baja del 2%, ya que en septiembre de este año se habían registrado 81.129 unidades.

De esta forma, en los diez meses acumulados del año se patentaron 748.598 unidades, un 39,1% más que en el mismo período de 2025, cuando se habían registrado 538.001 motovehículos.

En cuanto a la participación, en los primeros puestos se observan dos cambios con respecto a septiembre. Honda siguió liderando el mercado con 17.050 unidades, seguida por segundo mes consecutivo por Motomel, con 10.911 y en tercer lugar Gilera, con 9.119. Zanella, que en septiembre estaba en el sexto escalón, subió al cuarto lugar, con 7.005 y Keller, con 6.954, quedó en el quinto puesto.

También se observan cambios en la estadística por modelo más patentado. Se mantiene en el primer puesto la Honda Wave 110S, con 8.313 motos, seguida ahora por la Motomel B110, que con 6.492 unidades escaló dos posiciones.

VARIACIONES POR MES Y AÑO

79.497 UNIDADES

Variación m/m	Variación a/a	Variación acum.
-2.0%	+25,9%	+39,1%

RESUMEN DEL MERCADO EN UNIDADES

	OCT 2026 (Unidades)	SEP. 2026 (Unidades)	OCT. 2025 (Unidades)
MOTOCICLETA	77.817	79.344	61.399
SCOOTER	1.470	1.543	1.539
CUATRICICLO	152	160	140
TRICICLO	58	77	90
CICLOMOTOR	0	2	3
OTROS	0	3	0

MAGNY

Magny ofrece la Raider, una moto con 125 centímetros cúbicos de cilindrada, potencia de 12,73 HP, tablero digital, luces LED y rendimiento en consumo de combustible de 45 kilómetros por litro. Tiene arranque eléctrico i-touch y patada; caja de velocidades de 5 marchas; motor monocilíndrico de 4 tiempos tipo SOHC enfriado por aire; freno delantero hidráulico operado manualmente y disco lobulado de 240 milímetros. El peso es de 121 kilos con el tanque de combustible lleno.Desde la marca, destacaron a la Raider 125 como el producto estrella en toda Latinoamérica y la moto más potente de su cilindrada en la región. “No existe en el mercado un vehículo con su nivel de potencia, superando en un 20% a los demás competidores de su categoría, es el producto más tecnológico y evolucionado en su segmento”, dijo Jorge Drube, Director Comercial.



Jorge Drube, Director Comercial de Magny

Un mercado con tendencia alcista pero con caída de la rentabilidad

"El 2025 fue un período de gran transformación para el sector”, afirmó Jorge Drube. “Comenzó con una tendencia alcista en el consumo, pero a partir de la liberación del tipo de cambio en abril, el mercado experimentó una reestructuración impulsada por la sobreoferta de productos, que provocó una caída en los precios de hasta 15% en algunos artículos. El mercado cerró con aproximadamente 654.500 unidades vendidas y una clara tendencia al alza. No obstante, se registró una caída sustancial en la rentabilidad de la cadena de comercialización, acompañada por un crecimiento sostenido en la demanda de productos de menor valor."



Sobre la orientación de la demanda segmentando por tipo de productos, Drube sostuvo que sigue impulsada por los modelos de entrada, acompañada por una importante recuperación en el segmento de la gama alta. “Los productos de la gama media fueron los más afectados", cerró,

SOMOS EL 3° FABRICANTE DE MOTOS DEL MUNDO

TVS
SIEMPRE PARA **ADELANTE**



TVS RAIDER
THE WICKED RIDE

TVSMOTOR.COM/ES/AR

MOTOMEL

Motomel lanzó la Shark 150, moto que amplía el line up en el segmento urbano. Tiene diseño compacto, de fuerte personalidad y está equipada con motor monocilíndrico de cuatro tiempos y 150 cc, que desarrolla una potencia de 8,3 HP a 7.500 rpm. Su transmisión por correa CVT y embrague automático permite una conducción sin cambios de marcha, sencilla e intuitiva, especial para el tránsito urbano. El arranque es eléctrico y por patada y tiene capacidad de tanque de 9 litros. Trae horquilla delantera invertida, monoamortiguador lateral, llantas de aleación rodado delantero 90/90-12 y trasero 3.50-10 y un peso en orden de marcha de 112 kilos. El conjunto de frenado está compuesto por disco delantero y tambor trasero con sistema CBS, buscando aportar control y seguridad. La propuesta se completa con el tablero 100% digital a color, iluminación full LED, cargador USB doble (A + C), parabrisas integrado, parrilla portaequipaje trasera y un compartimento de carga central con cerradura. El asiento es soft touch biplaza y tiene Easy Brake, con los dos frenos en las manos.



Pablo Pellegrini, Gerente Comercial de Motomel

"El año pasado fue muy positivo, para el mercado y para Motomel"

"El 2025 fue un año muy positivo para el mercado de motovehículos en la Argentina, con cerca de 654.500 unidades comercializadas", dijo Pablo Pellegrini. "Para Motomel también fue un gran año, alcanzamos un 13,5% de participación de mercado, posicionamos tres modelos entre los 20 más vendidos del país y lideramos dos de las tres principales categorías, resultados que reflejan la fortaleza de nuestra propuesta y la confianza de los consumidores".

Pellegrini agregó que el año comenzó con una demanda creciente en el segmento CUB, impulsada por modelos accesibles y prácticos para el uso cotidiano. "Sin embargo, hacia el cierre de septiembre observamos una recuperación en los segmentos Street y On/Off", finalizó. "Esta tendencia nos permite proyectar un último trimestre con un mix de ventas más equilibrado y con mayores oportunidades en distintas categorías".




MOTOMEL
LA MOTO
MÁS ELEGIDA
POR LOS
ARGENTINOS
CONTACTATE
CON NOSOTROS
TELÉFONO: 0810-444-1892
MOTOMEL
WWW.MOTOMEL.COM.AR
/MOTOMELOFICIAL

DINAM

Una mirada integral para el equipamiento de la cocina

Con tres anafes y dos campanas, la marca propia de Electro Dinam reúne opciones para distintos hábitos de cocción y proyectos, con el respaldo de una empresa de más de 60 años de trayectoria.

La línea de anafes ofrece alternativas a gas y vitrocerámicas. El modelo MS 261 cuenta con cuatro zonas de cocción, control táctil y frente de perfil inoxidable, en una superficie de estética limpia que facilita su integración en el diseño de la mesada.

Para quienes prefieren cocinar a gas, el LN 301 incorpora cuatro hornallas y parrillas de hierro fundido. El modelo 008 trae cinco hornallas, una de ellas de triple corona, y también parrillas de hierro fundido, una alternativa para quienes buscan más posiciones de cocción.

Esta variedad permite elegir el equipamiento. La extracción también forma parte del proyecto

La propuesta se completa con las campanas decorativas SELINI y OMNIA, en acero inoxidable, versiones de 60 y 90 centímetros y extracción de 850 m^3/h. Ambas aportan alternativas para integrar la extracción al conjunto de la cocina y acompañan la elección del anafe y la estética del ambiente.

Además del producto, el servicio posterior a la compra forma parte de una decisión de equipamiento. DINAM cuenta con el respaldo de Electro Dinam y su red de servicio técnico oficial y garantía en todo el país, soporte relevante para el usuario y para el canal comercial. Con esta línea, Electro Dinam expresa una visión de marca propia: ofrecer alternativas para equipar la cocina con una identidad común y el acompañamiento de una empresa con más de seis décadas de experiencia.









Dinam

Diseño, prestaciones y tecnología en productos con los más altos estándares de calidad





EL AIRE SERÁ MÁS PURO, TU COCINA SERÁ MÁS LINDA

Campana SELINI

Diseño moderno, líneas elegantes y tecnología para disfrutar tu cocina todos los días.

- **Medidas:** disponible en 60 cm y 90 cm
- **Potencia:** motor de 213 W de alto rendimiento
- **Diseño:** Frente en cristal negro con panel táctil TC 3V
- **Iluminación:** LED
- **Caudal:** 850 m³/h (¡máxima capacidad de extracción!)

GARANTÍA DE CALIDAD

Campana OMNIA

Potencia, diseño y durabilidad para tu cocina

- **Medidas:** disponible en 60 cm y 90 cm
- **Potencia:** motor de 213 W de alto rendimiento
- **Diseño:** fabricada íntegramente en acero inoxidable
- **Iluminación:** doble lámpara LED (1.5 W)
- **Caudal:** 850 m³/h (¡máxima capacidad de extracción!)

Y COMO SIEMPRE, LOS PRODUCTOS DE cata

ME 910 X/B
Horno Eléctrico Multifunción



- Programación de cocción digital
- Iluminación: 2 luces
- **Spiedo**
- Puerta 3 cristales. Panorámica
- Accesorios: bandeja y parrilla
- Acabado: Inox. y Cristal negro
- **Ancho: 90 cm.**
- Capacidad Interior de 105 lts.
- 4 niveles para colocación de bandeja
- **Clasificación energética A**

MC 25 D
Microondas



- **Microondas 25 litros encastrable**
- Grill simultáneo de 1.000W
- Cinco niveles de potencia, 900W salida
- Interior en acero inoxidable
- **Botonera Push Pull retroiluminada**
- Plato Giratorio 315 mm
- Temporizador de 0 a 95 minutos
- Descong. autom. por tiempo y peso
- 8 menúes de acceso automáticos
- Botón inicio rápido • Fácil instalación
- Bloqueo de seguridad • Acabado en inox.

B10 PIR
Extractor



- Extractor axial de baño
- No necesita interruptor, funciona con sensor infrarrojo de presencia
- Caudal: 98 m³/h

Electro Dinam S.A.C.I.F.I. www.electrodinam.com.ar Tel. 5411 4941 4484 electrodinam@electrodinam.com.ar

@dinam.argentina @cata.electrodomesticos.arg

INMACOL

Nueva línea Desarmable

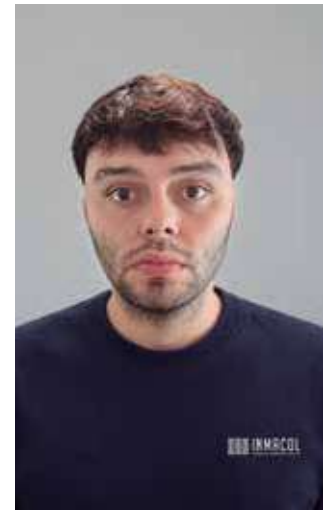
En Colazo, Córdoba, INMACOL fabrica muebles de madera maciza para comercios de todo el país. Ahora, parte de sus mesas y sillas empieza a salir de la fábrica de otra manera: desarmadas y en una caja. Así nace la Línea Desarmable, que la empresa resume en tres palabras: macizo, en cajas.

Entre quienes impulsan el proyecto está Bautista Cravero. Tiene 19 años, es la tercera generación de la empresa familiar y el responsable de Innovación y Marketing digital de INMACOL: maneja las redes y desarrolla los programas de gestión que usa la fábrica. "Es el mismo mueble de siempre, con la misma madera maciza y la misma durabilidad, lo que cambia es cómo viaja", resume Cravero. En la caja no hay un mueble distinto, están las mismas piezas del catálogo, con el mismo lustre, listas para armar en destino. Según la empresa, desarmado ocupa hasta cuatro veces menos espacio que armado, algo que se nota en cada carga, en el depósito y en cada traslado.

El cambio también responde a un mercado que se mueve. "Adaptamos productos para que puedan entrar al e-commerce. Desarmado, el mueble macizo es mucho más manejable, y eso le abre posibilidades que antes no tenía", explica Cravero.

La línea reúne mesas y sillas que los comercios ya conocen, entre ellas la Atlántico, la Pacífico, la Norway y la Mediterráneo, con la misma madera y las mismas terminaciones de siempre. Detrás de cada producto hay una manera de trabajar que no cambió. "Usamos madera 100% sustentable, con certificación FSC y PEFC", agregó Cravero. Cada materia prima que entra a la fábrica tiene trazabilidad, y cada mueble que sale, también".

Hoy INMACOL tiene más de 100 productos en catálogo, una planta de 10.000 metros cuadrados y más de 2000 clientes en todo el país. La Línea Desarmable es el paso más reciente de una empresa familiar que crece sin perder el oficio. "La madera maciza viene de familia. Lo nuevo es cómo la llevamos a cada comercio", dice. "El mueble es el de siempre. Lo nuevo es cómo llega".



"La madera maciza viene de familia", dijo Bautista Cravero, responsable de Innovación y Marketing digital de INMACOL. "Lo nuevo es cómo la llevamos ahora a cada comercio."







INMACOL
INDUSTRIA MADERERA COLAZO

CRECER JUNTOS.

En el mismo dormitorio.

Cuchetas y camas funcionales de madera maciza, con lugar para jugar, descansar y crecer. Hechas para durar más que la infancia.

- **MADERA MACIZA**
  En los lustres del catálogo.
- **CUCHETAS DESMONTABLES**
  Se separan en dos camas individuales.
- **UNA CAMA MÁS, CUANDO HACE FALTA**
  Carros y camas inferiores deslizables.
- **GUARDADO INCLUIDO**
  Cajoneras y placard integrados.



CUCHETA MEDITERRÁNEO DESMONTABLE Art. 105 · castaño



CUCHETA PACÍFICO DESMONTABLE
ART. 201
Se separa en dos camas individuales.



CUCHETA TRIPLE CON CAJONERA MEDITERRÁNEO
ART. 114
Tres camas y cajones de guardado.



CUCHETA ESQUINERA MEDITERRÁNEO
ART. 115
Cama alta y cama baja en L, con cajonera.



CAMA DOBLE CON CAJONERA MEDITERRÁNEO
ART. 113
Cama inferior con 3 cajones.



CAMA TRIPLE MEDITERRÁNEO
ART. 109
Incluye carro para colchón de 11 cm.

LÍNEA
JUVENIL

Cunas funcionales, camas infantiles, escritorios y toda la línea, en el catálogo 2026.

MUEBLE.COM.AR

SUMÁ LA LÍNEA JUVENIL A TU MUEBLERÍA

Escaneá el código o escribinos por WhatsApp al **3532 49-6816**

contactoimc@mueble.com.ar · @inmacol_muebles · mueble.com.ar

LAS 4 HERMANAS 270 · COLAZO, CÓRDOBA

INMACOL
INDUSTRIA MADERERA COLAZO
diseñado para vos.



TECNO

Especial

Tablets y notebooks

Acompañando la permanente renovación tecnológica, los proveedores de notebooks, computadoras de escritorio, tablets y celulares siguen presentando novedades. El foco está puesto, principalmente, en las capacidades y la duración y la carga rápida de las baterías.

NOVATECH
Nuevas notebooks y teléfonos

El lanzamiento del año de ENOVA es la nueva línea de notebooks Ryzen 3 de 15,6", con tres configuraciones de memoria y almacenamiento. El modelo de 14" con Celeron N4020, trae 4 GB y 128 GB SSD, Windows 11 y según destacaron en la empresa fue el producto con más unidades vendidas en la tienda online en enero de 2026.

La siguen cuatro de 15,6", todas con Windows 11 y memoria de 3,4 GB y 120 GB SSD; 8 GB / 240 GB SSD; 8 GB / 480 GB SSD y 8 GB / 480 GB SSD con Copilot, el modelo de mayor ticket.

Novatech lanzó, además, un nuevo smartphone Infinix accesible cuyas principales características son: pantalla de 6,78" HD+ | 120 Hz; procesador MediaTek Helio G81 Ultimate; 4 GB RAM + 64/128 GB de almacenamiento; batería de 5200 mAh; cámaras principal y frontal de 8 MP; Android 16 + XOS 16; IP64, diseño ultradelgado de 7,7 milímetros y memoria expandible hasta 2 TB según la especificación oficial de Infinix.

Otra novedad es el HOT 601, con pantalla de gran tamaño y alta fluidez; cámara principal de 50 MP; carga rápida de 45 watts; batería de gran capacidad; procesador MediaTek Helio G81; amplio almacenamiento; sistema operativo Android y diseño moderno y delgado.



Ignacio Cocco, Director Comercial de Novatech

"Llegamos a 2027 con la nueva línea de notebooks Ryzen 3"

"En notebooks, la venta se concentra en los modelos de entrada y en un escalón intermedio con más memoria", dijo Ignacio Cocco. "Enova llega a 2026/27 con una nueva línea Ryzen 3 en ese escalón".

Cocco agregó que para Enova en el último año la demanda fue estable, con una participación constante en las cadenas de electrodomésticos. "En las cadenas que reportan participación, Enova tuvo en 2025 entre el 11% y el 31% de las ventas de notebooks en la mayoría de las semanas, en línea con 2024", amplió. "El público de 25 a 55 años, y de ingresos medios, busca relación de precio y calidad, funcionalidad y tecnología accesible. Vemos al online como un canal de crecimiento y a la demanda que se reparte en dos escalones: un modelo de entrada de 14 pulgadas y un escalón AMDRyzen de 15,6 pulgadas que ya tiene más memoria y capacidad de disco.

EXO S.A.

Apuesta fuerte en el mercado de notebooks y tablets

EXO presenta como producto estrella para el mercado hogareño la notebook EXO Smart XR2, con una calidad y estética superiores a lo que corresponde por su precio. Para el segmento corporativo, y para consumo interno de los retailers, la empresa destaca dos productos: la PC EXO Ready X5D, una opción ideal para el diseño y el trabajo profesional que viene equipada con 32GB de memoria, disco SSD de 1TB y placa de video GeForce RTX.

Como novedad de este año, en el primer trimestre lanzaron la notebook EXO Ultra i7, con procesador Intel Ultra i7, 16GB de RAM, disco SSD de 512GB, Windows 11 Pro y pantalla de 16 pulgadas.



Ana Acosta, Gerente de Retail, Cuentas y Marketplace de EXO

"La demanda de notebooks y tablets se mantiene firme"

"La temporada pasada fue de crecimiento sostenido para el segmento de la informática hogareña, crecimiento que estuvo impulsado, principalmente, por la mayor disponibilidad de financiación, lo que permitió acercar los productos de tecnología a un público más amplio", afirmó Ana Acosta, desde EXO. "A pesar del contexto económico, la demanda de notebooks y tablets se mantuvo, impulsada por un trabajo integral junto a los retailers en cada etapa del proceso comercial."

Refiriéndose al comportamiento de los usuarios finales, Acosta sostuvo que la demanda, dentro del mercado hogareño, se concentra en los productos de ticket bajo y medio. EXO atiende a este segmento con varios modelos de notebooks, como las XR2, RM84 y R35. "En todos los casos, ofrecemos la mejor tecnología al mejor precio pensando siempre en los usuarios que necesitan la mejor conectividad, tanto para el trabajo remoto como para el entretenimiento".

EXO

LA COMPUTADORA
IDEAL PARA TU NEGOCIO

Y VENDER A LAS EMPRESAS



EXO ULTRA AI I7
para trabajar y crear

- Intel® Core™ Ultra i7
- Pantalla 16"
- 16GB RAM · SSD 480GB
- Windows 11 Pro

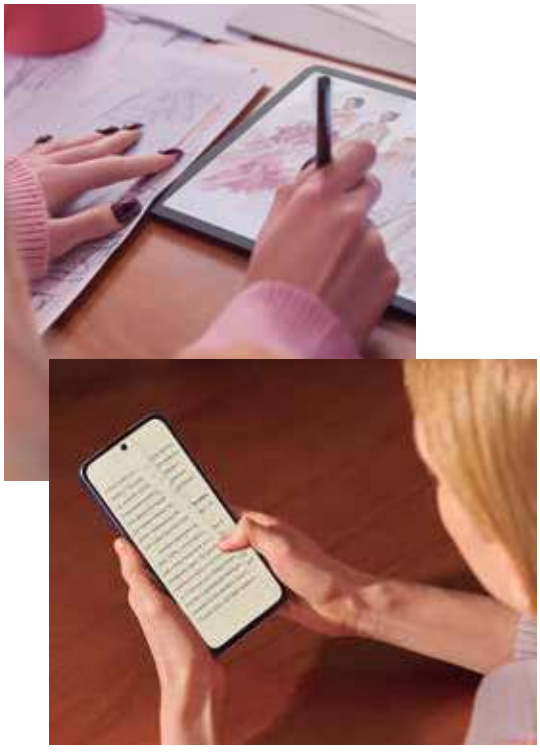
PC EXO X5D
para Diseñar

- Memoria 32GB
- Disco SSD 1TB
- Placa de Video GeForce RTX



Comunicate con: **anaa@exo.com.ar**

TCL
Nuevas tablets y celular



La TCL NXTPAPER 11 Plus tiene pantalla de 11,5” 2K y tecnología NXTPAPER, que reduce la fatiga ocular. Trae el procesador MediaTek Helio G100 (MT8781), 8 GB de RAM + 8 GB de expansión y 256 GB de almacenamiento. La batería de 8.000 mAh ofrece carga rápida de 33W, la cámara frontal y la trasera es de 8 MP y suma funciones como la animación cuadro por cuadro. Los 4 parlantes brindan una experiencia envolvente y en conectividad, incorpora Wi-Fi, Bluetooth, GPS y puerto USB Tipo C. La TAB A1 Plus es una tablet con pantalla de 12,2” 2.4 K con procesador Qualcomm Snapdragon 4 Gen 2; 6 GB de RAM ampliables a 16 GB; 128 GB de almacenamiento expandibles a 2 TB; batería de 8.000 mAh con carga rápida de 20W; cámara frontal de 5 MP y trasera de 8 MP, Wi-Fi, Bluetooth y puerto USB Tipo C, TCL destaca también el NXTPAPER 70 Pro, celular con Android 16, teclas laterales de volumen y desbloqueo con huella dactilar; pantalla táctil NXTPAPER DE 6,9” FHD+ (1080X2340); funciones para comodidad ocular, lectura, y paper ink; RAM de 8 GB + 16 de expansión y ROM de 256/512 GB; cámara frontal de 32 MP con HDR y video 1080P. La cámara principal, de 50MP, ofrece 8MP captura y reproducción de video 4K 30FPS y la batería, de 5200 mAh, admite carga rápida de 33W. Trae Bluetooth 5.4, y viene en colores stellar blue, lunar white, y nebula gold.

SAMSUNG
Dos novedades de la Serie Galaxy

Samsung presenta la Galaxy Tab S12+, tablet con pantalla Dynamic AMOLED 2X de 12,6”; procesador de 3 nanómetros con cámara de vapor 3D y batería con carga rápida en 95 minutos. Viene con S Pen ergonómico, funda Slim con teclado y funciona con Android 17 y One UI 9. La Galaxy Tab S12 Ultra tiene solo 5,1 milímetros; pantalla Dynamic AMOLED 2X de 14,6” (1.600 nits); sonido de 4 canales; procesador que mejora hasta un 61% el rendimiento de la NPU y batería con hasta 23 horas de autonomía. Trae S Pen y funda con teclado.

El Galaxy S26 FE es el primer integrante de la familia con One UI 9 nativo. Tiene pantalla Dynamic AMOLED de 6,7” a 120 Hz y batería de 4.900 mAh. Simplifica la migración desde Android o iOS con QR, incluye 7 años de actualizaciones y una prueba gratuita por 6 meses de Google AI Pro con 5 TB en la nube. La cámara frontal es de 12 MP. Tiene funciones para encuadrar personas en movimiento, Super Steady con bloqueo horizontal y Photo Assist por comandos de voz. El ecosistema de inteligencia artificial proactiva se completa con Now Brief personalizable, sugerencias automáticas de Now Nudge y la capacidad de buscar múltiples objetos en pantalla simultáneamente mediante Circle to Search.







MÉXICO ES TU PRÓXIMO MERCADO

Conectá tu empresa con nuevas oportunidades de negocio en el principal evento B2B de tecnología, hogar, movilidad y retail de México y la región.

EDICIÓN 2027

20.000 m² DE EXPOSICIÓN

+600 EXPOSITORES

4 PABELLONES, UN MISMO EVENTO

ELECTRONICS & HOME. Mexico

Electrodomésticos, TV, audio y tecnología para el hogar

artefacta
muebles, colchones & diseño

Equipamiento del hogar, muebles y diseño

MEXICO MOBILE CONGRESS

Telefonía, dispositivos y conectividad

FUTURE MOBILITY

Movilidad eléctrica, motos, bicicletas y su ecosistema

15 AL 17 DE JUNIO DE 2027

CENTRO BANAMEX • CIUDAD DE MÉXICO

+52 55 3660 1021

www.electronicshome.mx

QUIERO RECIBIR INFORMACIÓN



ELECTRONICS & HOME 2027
UNA EDICIÓN QUE VUELVE A CRECER

Del 28 al 30 de junio de 2027, La Rural será sede de la séptima edición de Electronics & Home Argentina, la gran plataforma multisectorial de negocios que conecta las industrias del hogar, la tecnología, el diseño y la movilidad con los principales compradores del país y la región. La feria proyecta 16.000 m² de exposición, más de 400 stands y nuevas propuestas para ampliar las oportunidades comerciales.

Por Claudia Carrivale prensa@editoracycargentina.com.ar

Electronics & Home Argentina prepara una nueva edición con una propuesta que crecerá en superficie, convocatoria y diversidad de contenidos. El encuentro reúne a los principales actores de la industria de electrodomésticos, electrónica de consumo y tecnología, y amplía su alcance hacia otros mercados vinculados con el hogar, la movilidad y la conectividad.

La sexta edición, en 2026, cerró con un récord de 12.000 asistentes y marcó una nueva etapa con la llegada a La Rural. La incorporación de nuevos espacios permitió sumar categorías, contenidos y oportunidades comerciales, consolidando un formato B2B multisectorial.

Para 2027, esa expansión continuará con iniciativas que conectan industrias y ofrecen nuevas instancias de encuentro entre marcas, empresas y profesionales. Future Mobility, Artefacta, Argentina Mobile Congress, Global Supplier y Electronics & Home TV formarán parte de una propuesta que combina exposición, contenidos especializados y herramientas de comunicación.

MULTISECTORIAL, MULTIPLATAFORMA

DONDE LOS SECTORES SE SUMAN, LAS OPORTUNIDADES SE MULTIPLICAN

En Electronics & Home diferentes sectores se encuentran: tecnología, movilidad, diseño, equipamiento para el hogar y nuevas soluciones para el mercado. Cada feria especializada amplía las posibilidades de conexión. Cada sector atrae nuevos negocios. Cada encuentro abre nuevas oportunidades. Esta integración transforma a Electronics & Home en algo más grande que la suma de sus eventos.



Argentina Mobile Congress

Argentina Mobile Congress es un espacio de encuentro para los principales actores del ecosistema móvil, fabricantes, distribuidores y retailers, con disertaciones de marcas, especialistas y divulgadores que abordan las tendencias, la innovación tecnológica y los desafíos del sector. Con esta propuesta, AMC genera nuevas instancias de contacto entre las marcas y el canal, y suma contenidos específicos sobre uno de los mercados con mayor velocidad de transformación y generación de herramientas, con el objetivo de potenciar las ventas y mejorar la experiencia comercial.

Global Supplier: Más oportunidades comerciales

Global Supplier suma una dimensión internacional a la propuesta a través de una plataforma que busca facilitar el contacto entre fabricantes y proveedores con empresas y compradores de la región. Amplía las oportunidades de negocio en un mercado donde la búsqueda de proveedores y la diversificación de la oferta forman parte de la estrategia comercial y propone generar vínculos entre compañías internacionales y actores del canal regional. La iniciativa está dirigida a importadores, distribuidores, retailers y empresas que buscan ampliar sus catálogos y establecer relaciones en otros mercados, complementa la oferta de las empresas participantes y refuerza la dimensión B2B del encuentro.





Electronics & Home TV Las marcas tienen la palabra

Electronics & Home TV lleva la actualidad del sector a su canal de YouTube, con la conducción de presentadores reconocidos y especializados. Entrevistas con referentes de la industria, lanzamientos y activaciones, recorridas por la exposición y tendencias del mercado dan voz a las empresas, muestran sus novedades y acercan sus propuestas a nuevas audiencias.
La cobertura continúa durante todo el año con contenidos que mantienen a las marcas en agenda, amplían la difusión de sus productos e iniciativas y extienden la visibilidad de los expositores más allá de la feria.

ARTEFACTA

Muebles Colchones y Diseño





Artefacta es una propuesta que puso en escena al sector del mobiliario y el diseño. artefacta.com.ar

En 2026 se dio el primer paso; 2027 es la oportunidad de crecer. Tras su debut en Electronics & Home Argentina, Artefacta vuelve con una propuesta que amplía su alcance y consolida un espacio de negocios para toda la industria del hogar. Su realización junto a Electronics & Home la integra a una comunidad de profesionales y compradores del canal comercial ya establecida, ampliando las posibilidades de conexión entre los distintos sectores.

Muebles, colchones, accesorios de cocina, textiles, decoración, bazar e iluminación conforman una oferta que conecta a fabricantes y proveedores con distribuidores, retailers y profesionales. La exposición permite presentar novedades, ampliar redes comerciales y generar vínculos.

Los espacios de networking y las rondas de negocios volverán a promover el encuentro entre empresas y compradores, impulsando nuevas oportunidades comerciales y una cadena de valor más integrada y conectada.

La agenda también tendrá continuidad con Artefacta Forum, que reunirá nuevamente a referentes de la industria para compartir tendencias, analizar la evolución del mercado y debatir sobre los desafíos y oportunidades de las categorías vinculadas con el hogar.

Con esta propuesta, Artefacta combina exposición, encuentros comerciales y contenidos en una plataforma que impulsa nuevas oportunidades de negocios y aporta herramientas para comprender la evolución de la industria del hogar.

Ricchezze

DISEÑO ARGENTINO:

Inspirado en el mundo. Pensado para nuestra manera de vivir.

Observamos las tendencias globales, pero las interpretamos desde nuestra identidad. Diseñamos muebles funcionales y prácticos, pensados para la diversidad de hogares, regiones y costumbres de nuestro país.



★ SORRENTO ARCILLA



★ LÍNEA LEGGERO

Cada producto Ricchezze surge de la búsqueda de ese equilibrio entre:
Tendencias actuales | Identidad Argentina | Funcionalidad | Producción Nacional.



Porque diseñar en Argentina es mucho más que fabricar muebles.
Es comprender nuestra manera de vivir y crear soluciones pensadas para nosotros.

FUTURE MOBILITY

La movilidad que viene llega a la Argentina



El evento desarrollado por Grupo Eletrolar en Brasil tendrá su primera edición local, con una propuesta que reúne a empresas, marcas y profesionales vinculados con las nuevas formas de la movilidad.

Autos eléctricos e híbridos, motos, bicicletas y otros vehículos urbanos serán parte de Future Mobility, una iniciativa que llega al país para reunir a los protagonistas de una industria en plena transformación.

La propuesta tendrá un alcance que va más allá de los vehículos. También incluirá empresas vinculadas con infraestructura de carga, baterías, autopartes, energía, tecnología, software y servicios, con el objetivo de conectar los distintos eslabones de un mercado que incorpora nuevos productos, soluciones y modelos de negocio.

Future Mobility toma como referencia la experiencia de Grupo Eletrolar en Brasil. La iniciativa comenzó con Eletrocar Show y fue ampliando su alcance a medida que la movilidad sumó nuevas tecnologías, categorías y actores. Ese recorrido dio lugar a un formato que conecta distintas industrias alrededor de las oportunidades que genera la evolución del sector.

En la Argentina, la propuesta buscará vincular el negocio de la movilidad con los mercados de la electrónica, la tecnología y la energía, además de convocar a fabricantes, importadores, distribuidores y empresas relacionadas con logística, flotas, infraestructura y servicios.

El formato combinará exposición, contenidos, experiencias y encuentros comerciales. Durante tres jornadas, las empresas podrán presentar novedades, mostrar soluciones y generar contactos con otros actores de la cadena de valor.

Future Mobility cuenta con un blog propio que reúne noticias, tendencias y novedades sobre movilidad eléctrica, micromovilidad, infraestructura de carga y tecnología. La plataforma, además de acompañar el desarrollo del evento, permite seguir de cerca la evolución del sector y las oportunidades que surgen, tanto en el mercado argentino como en el internacional.

FUTURE MOBILITY

EL EVENTO QUE TRANSFORMÓ LA MOVILIDAD EN BRASIL AHORA CRUZA FRONTERAS

EN 2027. VIVÍ LA NUEVA ERA DE LA MOVILIDAD EN ARGENTINA



Vehículos eléctricos, E-bikes, Micromovilidad, Híbridos, Proveedores, Terminales de carga y Flotas.

Junto a
ELECTRONICS & HOME. Argentina

LA RURAL

28, 29 y 30 de junio 2027
La Rural - Buenos Aires

Los protagonistas de la movilidad del futuro tienen un nuevo punto de encuentro. **Reservá tu stand** y formá parte de este lanzamiento.

Organización: Grupo eletrolar ALL CONNECTED
Realización: azuloplay
Medio oficial: INTEGRACION
Miembro de: ufi Approved International Event

FUTUREMOBILITY.COM.AR

ALL CONNECTED

Integración Empresaria amplía su ecosistema de medios con ALL CONNECTED SESSIONS, un nuevo programa de streaming

A treinta años de su creación, Revista Integración Empresaria continúa ampliando su ecosistema de medios. Próximamente lanzará ALL CONNECTED SESSIONS, un programa de streaming que reunirá a referentes de distintas industrias para conversar sobre la actualidad, las tendencias y los desafíos que marcarán su futuro.

"Estamos muy contentos de presentar ALL CONNECTED SESSIONS, un nuevo formato que nace dentro de Integración y que busca generar un espacio de conversación, análisis y encuentro alrededor de las industrias que están transformando nuestro mercado", señaló Juan Cruz Grondona, director comercial de Revista Integración Empresaria y Electronics & Home.

El programa estará organizado en tres verticales: Electronics & Home, ARTEFACTA y Future Mobility. A través de entrevistas y conversaciones, cada espacio reunirá a protagonistas de su sector para compartir experiencias, analizar tendencias y explorar nuevas oportunidades de negocio.

"Son tres sectores diferentes, pero con algo en común: están evolucionando permanentemente y necesitan nuevos espacios donde sus referentes puedan compartir ideas, tendencias, experiencias y oportunidades. La propuesta es generar conversaciones con cada industria, conocer qué está pasando, qué viene y cuáles son los desafíos que tenemos por delante", agregó Grondona.

ALL CONNECTED SESSIONS se incorpora a la estrategia audiovisual de Integración Empresaria con un formato que busca dar mayor visibilidad a las marcas, generar contenidos de valor y acercar a sus protagonistas a nuevas audiencias.

La iniciativa también fortalece la conexión entre medios y eventos, extendiendo la conversación más allá de los encuentros presenciales y manteniendo activo el vínculo con las industrias durante todo el año.





cucina

GARANTÍA de 3 AÑOS • GARANTÍA de 3 AÑOS •
3

LICUADORA
FRULLATORE

Capacidad
de 1,5 Litros

Potencia
de 800w

Cuchillas de corte
de acero inoxidable

Cierre de
seguridad EK1

Regulador de
velocidad variable



Descubrí la nueva línea de pequeños electrodomésticos de cocina

pastalinda
www.pastalinda.com.ar

Pastalinda®
DESDE 1950

SeverBon®
JARDÍN

AMPLIA VARIEDAD DE PRODUCTOS PARA EL JARDÍN Y EL HOGAR
DISEÑO Y FUNCIONALIDAD

RIDER CORTACÉSPED A NAFTA MT24AC

COMPACTO, POTENTE Y FÁCIL DE MANIOBRAR.
Ideal para jardines y parques de grandes superficies.

NUEVO!



GHA 20 3:1 RC F450

POTENCIA PARA GRANDES SUPERFICIES.





GH400 RC

CORTADORA DE CÉSPED ELÉCTRICA PARA PEQUEÑAS Y MEDIANAS SUPERFICIES
Con regulador central.



BP 1500

PROLIJIDAD Y PRECISIÓN.

GH 470 RC

CORTADORA DE CÉSPED A BATERÍA.



REPUESTOS GARANTIZADOS TODO EL AÑO

RESPALDO DE INDUSTRIA ARGENTINA

< ACCEDÉ A NUESTROS CATÁLOGOS

3492 648470 severbon severbon_unitec

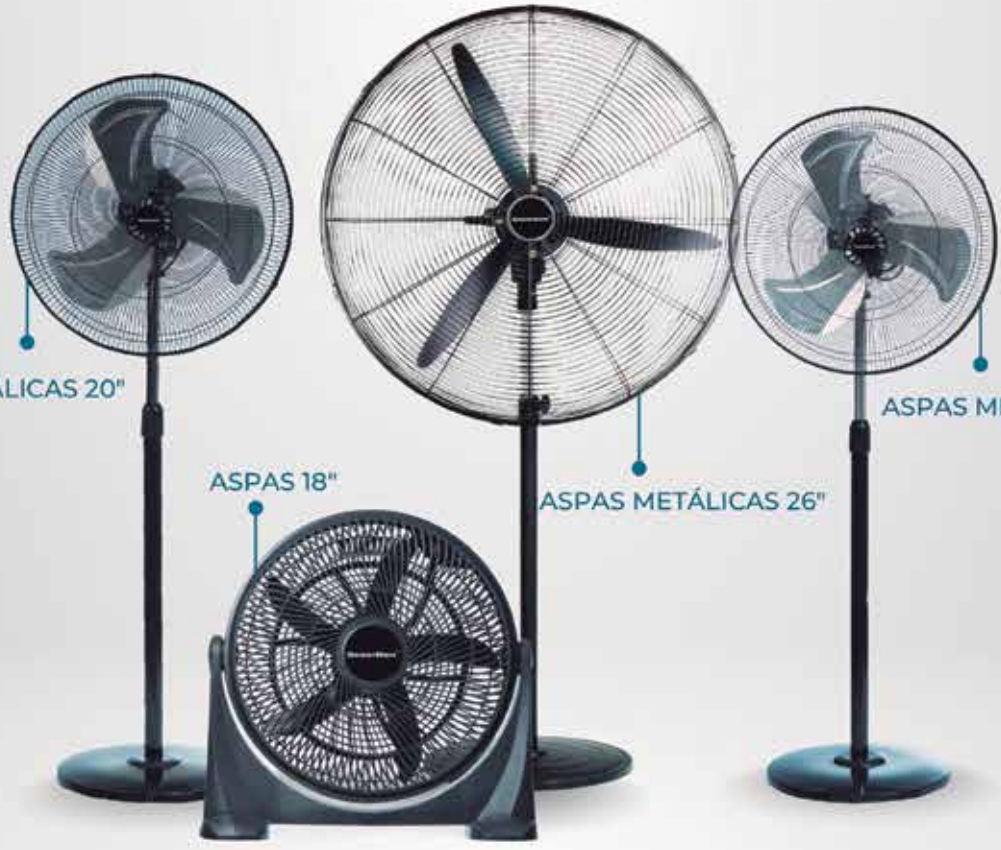
Ageo Culzoni 2283 - 2300 - Rafaela (Santa Fe) - ARGENTINA
ventas@unitecsa.com

SeverBon®
VENTILACIÓN



VT NÓRDICO LED BLANCO

VT RETRACTIL LED



ASPAS METÁLICAS 20"

ASPAS 18"

ASPAS METÁLICAS 26"

ASPAS METÁLICAS 18"

CON CONTROL REMOTO



VTDC BLANCO C/LUZ LED



VTDC NEGRO MICRO C/LUZ LED



VT NORDICO NEGRO Y CEDRO S/LUZ



VTA NEGRO MICROTEXTURADO S/LUZ CR



unitec
SOCIEDAD ANONIMA

DISEÑO ARGENTINO.

www.unitecsa.com

SeverBon®



Especial

Jardín y Camping

Se abre una temporada fuerte para las herramientas de jardín. La posibilidad de un verano con clima húmedo genera buenas expectativas en los proveedores, que mantienen completos sus catálogos, pero renovados.

SEVERBON

En herramientas de jardín, las novedades de Severbon para la nueva temporada incluyen una máquina alimentada a batería, un rider y una bordeadora con potencia de 1500 watts.

Con estas incorporaciones, la marca amplía su oferta buscando dar respuesta a las distintas necesidades de uso de los consumidores.

Desde la empresa señalaron que los productos compiten muy bien en el mercado actual, tanto por su propuesta como por su precio, y en un contexto donde hay gran diversidad de opciones. La ampliación de las líneas acompaña el crecimiento del canal de ventas en todo el país y el trabajo de fidelización de los clientes.



Josefina López, Gerente comercial de Unitec S.A.

"Seguimos apostando a la industria y la fabricación nacional"

"Aunque la temporada pasada no fue buena para el mercado de ventilación en general, nosotros incrementamos un 20% el volumen de las ventas y en jardín tuvimos una buena temporada", dijo Josefina López. "Este año buscamos superar ese volumen, acompañando el crecimiento de la empresa y también la ampliación de nuestro canal de ventas en todo el país".

Analizando las características del mercado y el comportamiento de la demanda, López sostuvo que el precio del producto tiene un peso importante, pero la empresa procura dar respuesta también a los usuarios que valoran la calidad, el diseño y el respaldo de la marca, que en el caso de Severbon cuenta con más de 65 años de trayectoria.

"La oferta de productos importados a muy bajo precio sigue siendo un desafío", cerró. "Por eso seguimos trabajando en fidelizar a nuestros clientes, ampliar nuestra propuesta de productos y llegar a más puntos de venta. Seguimos apostando a la industria y la fabricación nacional."



PETRI

Petri destaca dentro de sus líneas de productos las máquinas autopropulsadas de 7 HP 3 en 1 y la autopropulsada de 7 HP con encendido electrónico. En la empresa subrayaron que están vendiendo muy bien los productos para parquistas y jardineros y también la cortadora autopropulsada a batería de 1400 watts, un modelo que si bien tiene un precio más alto es de una calidad superior. Todo tiene la marca y los motores Petri.







Fabrizia Petrilli, Directora de Vitop Internacional S.A.

“Tenemos años de trayectoria y los clientes nos siguen eligiendo"

"Para nuestro rubro, la temporada pasada fue dura", definió Fabrizia Petrilli. "Nuestros clientes más importantes y los retailers del país no demandaron como lo hacen siempre y vimos una caída del consumo, sobre todo en los equipos pequeños, como las bordeadoras, donde entraron a la cancha un montón de jugadores nuevos, con nuevas marcas, e importadores que venden directamente al público. Afortunadamente, somos una empresa con muchísimos años de trayectoria en el mercado y nuestros clientes nos siguen eligiendo. Este año todo eso se acomodó y el mercado entendió que para este tipo de productos no basta con tener un buen precio, también hay que dar un servicio posventa adecuado y, fundamentalmente, rápido".



Petrilli agregó que la demanda se orienta a los equipos grandes, más profesionales y hacia las máquinas a explosión y desmalezadoras. "En máquinas eléctricas gana la de 1 HP sobre las más pequeñas de 3/4 y 1/2, que hace unos años se vendían más", cerró.

AUTOPROPULSADA **7 HP**

ENCENDIDO ELÉCTRICO

3 EN 1 CORTA · RECOLECTA · TRITURA



- **REGULACIÓN CENTRAL DE 6 POSICIONES**
- **ANCHO DE CORTE 56 CM**
- **SISTEMA AUTOLIMPIANTE**
- **INCLUYE BATERÍA Y CARGADOR**

VENTAS ventas@petri.com.ar
TEL. +54 11 28944316

DIBRA



EL PRODUCTO INCLUYE UN CARGADOR DOBLE Y DOS BATERÍAS

Walter Díaz, Socio Gerente de Dibra

"Las cortadoras de césped con baterías están ganando visibilidad"

"Estamos trabajando muy bien y tenemos muy buena respuesta comercial de los clientes, que este año empezaron a valorar las cortadoras de césped con baterías de 20 y 40 voltios lanzadas la temporada anterior, de ahí que este año estamos lanzando tres modelos Dibra de fabricación nacional, con carcasa de acero estampado, 6 posiciones y canasto recolector, especialmente con batería de 40 voltios que están ganando mayor visibilidad en los comercios", dijo Walter Díaz, y agregó que estos productos van a seguir expandiéndose en el mercado argentino porque, aunque el negocio más fuerte de Dibra siguen siendo las máquinas nafteras y eléctricas, el reemplazo de la electricidad convencional se va a ir imponiendo, inclusive por comodidad. "La cortadora con batería de 40 voltios tiene autonomía de 55 minutos, suficiente para cortar un terreno de más de 400 metros" cerró.

Sobre la demanda, reconoció que los usuarios prefieren las cortadoras eléctricas sobre las nafteras en relación de 3 a 1, y aunque en ambos casos aumentó el volumen vendido en unidades, cada tipo mantuvo su participación.



Claudio Prola, Socio Gerente de Juan Carlos Prola y Cía.

"Trabajamos con la mirada centrada en las necesidades de los clientes"

"Esta temporada lanzamos la App, disponible en App Store o Play Store, para iOS o Android y ampliamos la línea de camping para ofrecer más oportunidades a nuestros clientes", afirmó Claudio Prola. "Las novedades incluyen carpas, bolsas de dormir, colchones inflables, sillones y accesorios con precios competitivos y alta calidad".

Prola agregó que camping es una oportunidad para los comercios de diversificar la oferta con productos adaptados a distintas necesidades de uso, desde quienes buscan una solución práctica para una salida ocasional hasta quienes planifican estadías más prolongadas en contacto con la naturaleza. "Esta línea responde a una estrategia de ampliación del portfolio, para acompañar a nuestros clientes con nuevas opciones de comercialización y seguir desarrollando categorías vinculadas con el tiempo libre", cerró. "La diversidad de productos ofrece la posibilidad de adaptar el surtido al perfil de cada negocio y a la demanda de su zona: más hobista o más profesional. Trabajamos con la mirada centrada en las necesidades de los clientes y la búsqueda de oportunidades para el desarrollo de sus negocios".

J. C. PROLA y CÍA

Prola presenta el Iglu Cachi, con 1.500 mm. de columna de agua, costuras termoselladas y protección en el frente contra lluvia y viento. Sus varillas son más cortas para facilitar el traslado de mochileros, en moto o en bici. En el iglú automático, la parte del dormitorio se desengancha del cubre techo y se puede usar como refugio. Sus bisagras son de nylon y sus varillas de fibra de vidrio que resisten ante un viento. El modelo Treker, de alta montaña, trae varillas de aluminio que destacan su calidad y composición.

En bolsas de dormir, hasta el modelo más económico tiene funda de compresión, para achicar el bulto. Quillen es para campamentos escolares y scout y temperaturas de 3 grados. Alerce, para adultos, tiene capucha y resiste hasta - 2 grados y Castor, con relleno de 400 gramos es para temperatura de -10 grados.

En sillones se destacan la amplitud y los materiales, con espesor de caño de 8 mm., a diferencia de lo habitual de 5. Las nuevas incorporaciones incluyen una completa línea de playcenters inflables y piletas. La línea completa se puede ver en web www.jcprola.com.



EVEREST
ELECTRODOMÉSTICOS



PUCON
Iglú
4 personas



WAYRA 4



TREKKER
Iglú
2 personas



CHOIQUE 2



GOLD



CACHI 2



EXPLORER



SILVER



PLEGABLE



CASTOR 400
Bolsa de dormir 400 gramos.
Temperatura extrema:
-15 grados centígrados.
Medidas: 2.20 x 0.80 metros.



ALERCE 250



QUILLEN 200



ENROLLABLE







PARASOL
DE HIERRO

PARASOL DE ALUMINIO
Reclinable, con deflector de viento.
Medidas: 1,80 / 2,00 / 2.20 metros.



MESA
ENROLLABLE
DS-617

CONSERVADORAS IGLOO
45 litros.
Poliuretano y plástico.
Capacidad: 76 latas.





CONSERVADORA
PARA CAMPING

SILLÓN PLEGABLE 5 CINTAS
De caño pintado epoxi.
Hasta 110Kg.



INFLABLE JUNIOR 25582/2
1 plaza.
Con inflador de pie.
Medidas: 76 x 191 x 25 cm de alto.

ELÉCTRICO SOMIER JUNIOR 23733/0
1 plaza.
Con inflador eléctrico.
Medidas: 99 x 191 x 42 cm de alto.





COLCHONES INFLABLES ELÉCTRICO 25056/2
2 plazas.
Con inflador eléctrico.
Medidas: 150 x 203 x 46 cm de alto.



ELÉCTRICO SOMIER 23734/9
2 plazas.
Con inflador eléctrico.
Medidas: 152 x 203 x 42 cm de alto.



PLAYCENTER CASTILLO ROYAL 22691/8
Para niños mayores de 3 años.
Medidas: 185 x 152 x 107 cm.



SPA INFLABLE
25067
4 personas
Sistema de calefacción
y sistema de burbujas masajeadoras.
Medidas: 196 de diámetro x 71
centímetros de alto.

PLAYCENTER JUNGLE ADVENTURE
27475
Centro de juegos para utilizar
en piscinas o en seco.
Para 3 niños mayores de 3 años.
Medidas: 244 x 198 x 71 centímetros.



Viví tu tiempo libre al aire libre!



GAZEBO FEEL NATURE



Serie 450
GS-20



JP-304R



JP-203





Serie 675
GSA-22



Bordeadora
Pius 1000



GH-20 OHV

GAZEBO PREMIUM 3.0
Estructura reforzada con tubos de acero.
Con paredes.
Medidas: 3 x 3 x 3,40m de altura máxima.

GAZEBO PREMIUM 2.7
Estructura reforzada con tubos de acero.
Con paredes.
Medidas: 2,70 x 2,70 x 3,20m de altura máxima.



Serie 675
GHA-20



Motoguadaña



REPOSERA PLEGABLE 5 CINTAS
De caño pintado epoxi.
Reclinable: 4 posiciones. Hasta 110Kg.



SILLON GULLIVER
Plegable. Respaldo acolchado, apoya brazos y porta vasos.
Hasta 90kg.





SILLÓN
GOLIAT



CASTILLO ROYAL
22755/5
Con techo para el sol en forma de castillo.
Para niños entre 1 y 3 años.
Medidas: 122 x 122 cm.



BALLENITA
23843/6
Para niños mayores de 1 año.
Medidas: 211 x 185 x 109 cm.



COLCHONETA INFLABLE
18918
Medidas: 1,93 x 0,74 metros.



PILETA SOFT SIDE
19193/1
Para 3 niños mayores de 3 años.
Medidas: 188 de diámetro x 46 cm de alto.



PLAYCENTER DINOLAND
23258/4
Para niños mayores de 3 años.
Medidas: 333 x 229 x 112 cm.



FAMILY SWIN CENTER 23840/9
Piscina inflable cuadrada para 4/6 personas.
Con 4 asientos.
Medidas: 229 x 229 x 66 cm de alto.

JC PROLA y Cía.

Tel.: +54 3492 442233 - 54 9 3492 666338
www.jcprola.com - comunicacion@jcprola.com
JUAN CARLOS PROLA y Cía. S.R.L.

Imágenes fondo por Magnific



Especial

Muebles

Los muebles para exterior componen un segmento del mercado que se amplía y diversifica cada temporada. Mesas, sillas y sets de sillones integran una oferta amplia con modelos que también pueden usarse en ambientes de interior. Con cada modelo, la industria proveedora apunta al diseño, la durabilidad y la funcionalidad.

CRIVEL

Crivel amplió su línea de muebles para exterior y destaca el set compuesto por la silla YC-051, plástica con apoyabrazos símil madera en color taupe y estructura de acero en el mismo color y la mesa SAK-156, también plástica en terminación símil madera color taupe con el marco y las patas en acero taupe. El sistema de encastre es simple, el diseño es moderno y actual y todos los componentes son livianos.

El set de muebles para jardín SF4002, con plástico símil madera gris y estructura de acero de color blanco, está compuesto por dos sillones de un cuerpo con medidas de 62,5 x 64 x 78 centímetros; uno de dos cuerpos de 120 x 64 x 78 y la mesa de 98 x 48 x 39. Viene con almohadones de tela impermeable.

Otra novedad es la mesa SAE-180 con estructura metálica, tapa plástica símil madera y medidas de 180 x 90 x76 centímetros. Es extensible a 240 centímetros y viene con la tapa gris y la estructura blanca y también en color taupe, con las sillas con apoyabrazos YC-051 en los mismos colores.



Mario Robins, Gerente Comercial de Crivel

"Tenemos un catálogo para satisfacer todo tipo de demanda"

"La línea de muebles de exterior la estamos trabajando muy bien hace varios años, y aunque notamos que en el mercado hay oferta variada, también hay calidades muy diferentes", afirmó Mario Robins."Nuestros productos tienen una calidad excelente, las sillas y mesas son súper reforzadas, prácticas, con buena rotación, buen diseño para el usuario y requieren poco volumen de almacenamiento, para tener un stock variado sin afectar la capacidad de los depósitos".

Robins destacó la incorporación de juegos de living de jardín con varios modelos y muy buena aceptación por parte de los usuarios y comerciantes. "Tenemos un catálogo para satisfacer todo tipo de demanda y seguimos incorporando sombrillas de jardín, mesas extensibles hasta 2,4 metros y, próximamente, gazebos plegables de 3x3 metros. Tenemos stock todo el año, porque hay mesas y sillas que también son aptas para la decoración de ambientes interiores", cerró.



LATAPY

Distribuidora Latapy amplió su línea de muebles. Una de las novedades es el Set Novara, con diseño moderno y líneas elegantes, una alternativa para jardines, galerías y terrazas. Está compuesto por una mesa, un sillón para dos personas y dos sillones individuales. Fabricado en polipropileno reforzado con fibra de vidrio y estructura duradera, incluye los almohadones de todos los sillones.

La hamaca colgante Anita, fabricada con polipropileno virgen y estructura de caño con pintura epoxi, es una opción ideal para espacios interiores y de exterior. Trae almohadones y soporta hasta 150 kilos.

Estos productos se suman a la actual colección de sillas Rambo, Bambo, Vector y Loras, las mesas Maria, Amanda, Babel y Ratan y el set Hilton, consolidando en conjunto una propuesta amplia y diversificada acorde con las nuevas tendencias del mercado.







Gustavo Latapy, Director de Distribuidora Latapy

"Vamos a seguir ampliando la línea de muebles de interior y exterior"



"Nuestro objetivo es seguir incorporando productos que se destaquen por su diseño, calidad y funcionalidad, para ofrecer a nuestros clientes nuevas oportunidades comerciales", expresó Gustavo Latapy, director de Distribuidora Latapy, y destacó que la empresa sigue fortaleciendo su línea de muebles de interior y exterior, apostando por propuestas de diseño y fabricación europea que combinan estética, resistencia y versatilidad y se adaptan a las tendencias del mercado.

"Buscamos ofrecer productos modernos y funcionales, con excelente relación entre precio y calidad, que permitan a nuestros clientes diversificar su oferta y llegar a nuevos consumidores", cerró Latapy. "Próximamente incorporaremos una reposera, y nuevas sillas y mesas. Seguimos invirtiendo en esta categoría, para consolidar una colección cada vez más atractiva. Queremos continuar creciendo junto a nuestros clientes, con novedades que impulsen sus negocios".

LATAPY
MUEBLES DE DISEÑO



SET NOVARA



SET HILTON



HAMACA ANITA



MESAS MARIA Y AMANDA



SILLAS RAMBO

Muebles de diseño y fabricación europeo

DISEÑO EUROPEO

RESISTENTES AL CLIMA

MATERIALES DE ALTA CALIDAD

FÁCILES DE LIMPIAR

www.latapy.com.ar

Liliana renovó la identidad de marca y presentó su nuevo isologotipo

Liliana Electrodomésticos renovó su identidad de marca para acompañar la evolución de sus líneas de productos y consolidar una propuesta cada vez más moderna, tecnológica y enfocada en el diseño. Como parte de este proceso, la marca presentó un nuevo isologotipo que refleja este crecimiento.

Bajo el concepto “Renovar(nos) hace bien” se construyó la idea que acompaña a este rebranding, poniendo en primer plano una renovación que no solo transforma a la marca, sino también a quienes la eligen. Desde la empresa señalaron que renovarse puede significar muchas cosas: cambiar un hábito, incorporar una nueva tecnología, transformar un espacio o simplemente encontrar una manera diferente de hacer lo cotidiano. Es una experiencia que adquiere un significado distinto para cada persona. Esta idea se llevará a distintos puntos de contacto, con presencia en vía pública, redes sociales, prensa, influencers, y canales digitales.

El rebranding busca construir una imagen moderna, que refleje diseño y tecnología, sin perder la cercanía y el tono orgánico que son características clave de Liliana. De esta manera, la marca mantiene una relación sólida con el consumidor y, al mismo tiempo, avanza hacia una propuesta más actual, sin dejar de ser accesible. El nuevo isologo reinterpreta el símbolo original de Liliana desde una mirada más contemporánea. Su geometría abierta evoca el movimiento, la transformación y la posibilidad de abrirse a nuevas formas de vivir y acompañar.





ELECTRODOMÉSTICOS

AXEL





Descubrí el nuevo aire de toda la línea
de ventiladores AXEL.

www.axelsa.com.ar



Especial

Ventiladores

La temporada de ventilación se puso en movimiento con expectativas de llegar a un buen resultado. Se mantiene la financiación para el consumidor y los proveedores también optimizan las herramientas comerciales para que el canal tenga una oferta amplia.



AXEL

Axel Electrodomésticos presentó la renovación de su línea de ventiladores 2026-2027 como la más amplia de su historia, con modelos para cada ambiente, uso y presupuesto, desde pie para el dormitorio hasta industriales.

La propuesta incluye ventiladores de techo con luminaria LED y control remoto; compactos turbo con parlante Bluetooth y comando por app; ventiladores de pie con panel digital y timer programable e industriales de pared de 26" y 30" con palas de aluminio inyectado. Todos traen motores de última generación, bajo consumo y diseño contemporáneo en blanco y negro.

La empresa destaca el ventilador de techo que se integra al living como una luminaria de diseño, el de pie que refresca el cuarto de los más chicos sin hacer ruido y el industrial, que mantiene activo el taller o el depósito cuando llega la época de las temperaturas más altas.

La trayectoria de AXEL en ventilación precede a su expansión como marca de electrodomésticos integral. “Ese origen definió un nivel de conocimiento y exigencia sobre esta línea que se refleja en cada nuevo desarrollo”, dijeron desde Axel. “Con una propuesta renovada y modelos que marcan un paso adelante en tecnología y diseño, nuestra marca llega a esta temporada con altas expectativas comerciales y la convicción de que hay mucho por ofrecer”.



PROTALIA

Protalia continúa expandiendo su familia de ventiladores de techo AURA con la incorporación del nuevo AURA VITA en blanco y madera haya, que combina tecnología, eficiencia energética y diseño contemporáneo.

Con 42 pulgadas de diámetro, el nuevo modelo incorpora un motor DC de 38 watts de alta eficiencia y funcionamiento silencioso y de bajo consumo. Trae un plafón LED de 24 watts con tres temperaturas de luz, cálida, neutra y fría; seis velocidades; modo invierno con giro reversible para optimizar la distribución del calor y control remoto multifunción con temporizador de apagado programable.

El principal diferencial del AURA VITA es su exclusivo sistema de aspas retráctiles. A diferencia de los ventiladores convencionales, cuando el equipo se encuentra apagado las aspas no se repliegan sobre el motor, sino que se integran de manera armónica al contorno del plafón, conformando una figura continua que evoca la forma de una flor. De esta manera, el producto se transforma en una luminaria decorativa de gran presencia estética que aporta valor al ambiente, inclusive cuando no está en funcionamiento.



Roberto Lascia, Gerente Comercial de Protalia

"Seguimos acompañando al canal con condiciones muy flexibles"



"En el canal observamos una demanda muy analítica, con incertidumbre de los comercios al definir el lineal en un mercado cada vez más competitivo", afirmó Roberto Lascia. "En Protalia buscamos acompañar al canal con equilibrio entre precio, producto y calidad, lo que nos permite sostener la participación año tras año. La temporada pasada crecimos en volumen gracias a los nuevos lanzamientos y este año anticipamos una temporada muy competitiva, con la expectativa puesta en una gradual recuperación de la demanda".

Lascia agregó que durante el primer semestre de este año hubo relativa estabilidad en las materias primas, aunque el conflicto en Medio Oriente generó presión sobre el petróleo. "La apertura de las importaciones incrementó la oferta mientras que la demanda continúa moderada", dijo. "Para la temporada se estiman incrementos interanuales del orden del 20% al 25%. En este contexto, Protalia sigue acompañando al canal comercial con condiciones más flexibles y plazos de pago más extensos, favorecida por una mayor previsibilidad tanto del tipo de cambio como de las tasas de interés".

PROTALIA

DISEÑO QUE APARECE CUANDO LO NECESITÁS.

Aspas retráctiles, luz LED y ventilación eficiente para ambientes modernos.

Diseño moderno, elegante y funcional. Sus exclusivas aspas retráctiles se integran de forma orgánica al cuerpo del equipo, transformándolo en una luminaria estética de gran presencia cuando no está en uso.



Aura Vita Platil



Aura Vita Blanco

TEMPORADA 2026



AURA VITA NEGRO

GARANTÍA 2 AÑOS EXTENDIDA

Las imágenes pueden ser ilustrativas.

Cuenta con 42" de diámetro, motor DC de 65W de alta eficiencia, silencioso, potente y de bajo consumo. Incorpora plafón LED de 24W con 3 tonos de luz: cálido, neutro y frío. Además, ofrece 6 velocidades de ventilación, modo invierno con giro reversible para una mejor distribución del calor y control remoto multifunción con apagado automático programable.

Encontrá toda la línea de productos en

www.protalia.com.ar

SEVERBON

UNITEC S.A. amplió el mix de productos de su marca SeverBon, con foco en el diseño y en dar respuesta al canal con variedad de gama media y alta. Incorporaron ventiladores de techo con luces LED, retráctiles y la línea completa de ventiladores nórdicos con palas de madera natural, un diferencial en el segmento. También reforzaron la línea de ventiladores de pie, que tiene buen desempeño. En paralelo, siguen apostando a su producto más vendido: el ventilador de techo con luminaria LED de 3 intensidades.

Esta temporada complementaron la fabricación nacional con productos importados, para poder ofrecer una gama completa que cubra las distintas necesidades del canal ampliando la propuesta con productos que combinan diseño y funcionalidad para llegar a un consumidor que busca potencia, durabilidad y estética.



Josefina López, Gerente Comercial de UNITEC S.A.

"Nos adaptamos al nuevo escenario sin perder nuestra esencia industrial"

"La temporada pasada fue desafiante", señaló Josefina López. "Nos encontramos con un consumidor más racional, que analizó cada compra y postergó decisiones por la incertidumbre del contexto. Supimos adaptarnos, ajustando nuestro mix y acompañando a nuestros clientes con la flexibilidad que nos caracteriza. Esa forma de trabajar nos permitió cerrar una buena temporada".

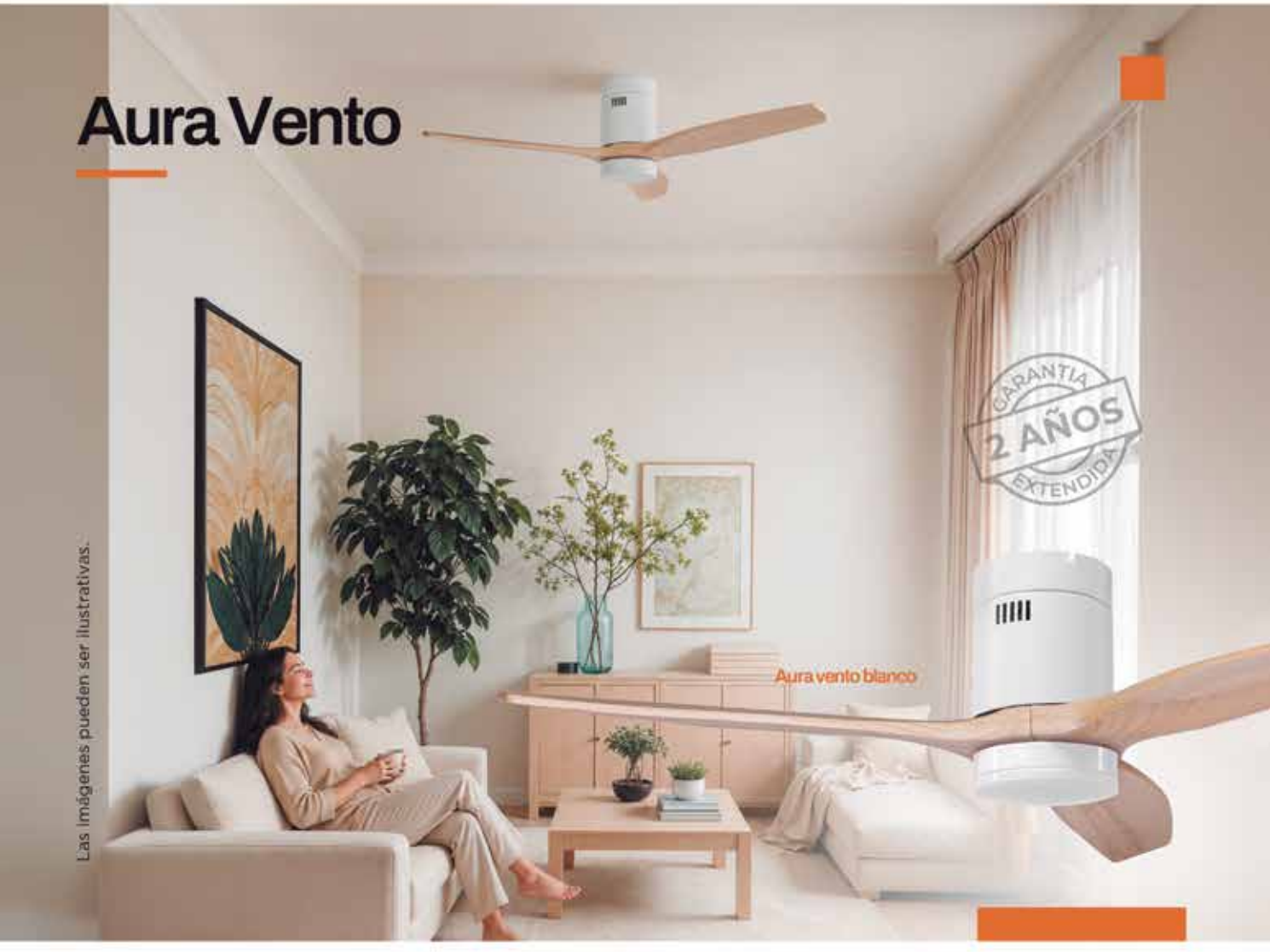
López agregó que la demanda se mueve en dos direcciones: hacia productos de gama media, con relación precio-calidad muy ajustada y una franja que busca diseño y valor agregado, dispuesta a pagar por eso. "El mercado también cambió en otro sentido", dijo. "La importación tiene mucho más peso y no le escapamos a eso. Complementamos nuestra fabricación nacional con productos importados diseñados y probados por nosotros, para dar respuesta a las dos puntas de la demanda. Lo que no cambia es cómo trabajamos. Somos una empresa atendida por sus dueños, con llegada directa al cliente y eso genera la confianza que nos permitió sostener más de 35 años de trayectoria con una marca con 75 años de historia. La flexibilidad sigue siendo nuestro sello".



PROTALIA

TEMPORADA 2026

Aura Vento



Las imágenes pueden ser ilustrativas.

Aura vento blanco

Aspas de madera, motor eficiente y estilo contemporáneo.



Aura vento platil

Transforma el aire y el estilo de tu hogar. Sus aspas de madera maciza aportan una estética cálida y sofisticada, mientras que su motor DC de alta eficiencia garantiza una ventilación silenciosa, potente y de bajo consumo. Con luz LED regulable en 3 tonos, modo invierno y control remoto, es una solución completa para disfrutar confort durante todo el año.



Aura vento negro

- 6 velocidades
- Aspas de madera 100% naturales
- Modo Invierno/Verano
- Motor súper silencioso
- Motor DC bajo consumo
- Apagado automático programable

Encontrá toda la línea de productos en

www.**protalia**.com.ar



EVEREST

Juan Carlos Prola y Cía. S.R.L. reafirma su compromiso de acompañar al canal con una de las propuestas más completas del mercado: más de 50 modelos de ventiladores diseñados para responder a las diferentes necesidades de los consumidores y brindar a los retailers una oferta amplia, competitiva y de alta rotación. El portfolio abarca modelos de pie, pared, techo, turbo circuladores y 3 en 1, para uso doméstico e industrial, con diseños modernos, nuevas tecnologías, mayor eficiencia energética y opciones con iluminación LED y control remoto en los modelos de techo. Esta diversidad permite cubrir todos los segmentos de precio y aplicaciones y facilita a los comercios la conformación de un surtido completo con una marca de creciente reconocimiento.

La empresa destaca su estructura logística, el abastecimiento asegurado y la cobertura en todo el país y se prepara para afrontar la temporada con stock e innovación para potenciar las ventas de sus clientes y consolidar a Everest como una de las marcas de referencia en ventilación en el mercado argentino.

Claudio Prola, Socio Gerente de Juan Carlos Prola y Cía

"Nos preparamos para esta temporada con innovación, tecnología y stock"

"Esta temporada primavera-verano reafirmamos nuestro compromiso de acompañar al canal comercial con una de las propuestas más completas del mercado en climatización", sostuvo Claudio Prola. "Con nuestra marca Everest, presentaremos una línea diseñada para responder a las necesidades de los consumidores y brindar a los retailers una oferta amplia, competitiva y de alta rotación".

Prola destacó que el portfolio abarca ventiladores de pie, pared, techo, turbocirculadores y modelos 3 en 1, domésticos e industriales. "Incorporamos diseños modernos, nuevas tecnologías y mayor eficiencia energética, además de opciones con iluminación LED y control remoto en los modelos de techo", amplió. "Esta diversidad nos permite cubrir todos los segmentos de precio y múltiples aplicaciones, facilitando a los comercios la conformación de un surtido completo bajo una marca de trayectoria y creciente reconocimiento. Con una sólida estructura logística, abastecimiento asegurado y cobertura comercial en todo el país, nos preparamos para afrontar esta temporada con stock, innovación y una propuesta pensada para potenciar las ventas y consolidar a Everest como una de las marcas de referencia en esta categoría dentro del mercado argentino".

EVEREST
ELECTRODOMÉSTICOS

CLIMATIZAR CON EVEREST

es posible!



RETRÁCTIL FXY-42B
Ventilador de techo retráctil
con control remoto.
4 aspas acrílicas.
6 velocidades.
Bajo consumo y bajo nivel sonoro.
Luz LED en 3 tonos.
Con función reversa invierno .



VT-20
Ventilador de techo con control remoto.
8 aspas de ABS.
Bajo consumo y bajo nivel sonoro.
Luz LED en 3 tonos.
Parrilla deflectora giratoria para la distribución
del flujo de aire.
Disponible en blanco y negro.



3 EN 1 PLÁSTICO P-1821
Ventilador 3 funciones en 1.
Funciona como ventilador de pie,
turbo o de pared.
18". 90W.
5 aspas de polipropileno.
Reja de seguridad de polipropileno.
3 velocidades con control frontal.
Barral telescópico ajustable hasta 1,70Mts.
Base redonda pesada de 3KG.
que genera máxima estabilidad.
Color negro.



EV-040L



EV-050



AX-4



P-20



BPF-20



FS-50R



INDUSTRIALES
26" y 30"



FAP-20



TP-22



A-20



BF-20







3 EN 1 METÁLICO A-1831

JC PROLA y Cía.

Tel.: +54 3492 442233 - 54 9 3492 666338
www.jcprola.com - comunicacion@jcprola.com
JUAN CARLOS PROLA y Cía. S.R.L.

foto fondo by freepik

PEABODY

Peabody presenta su línea de ventiladores con modelos eficientes y todos con motores 100% de cobre. En el segmento hogareños, se destaca el ventilador de pie PE-VP350, con 130 watts, 3 velocidades y performance industrial, incluye display LED y control remoto. El PE-VP250, oscilante de pie, trae 3 paletas de metal, 3 velocidades, altura regulable y 130 watts de potencia. El lineal se completa con el turbo oscilante PE-VP150 de 130 watts con 3 velocidades y el turbo a batería PE-VTB1630N de 16" con 7 paletas microtexturadas, motor de corriente continua sin escobillas, hasta 8 horas de autonomía, salida USB y bajo consumo. Los industriales PE-VI260M de 26" y 220 watts y PE-VI300ME, de 30" con 240 watts traen 3 paletas de aluminio estampado tipo hélice, motor metálico reforzado y soporte de pared. Completan la línea los de techo retráctiles LED PE-VTRDC411B, PE-VTRDC412B y el PE-VTRDC400B (42") los tres con aspas retráctiles de acrílico, 3 tonos de luz progresiva , control remoto, motor BLDC de cobre y bajo consumo, funcionamiento silencioso y modo convección.



Guido Lombardi, Director Comercial de Goldmund S.A.

"El consumidor aprendió y demanda productos con diseño y de calidad"

"La temporada pasada no fue de las mejores", definió Guido Lombardi. "El ingreso de modelos baratos y de baja calidad generó amplias diferencias de precios que confundieron al consumidor con estéticas similares, materiales frágiles y motores de bajo rendimiento. Se sumó el clima, que no favoreció a la demanda. Como lo barato sale caro, un ejemplo fue la invasión de ventiladores de techo retráctiles que terminaron con las aspas dobladas y dejaron de responder a la mecánica de apertura. Muchas veces la sola instalación de un ventilador de techo cuesta el doble que estas imitaciones".

Lombardi agregó que la temporada arranca con bastante stock, pero el consumidor aprendió y demanda productos de calidad.

"Peabody presenta dos versiones renovadas de su ventilador de techo retráctil, líder desde hace años, ahora con motores BLDC sin escobillas, de alta eficiencia", cerró. "Se suma el relanzamiento de toda la línea hogareña e industrial de alta potencia, producida en Latinoamérica".



PEABODY

LA VIDA DISEÑADA A TU MANERA

LINEAL DE VENTILADORES CON MOTOR DE COBRE,

CERTIFICADOS BAJO NORMAS DE SEGURIDAD ELÉCTRICA IEC.



65W BLDC
MOTOR SIN ESCOBILLAS



240W
MOTOR BLINDADO PARA ALTAS TEMPERATURAS



130W



130W

30W
BATERIA DE LITIO
ULTRA SILENCIOSO

130W

Potencia, diseño y calidad en tu hogar.

www.peabody.com.ar /peabodyhogar

Comercializa y garantiza GOLDMUND S.A. Domicilio Legal y Administrativo: Av. Cabildo 86, piso 7, C.A.B.A., Argentina. LAS IMÁGENES SON DE CARÁCTER ILUSTRATIVO.

CRIVEL

Crivel presenta ventiladores de 24", 20" y 18" con aspas metálicas, de pie, mesa, turbos y pared con y sin control remoto y esta configuración: 24"/100 watts', 20"/90 watts; 18"/75 watts y los potenciados de 20" con 120 watts, 3 aspas metálicas tipo hélice y 3 velocidades ideal para zonas de mayores temperaturas.
En industriales ofrecen los metálicos de 26" y 30" de pie y pared y con y sin control remoto. Los de 26" tienen 200 watts y los de 30", 220. Son oscilantes, con aspas metálicas tipo hélice, motor potenciado silencioso y color negro. Hay modelos de pie oscilantes de 16" Y 20" con aspas plásticas, 45 y 90 watts respectivamente, reja metálica y barral regulable hasta 1,75 metros. Los turbos de 16" y 20" son fijos, con rejilla motorizada giratoria, timer, 3 velocidades y funcionamiento silencioso
La línea de techo viene con 3 palas metálicas blancas; 1,40 metros de diámetro, 5 velocidades y 75 watts. Los de 4 palas metálicas en blanco, negro y madera, tienen diámetro de 1,20 metros, 5 velocidades y admiten luminarias. El motor es nacional, potenciado, con rulemanes SKF y potencia de 90 watts.
Los que tienen luz LED y control remoto traen 4 palas metálicas blancas o negras, diámetro de 1,20 metros. 3 tonalidades de luz, timer, motor potenciado y potencia de 90 watts.



Mario Robins, Gerente Comercial de Crivel

"Vamos a apostar a los modelos metálicos y los industriales"

"Esta temporada nosotros vamos a apostar a crecer especialmente con los modelos metálicos de 24, 26 y 30 pulgadas, que venimos vendiendo bien", dijo Mario Robins. "Los que más se venden son los ventiladores de 20 pulgadas, pero los de mayor tamaño tienen una demanda que aumenta cada temporada".

Robins le adjudicó el crecimiento proporcional de los ventiladores metálicos e industriales a la disponibilidad de suficiente financiación para el consumidor, ventaja que le permite acceder a mejores modelos. "Notamos una mayor oferta de modelos plásticos, con precios promedio, relativamente bajos, pero creemos que existiendo buena financiación, el consumidor optará por los modelos que presenten mejores prestaciones, más caudal de aire y mayor durabilidad. El comerciante va a poder satisfacer a sus clientes, con un producto mejor y con la ventaja comercial de optimizar el ticket promedio del lineal".



LILIANA

Liliana presenta una línea que combina variedad, innovación y el respaldo de una de las marcas más reconocidas por los consumidores argentinos. Entre las principales incorporaciones se destacan: VP16MB, de pie de 16" y 80 watts con aspas metálicas, botonera frontal, timer y base con contrapeso. VP20DB, de pie de 20" y 130 watts con aspas y parrillas metálicas, cabezal oscilante y reclinable. VPC18MR y VPC20MR, de 18" y 20" con 75 y 90 watts, aspas metálicas, botonera frontal, timer, y cabezal oscilante y reclinable. VPD20MR, de pie digital de 20": y 90 watts con display de temperatura, control remoto, timer y funciones Brisa y Sleep. VM16MB, de mesa de 16", 80 watts con parrilla metálica y nuevo comando por botonera en la base. VTF18DB y VTF20DB, turbo de 18" y 20" con 80 y 95 watts, aspas metálicas y sistema 2 en 1 para piso y pared y el VTHM314R de techo, con 5 velocidades, plafón de vidrio con luz, control remoto y 4 palas reversibles.

Entre los diferenciales, Liliana destacan el Sistema Orbital, que distribuye la brisa en distintas direcciones, y el Sistema Repeler, que permite incorporar una tableta repelente de insectos para distribuir su efecto mientras el ventilador funciona. Toda la línea cuenta con 2 años de garantía.







Mariela Kacew, Gerente de Marketing de Liliana

"Esta temporada tendremos la oferta más completa del mercado"

“La innovación fue siempre un diferencial de Liliana", dijo Mariela Kacew. “Con la evolución de la línea de ventilación, esta temporada tendremos la oferta más completa del mercado y elevamos la propuesta de valor con mejoras en los materiales, como las aspas y rejillas metálicas, y en diseño, potencia, prestaciones y experiencia de uso, reafirmando el liderazgo que mantenemos desde hace años en la categoría. Mantenemos tecnologías exclusivas como el Sistema Orbital, que distribuye la brisa en forma horizontal y vertical y el Repeler, que permite utilizar una tableta repelente de insectos mientras el ventilador permanece en funcionamiento.

Kacew destacó que toda la línea tiene 2 años de garantía. "Mantener el liderazgo implica evolucionar permanentemente”, finalizó. “Cada incorporación responde a una estrategia de evolución con ofrecer productos más modernos, funcionales y competitivos sin perder de vista lo que nos distingue: amplia variedad de opciones, innovación y la confianza de los consumidores. Seguimos ofreciendo una mejor experiencia de uso y una propuesta de valor cada vez más competitiva.



RED ACERO

Encuentro anual con numerosos proveedores y empresas socias

Los días 31 de agosto, 1 y 2 de septiembre, en el Hotel Hilton de Puerto Madero, Red Acero reunió a 85 empresas socias, más de 1.200 personas acreditadas, y 92 marcas proveedoras. La actividad estuvo centrada en la vinculación entre retailers y proveedores, con rondas de negocios, presentaciones comerciales y exhibición de productos en un escenario en el que el conocimiento del consumidor, la evolución de la demanda y las condiciones del mercado tienen un peso creciente.

El lema “Unidos para crecer. Preparados para liderar” destacó el vínculo entre los actores del canal y la importancia del contacto directo en un espacio donde socios y proveedores compartieron experiencias y buscaron nuevas oportunidades.

“Para nosotros es fundamental el cara a cara”, destacó Pablo Garrigou, coordinador de Red Acero. “Estos encuentros generan una sinergia muy buena entre socios y proveedores, para fortalecer el vínculo y hablar sobre lo que pasa en el mercado. Muchas oportunidades surgen de esas conversaciones. Por eso creemos que tienen un valor que va mucho más allá de lo estrictamente comercial”.

Guillermo Oliveto, especialista en consumo y retail, abordó el comportamiento del consumidor y los desafíos del sector. La exposición, auspiciada por BGH, aportó una mirada sobre los cambios que impactan en las decisiones de compra y las estrategias de las empresas.

En la Cena de Bienvenida, auspiciada por Newsan, Luis Galli, CEO de la compañía, compartió su visión sobre el mercado y sus perspectivas para los próximos años. La convocatoria tuvo el acompañamiento de Newsan, Mabe, Electrolux, Visuar, Mirgor, Whirlpool, Liliana, Macoser y Kanji como main sponsors, junto con las distintas empresas que participaron de las actividades comerciales y de networking.

La Cena de cierre, auspiciada por BGH, incluyó una presentación de Iván Ramírez, con el auspicio de Kanji. La convocatoria puso de manifiesto el valor de estos encuentros, donde el intercambio comercial y el contacto directo entre retailers y proveedores ocupan un lugar central.




EQUIPÁ
TU EXTERIOR
MUEBLES DE JARDÍN
QUE REDEFINEN TU ESPACIO AL AIRE LIBRE
SJ6-3M
SOMBRILLA
PARA EXTERIOR
SF4002
LIVING DE JARDÍN
CONSULTÁ NUESTRO
CATÁLOGO COMPLETO
YC-051 - SAK-156
SILLA CON POSABRAZOS Y MESA CON
ESTRUCTURA DE ACERO
CRIVEL
WWW.CRIVEL.COM.AR

RED DEL INTERIOR

Realizó la EXPORED 2026 en la Ciudad de Rosario

ExpoRed 2026 se realizó el 8 y 9 de septiembre en el Centro de Eventos y Convenciones Metropolitano de Rosario, con 68 stands y el acompañamiento, como principales sponsors, de Newsan S.A. y Drean S.A., compañías que participan en ExpoRed desde su primera realización en 2004, en la ciudad de Córdoba.

Con esta edición, ExpoRed alcanzó su 21.ª edición presencial y la 23.ª en total contando las dos ediciones virtuales realizadas durante la pandemia. El encuentro continúa consolidándose como un espacio de referencia para la Red del Interior.

Durante las dos jornadas se desarrolló una intensa actividad comercial, con reuniones y operaciones concretadas tanto en modalidad spot como en negocios proyectados para los próximos meses. El encuentro también permitió fortalecer vínculos y generar nuevas oportunidades entre comerciantes y proveedores.

Como novedad, esta edición contó con la participación de tres expositores brasileños del rubro muebles, ampliando la presencia internacional y generando nuevas posibilidades de vinculación comercial y de desarrollo de operaciones de importación.

La agenda se completó con almuerzos y coffee breaks compartidos entre asociados y expositores, que funcionaron como espacios para el intercambio de experiencias y la generación de nuevos vínculos.

El cierre estuvo marcado por un lunch, fiesta y brindis junto a los participantes, como broche final de dos jornadas centradas en los negocios y el encuentro.

Con una nueva edición concretada, ExpoRed continúa creciendo como espacio de encuentro y generación de oportunidades para los integrantes de Red del Interior.









KING KOIL

MATTRESS CO.

Una experiencia de confort superior.

Fabrica y comercializa en Argentina: Limansky S.A. | www.limansky.com

INTEGRADOS X+

Realizó su séptima edición en el Golden Center de Parque Norte

Organizada por Grupo Marquez, Red del Hogar y Grupo Gaona, Integrados X+ celebró su séptima edición el 5 y 6 de agosto en Goldencenter, Parque Norte, con más de 900 participantes y 70 empresas expositoras. El encuentro contó con la presencia de Grupo Uninor, GrupHogar, Cooperativa Mar y Sierras y Grupo Haedo. Más de 200 comerciantes participaron en un contexto que, aun desafiante, mostró mayor convocatoria y amplió las oportunidades de encuentro entre proveedores y compradores.

La apertura estuvo encabezada por Carlos Costi, presidente de Red del Hogar; Rodrigo Herrero, vicepresidente de Grupo Marquez; y Marcelo Lischinsky, presidente de Grupo Gaona. En la primera jornada, las empresas Fag Sistems y Novatech presentaron lanzamientos, trazaron las perspectivas del mercado y el economista Javier Mutal analizó la coyuntura. El segundo día, la actividad se concentró principalmente en las negociaciones entre los proveedores y los compradores, con diversas reuniones para avanzar en acuerdos comerciales y conocer las novedades de las distintas categorías.

Para los organizadores, esta edición volvió a poner en evidencia el valor de generar espacios conjuntos entre comerciantes, grupos de compras y proveedores. “Nos deja una nueva experiencia y nos demuestra, aún más, lo conveniente que es estar juntos”, señaló Carlos Costi.

Rodrigo Herrero, vicepresidente de Grupo Marquez, puso el foco en el crecimiento de la propuesta: “Este evento va en escala creciente”, dijo. “Cada vez logramos traer a más proveedores y los salones nos están quedando chicos”. De cara al futuro, sostuvo que el objetivo es continuar sumando empresas, socios y compradores. Marcelo Lischinsky, presidente de Grupo Gaona, resaltó el movimiento comercial registrado durante las jornadas. “En todos los stands vimos comerciantes comprando, preguntando y asesorándose”, afirmó, y destacó la incorporación de empresas financieras y tecnológicas ampliando las herramientas y soluciones disponibles para los comercios.









ultracomb

Activá tu Superpoder



Descubrí el Beauty Power Duo de Las Chicas Superpoderosas para transformar tu look en minutos.

THE POWERPUFF GIRLS and all related characters and elements. © & ™ Cartoon Network. WB SHIELD: © & ™ WBEI.

Descubrí todo lo nuevo en:
www.**ultracomb**.com.ar

ultracomb

RED FUTURA

Séptimo encuentro anual con la participación de 60 expositores

Red Futura realizó su séptimo encuentro comercial el miércoles 30 de septiembre en Goldencenter, con casi 60 expositores y alrededor de 240 visitantes. Según explicaron Jorge Pocztaruk, Presidente, y Simón Pocztaruk, Gerente de Operaciones, la convocatoria marcó un récord, la demanda de espacios creció y algunas empresas participaron con más de un stand.

El encuentro se desarrolló en una única jornada y reunió a proveedores y comerciantes “Tratamos que esté lleno”, explicó Jorge Pocztaruk. "La selección de empresas y productos respondió a una lectura del escenario de consumo. La idea fue enfocarnos en el bolsillo de la gente. Red Futura se creó con 18 comerciantes y hoy tiene 266 comercios con presencia en 23 provincias. En septiembre registró un récord de incorporaciones, con alrededor de 26 nuevos integrantes. “Mi anhelo era llegar a los 100 comercios", amplió Pocztaruk. "Cuando estábamos en los 80 y pico se sumaron mis hijos, Simón y Dani, e implementaron un sistema que nos permitió crecer en cantidad de integrantes. Buscamos profesionalizar los negocios, dar asistencia económica y financiera y ofrecer herramientas para mejorar su funcionamiento".

“Entendemos qué es importante para un comercio y desarrollamos acciones para mejorar en cada uno de esos aspectos, desde la búsqueda de precios hasta la posventa y todo lo que hace a la operación de un negocio”, agregó Simón.

La organización prevé seguir sumando asociados y fortaleciendo sus servicios. Para sus responsables, las dificultades del mercado pueden reforzar la necesidad de trabajar de manera asociativa con herramientas que mejoren las condiciones de compra, y profesionalicen la gestión. La meta para el próximo encuentro es superar los 300 asistentes.



eletrolarshow
ALL CONNECTED

21 al 24 JUNIO 2027
DISTRITO ANHEMBI – SP

La mayor feria de negocios y electrónica de consumo de América Latina

La mayor feria de electrodomésticos, electrónica y productos de América Latina.

Sea parte de un ecosistema completo de negocios. Industria, comercio minorista y distribución reunidos en 100 mil m² de exposición.

+48.000	+5.000	+1.000	30 países
VISITANTES PROFESIONALES	MARCAS	EXPOSITORES	REPRESENTADOS

¿Por qué exponer en 2027?

1. Concrete nuevos negocios con los principales compradores minoristas de América Latina.
2. Acelere su expansión comercial conectándose a los mayores canales de distribución del mercado.
3. Transforme lanzamientos en oportunidades de venta ante un público B2B2C altamente calificado.

¡La inversión correcta para las marcas que quieren crecer!

Asegure su espacio en el mayor evento del sector.

Hable con nuestro equipo y adquiera su stand.
(+5511) 9 5304-2187
comercial@grupoeletrolar.com.br

ORGANIZACIÓN: Grupo eletrolar ALL CONNECTED
REALIZACIÓN: azuloplay Feiras e Eventos
MIEMBRO DE: UFI

FERIAS PARALELAS

APOYO INSTITUCIONAL

GRUPO MARQUEZ

Inaugura las nuevas oficinas para su sede administrativa

Grupo Marquez, el grupo de compras líder en la Argentina, traslada la administración a sus nuevas oficinas en la localidad de Villa Bosch, en una nueva etapa para la compañía, que en noviembre cumple 29 años.

“Esta mudanza es mucho más que un cambio de oficinas: es una apuesta concreta al crecimiento", señaló Leonardo Javier Remarchuk, Gerente General. "Las nuevas instalaciones están pensadas para lograr mayor y mejor comunicación entre los sectores y más conectividad, algo vital en las formas actuales en que el cliente nos busca y decide su compra. Buscamos dar cada vez mejores servicios, visibilidad de marca, oportunidades de negocios, medios de pago, tráfico y ventas para todos los canales de comercialización de los comercios que trabajan junto a Grupo Marquez”,

Como grupo de compras, Grupo Marquez permite a comercios y PyMEs acceder a mejores condiciones comerciales, oportunidades de negocio y beneficios. Ofrece planes que se adaptan a cada necesidad y asesoramiento personalizado.

La empresa remarca que la mudanza no implica cambios en la atención, dado que se mantienen las mismas vías de contacto y el compromiso de siempre. Los comercios interesados en sumarse o recibir asesoramiento pueden comunicarse al 011 3210-2126 o por mail a comercial@grupomarquez.com.ar



artefacta

muebles, colchones & diseño

28 . 29 . 30 JUNIO | 2027

LA RURAL | BUENOS AIRES, ARGENTINA

Una propuesta ampliada para el canal hogar



MUEBLES BAZAR COLCHONES ILUMINACIÓN Y ACCESORIOS DISEÑO DECORACIÓN
TEXTILES PARA EL HOGAR UTENSILIOS DE COCINA BLANQUERÍA ACCESORIOS DE VIAJES

TODO EN UN MISMO LUGAR

@artefactaargentina

WWW.ARTEFACTA.COM.AR



Especial

Parrillas

La temporada de verano enciende, junto con el fuego, el deseo de compartir el típico asado argentino. Las parrillas, además de su utilidad, cada temporada aportan nuevos modelos y funcionalidades

NAKAN

Nakan destaca la parrilla horno 3 en 1, producto que según dijeron en la empresa muestra incrementos en la venta online. Está fabricado con acero de alta calidad y espesor, con tapa de acero inoxidable, plancha y parrilla completamente enlozadas y una piedra cordierita para la cocción de la pizza. Un conjunto que es ideal para resolver diferentes variedades de cocción. La diferencia principal es la calidad estructural, el grosor del acero y el diseño, que fueron pensados para el uso real y la exigencia del asador argentino. Junto con la resistencia del producto, la estrategia comercial de Nakan fue adaptada a las nuevas dinámicas del consumo.

La parrilla Domuyo tiene ladrillo refractario y brasero externo enlozado removible. Es regulable a 2 alturas, tiene parrilla enlozada con 3 módulos removibles, pintura epoxi y superficie de la parrilla de 65 x 40 centímetros.







TAS-EME

TAS EME ofrece 3 líneas de parrillas. Ponderosa Premier, como tope de gama, es un modelo para carbón con grilla de hierro redondo enlozado, fogonera, plancha, herramientas, tapa para extender el uso en pizzas y empanadas, frente inoxidable, ruedas y bandeja inferior portacarbón. Completan este segmento la Andes, similar a la Gourmet en versión económica, con tapa, fogonera y es refractaria. Pucará, para camping, incluye bolso de transporte, plancha y grilla; Neuquén trae fogonero y parrilla para lugares ventosos y Tandil tiene parrilla-fogón desmontable.

En eléctricas, la Ponderosa Energy Grill, de 2000 watts, tiene capacidad para 4-6 personas. La Energy MAX, para 8 comensales, es 50% más ancha, tiene 2200 watts regulables; piso-bandeja extraíble y grilla con acanalado doble antiderrame. Es adaptable a accesorios como ahumador, plancha enlozada, fundas y carros portaparrillas. La Ponderosa Gas viene en 3 tamaños: 35,70 y 100 centímetros de ancho. Tiene quemadores desmontables, ahumador, difusor de calor, grillas enlozadas antiderrame, encendido piezoeléctrico y, como opcionales, funda, carro portaparrilla y plancha enlozada.

LLAMADA IP

Conectá tu telefonía con Agentes de Inteligencia Artificial

Demo interactiva en vivo:

11-7390-0001

APP Partner oficial de Retell AI

Contactanos

Creá tu agente

(+5411) 7390-0000 | www.llamadaip.com | ventas@llamadaip.com
Sarmiento 846 piso 4A | Buenos Aires | Argentina

Confianza y Durabilidad

DIBRA

NUEVOS INTEGRANTES PARA HACERTE MÁS FÁCIL EL MANTENIMIENTO DE TU JARDÍN

ACERO ESTAMPADO

LA LÍNEA ROBUSTA A BATERÍA

Corta con altura.

CORTADORA RB60E

CORTADORA RB45GBE

CORTADORA RB68GBE

RUEDAS ALTAS



Y TAMBIÉN PODES ELEGIR ENTRE TODA NUESTRA GAMA DE CORTADORAS, BORDEADORAS, DESMALEZADORAS, SOPLADORAS Y MOTOSIERRAS.

UNA EMPRESA EN CONSTANTE EVOLUCIÓN

dibraoficial

dibraoficial

www.dibra.com.ar

POWERED BY BRIGGS & STRATTON

HONDA PRODUCTOS DE FUERZA

Homelite®

POWER STROKE

IQC

ELECTRONICS &HOME . Argentina

LA RURAL

28 - 29 - 30 DE JUNIO | 2027

Donde los negocios realmente suceden

Un espacio multisectorial diseñado para generar contactos, acuerdos y crecimiento








CONOCÉ MÁS

EVENTOS PARALELOS

artefacta muebles, colchones & diseño

global supplier

AMC ARGENTINA MOBILE CONGRESS

FUTURE MOBILITY

@electronicshomeargentina

Electronics & Home Argentina