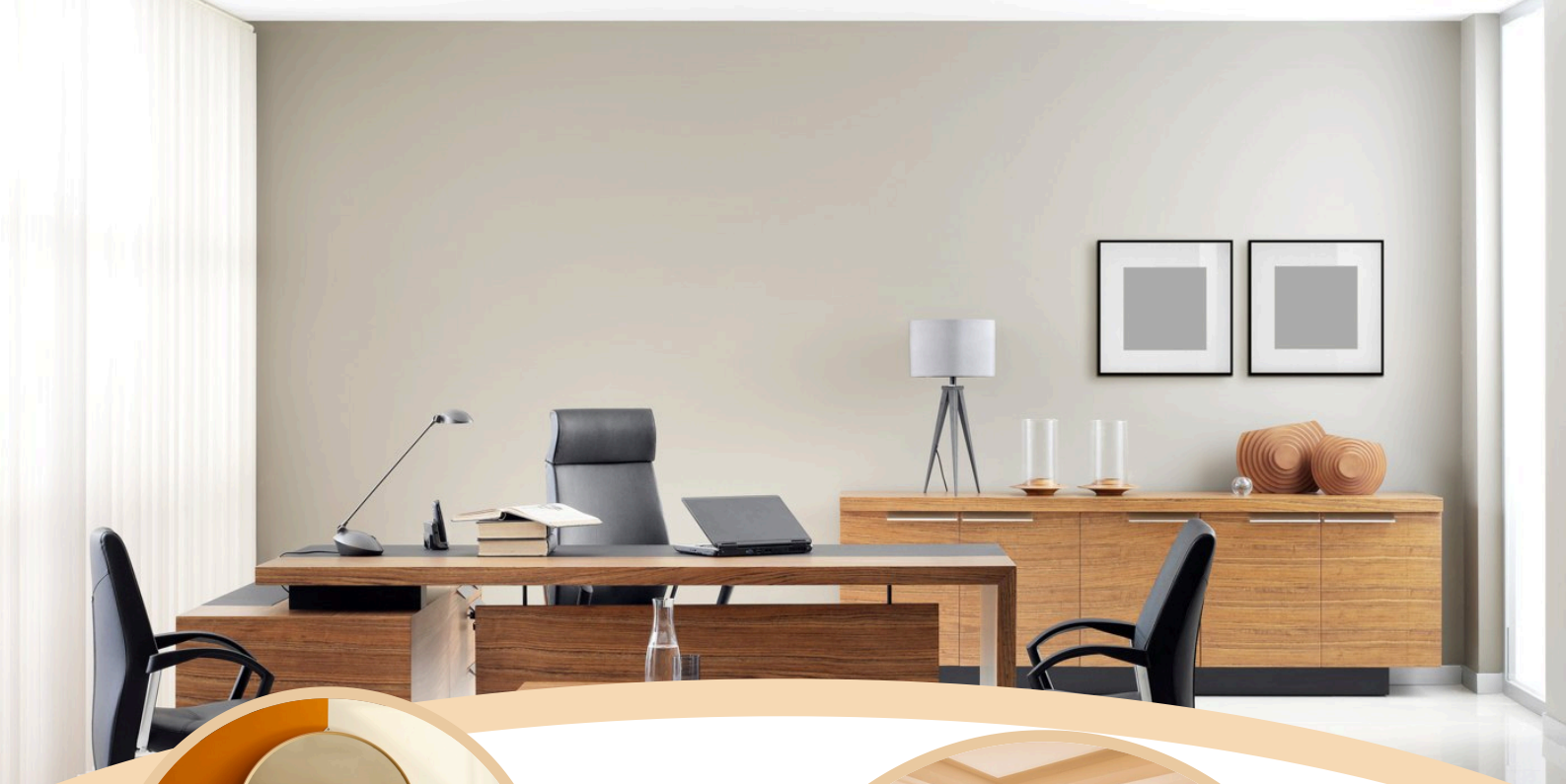




IIMAO

Índice de interés del mueble argentino online

<http://www.faima.org.ar/>

@FAIMAargentina

FAIMA ARGENTINA

ENERO 2026

SÍNTESIS EJECUTIVA

IIMAO, diciembre 2025
(promedio 2019 = 100)

77,7

+0,1% interanual

Tendencia del IIMAO
(promedio móvil de 3 meses)

+3,1%

interanual · 15 meses en alza

IPI muebles y colchones
(INDEC, noviembre 2025)

-10,2%

interanual · -0,1% en el trimestre

En diciembre de 2025 el Índice de Interés del Mueble Argentino Online (IIMAO) se ubicó en 77,7 puntos (promedio 2019 = 100), 0,1% por encima de diciembre de 2024. La tendencia, medida como promedio móvil de tres meses, creció 3,1% interanual y suma 15 meses consecutivos en terreno positivo.

La recuperación pierde impulso. La tendencia interanual pasó de +6,3% en septiembre a +3,1% en diciembre. El interés online se ubica 12% por encima del piso de abril de 2024 y 19% por debajo del promedio de 2019.

La producción ya se ubica por debajo de un año atrás. Según INDEC, la fabricación de muebles y colchones cayó 10,2% interanual en noviembre y 0,1% en el promedio de los últimos tres meses. En los once primeros meses de 2025 acumula una suba de 27,4%, apoyada en la baja base de comparación de 2024.

Por productos, el interés crece en cocina (+10,1%) y comedor (+2,5%), se mantiene en las búsquedas genéricas del sector (-0,1%) y cae en muebles de oficina (-11,8%).

En el territorio, 15 de las 24 jurisdicciones muestran más interés que un año atrás en el acumulado de doce meses. Lideran Santa Cruz (+12,8%), Chubut (+8,9%) y Tucumán (+8,9%); las mayores bajas se registran en La Rioja (-13,8%), Formosa (-9,7%) y Entre Ríos (-6,2%).



Realizado por Fernando Couto, Director Ejecutivo de FAIMA.

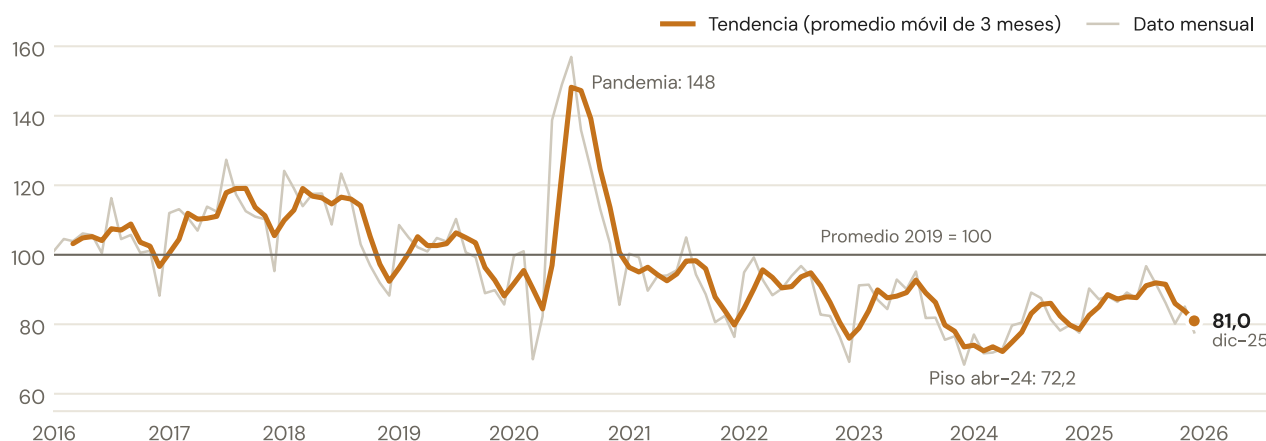
EVOLUCIÓN DEL IIMAO

El IIMAO mide la intensidad de las búsquedas en Google vinculadas al mueble en la Argentina. Se calcula con una canasta de diez términos y categorías, se expresa con base promedio 2019 = 100 y se lee por su tendencia, no por la variación de un mes contra el anterior (ver nota metodológica).

En diciembre el índice marcó 77,7 puntos y la tendencia se ubicó en 81,0: 12% por encima del mínimo de la serie, registrado en abril de 2024, y 19% por debajo del promedio de 2019.

El interés online se ubica 19% por debajo del promedio de 2019

IIMAO, promedio 2019 = 100. Enero 2016 a diciembre 2025.



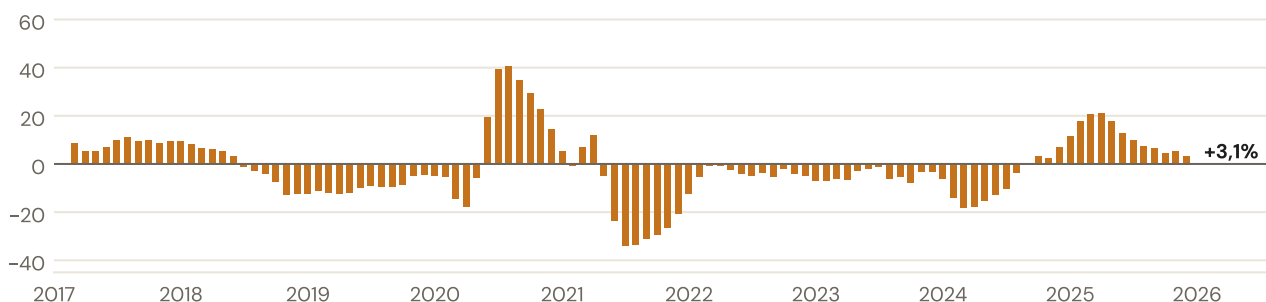
Fuente: Observatorio Estadístico de FAIMA en base a Google Trends.

Frente a noviembre, el índice cayó 8,7%; diciembre suele mostrar una baja frente a noviembre (mediana histórica de -8,4%). La comparación mensual debe tomarse con cautela: no está desestacionalizada y arrastra el ruido de muestreo de la fuente. Por eso el informe se apoya en la tendencia y en la comparación interanual.

En términos interanuales, la tendencia creció 3,1% y encadena 15 meses de subas. Tres meses atrás la variación era de +6,3%; seis meses atrás, de +12,8%. En el promedio de enero a diciembre, el interés online fue 10,4% mayor que en igual período de 2024.

La suba interanual se modera

Variación interanual de la tendencia del IIMAO, en %.



Fuente: Observatorio Estadístico de FAIMA en base a Google Trends.

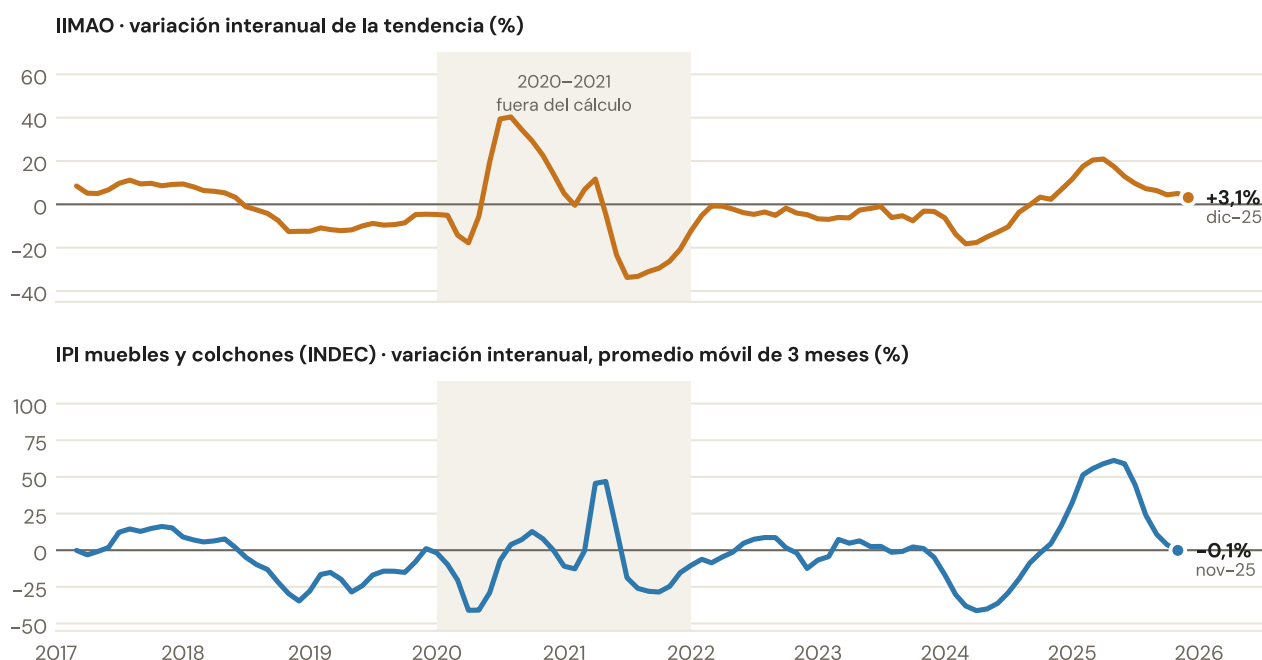
IIMAO E IPI

Según INDEC, la producción de muebles y colchones cayó 10,2% interanual en noviembre de 2025 y 0,1% en el promedio de los últimos tres meses. En los once primeros meses de 2025 acumula una suba de 27,4%, apoyada en la baja base de comparación de 2024. Medida contra 2019, la producción del último trimestre se ubica 15,9% por debajo.

Los dos indicadores muestran hoy signos distintos: la tendencia del IIMAO todavía supera los niveles de un año atrás (+3,1%), mientras el promedio de tres meses del IPI ya se ubica por debajo (-0,1%). En ambos casos quedó atrás el rebote de 2025.

Interés online y producción: mismo ciclo, distinta amplitud

Variación interanual. IIMAO hasta diciembre de 2025; IPI hasta noviembre de 2025.



Fuente: Observatorio Estadístico de FAIMA en base a Google Trends e INDEC.

Lectura para los próximos datos. El interés online es compatible con una producción algo por debajo de los niveles de un año atrás. Es una lectura de fase, no una estimación del dato mensual.

CÓMO LEER ESTE INDICADOR

Qué aporta. El IIMAO se conoce el primer día de cada mes, unas cinco semanas antes de que INDEC publique el IPI del mismo período.

Qué relación tiene con la producción. La variación interanual del índice y la del IPI de muebles y colchones tienen una correlación de 0,77 en 2017-2019 y de 0,83 entre 2022 y noviembre de 2025, y coinciden en el signo en 73% de esos meses.

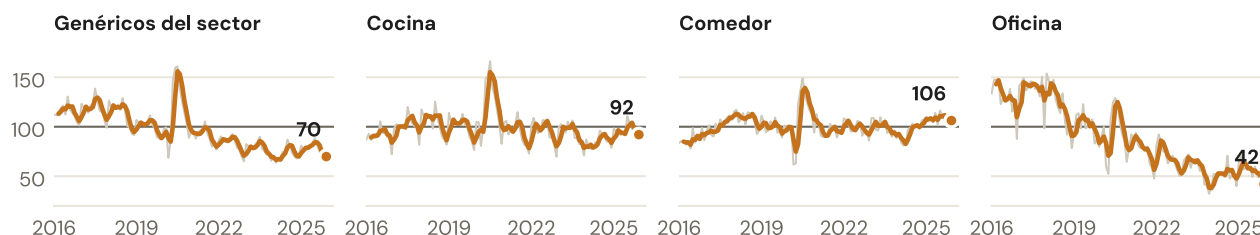
Qué no hace. Acompaña los ciclos amplios, como la caída de 2024 y el rebote de 2025. Cuando la producción varía poco, como en 2022-2023, no distingue subas de bajas, y no anticipa los cambios de un mes a otro.

COMPONENTES DEL IIMAO

La canasta se agrupa en cuatro familias. En la tendencia interanual, el interés crece en cocina (+10,1%) y comedor (+2,5%), se mantiene en las búsquedas genéricas del sector (-0,1%) y cae en muebles de oficina (-11,8%).

Comedor supera el nivel de 2019 y cocina se acerca; el resto queda lejos

Tendencia por familia de productos, promedio 2019 = 100. El valor indica diciembre de 2025.



Fuente: Observatorio Estadístico de FAIMA en base a Google Trends.

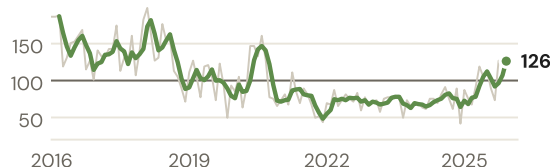
Las diez series de la canasta

Término o categoría	Familia	Nivel de tendencia (2019 = 100)	Variación interanual de la tendencia
«muebles»	Genéricos	59	+0,9%
«mueblería»	Genéricos	73	+1,9%
«fábrica de muebles»	Genéricos	51	-6,9%
Categoría «Mobiliarios para el hogar»	Genéricos	96	+1,8%
«muebles de cocina»	Cocina	49	0,0%
«bajo mesada»	Cocina	110	+15,4%
«alacena»	Cocina	117	+10,1%
«mesa de comedor»	Comedor	134	+6,8%
«sillas» (categoría de mobiliario)	Comedor	79	-4,1%
«muebles de oficina»	Oficina	42	-11,8%

Fuente: Observatorio Estadístico de FAIMA en base a Google Trends. Tendencia a diciembre de 2025.

SERIE DE SEGUIMIENTO · FUERA DEL ÍNDICE

«Muebles para armar» · tendencia, 2019 = 100



Fuera del índice se sigue la búsqueda «muebles para armar» (segmento RTA). No integra el IIMAO: la búsqueda no distingue si se trata de productos nacionales o importados, por lo que debe analizarse con cuidado. En diciembre su tendencia se ubicó en 126 puntos (2019 = 100). En los últimos doce meses estas búsquedas fueron 40,4% mayores que en los doce anteriores; en el mismo lapso, el IIMAO creció 10,4%.

LECTURA SECTORIAL

El interés se desplaza de las búsquedas genéricas a las de producto. Los términos generales («muebles», «fábrica de muebles») se ubican 41% y 49% por debajo de 2019, mientras que productos concretos de comedor y cocina («mesa de comedor», «alacena», «bajo mesada») superan ese nivel. El consumidor llega al sector buscando un producto, no una categoría: para un entramado integrado mayoritariamente por PyMEs, la visibilidad se juega en cada línea de producto.

DEMANDA POR PROVINCIA

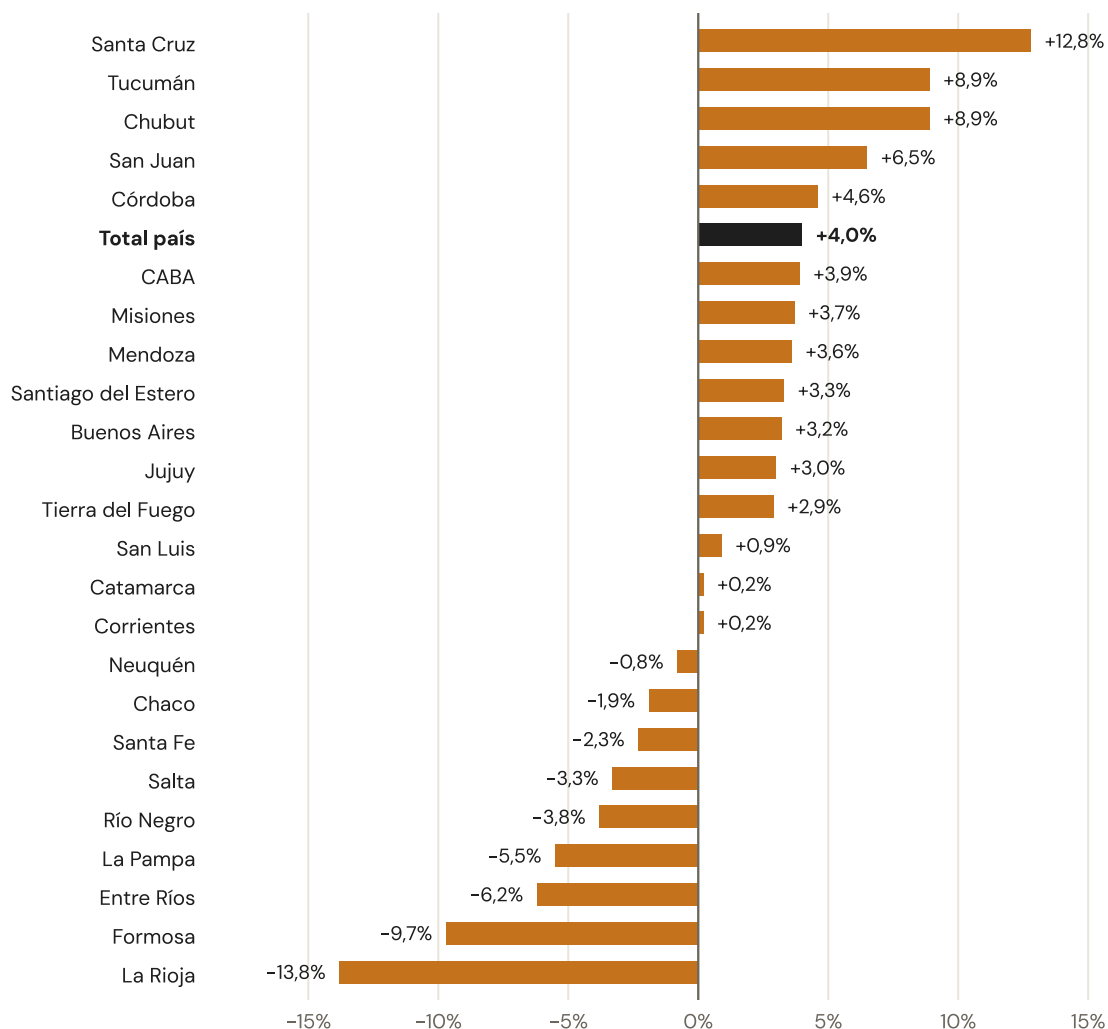
La lectura territorial compara a cada provincia consigo misma: se toma la serie de búsquedas de «muebles» de cada jurisdicción y se mide el acumulado de los últimos doce meses (enero de 2025 a diciembre de 2025) contra los doce anteriores. Así, la variación de una provincia no depende de lo que ocurra en las demás.

15 de las 24 jurisdicciones registran más interés que un año atrás y 9, menos; el total del país creció 4,0%. Las mayores subas se dan en Santa Cruz, Chubut y Tucumán; las mayores bajas, en La Rioja, Formosa y Entre Ríos.

Por regiones, se ubican por encima de un año atrás 4 de las 6 provincias del NOA, 2 de las 4 del NEA, las 3 de Cuyo, 3 de las 6 jurisdicciones de la región Pampeana y 3 de las 5 de la Patagonia.

15 de 24 jurisdicciones muestran más interés que un año atrás

Búsquedas de «muebles» por provincia. Últimos doce meses contra los doce anteriores, variación en %.



Fuente: Observatorio Estadístico de FAIMA en base a Google Trends. En las provincias con menor volumen de búsquedas el dato mensual es muy variable; por eso no se informa la variación de un mes ni de un trimestre.

CONCLUSIONES

- El interés online por el mueble argentino se mantiene por encima de un año atrás, pero con un margen cada vez menor: la tendencia interanual pasó de +6,3% en septiembre a +3,1% en diciembre.
- El nivel sigue siendo bajo en perspectiva: 19% por debajo de 2019 y 12% por encima del piso de abril de 2024.
- La producción cayó 10,2% interanual en noviembre y 0,1% en el promedio de tres meses; en once meses acumula una suba de 27,4%. Su signo difiere, por ahora, del que muestra el interés online.
- Por productos, el interés crece en cocina y comedor, se mantiene en las búsquedas genéricas del sector y cae en muebles de oficina.
- El comportamiento provincial es heterogéneo: 15 jurisdicciones se ubican por encima de un año atrás y 9 por debajo, lo que refuerza la necesidad de lecturas y estrategias por territorio.
- De sostenerse la desaceleración, el interés online podría ubicarse por debajo de los niveles de un año atrás en los próximos meses.

NOTA METODOLÓGICA

Fuente. Google Trends, Argentina, búsqueda web, frecuencia mensual desde enero de 2016. La serie completa se descarga en cada edición; no se empalman datos de descargas anteriores.

Canasta. Diez series: ocho términos, un término medido dentro de la categoría de mobiliario y la categoría «Mobiliarios para el hogar». Se parte de 39 candidatos y entran los que muestran una correlación interanual con el IPI de muebles y colchones de al menos 0,5 tanto en 2017-2019 como desde 2022. Los años 2020 y 2021 quedan fuera del cálculo. Cuando un término pasa el filtro con y sin categoría, se usa una sola versión. La canasta se revisa una vez por año.

Cálculo. Cada serie se expresa con base promedio 2019 = 100 y el índice es su promedio simple. La tendencia es el promedio móvil de tres meses.

Calendario. Cada informe lleva el nombre del mes en que se publica: presenta el IMAO del mes anterior y el IPI de dos meses atrás, el último difundido por INDEC a esa fecha.

Serie de seguimiento. Búsquedas de «muebles para armar» y «mueble para armar», con la misma fuente y la misma base. No integra el índice.

Provincias. Serie de «muebles» de cada jurisdicción; acumulado de doce meses contra los doce anteriores.

Producción. INDEC, IPI manufacturero, subclase «Muebles y colchones» (36101/2/3), serie original, base 2004 = 100.

EQUIPO

El presente trabajo fue realizado bajo la coordinación del Director Ejecutivo Mg. Fernando Couto, con el apoyo de las 28 cámaras que conforman la Federación Argentina de la Industria Maderera.

*Ante cualquier duda, consulta o sugerencia sobre la misma, favor de comunicarse a:
coordinaciongeneral@faima.org.ar*



MERCEDES OMEÑUKA
PRESIDENTE



DANIEL VIER
SECRETARIO GENERAL



FERNANDO COUTO
DIRECTOR EJECUTIVO