

MAGAZINE

REVISTA

PORTE

International Furniture Industry Magazine / Comunicación entre empresarios mueblesos



THINK WEINIG

El Grupo WEINIG: máquinas y equipos para el mecanizado de madera maciza y de derivados de la madera

El Grupo WEINIG es el socio ideal para el mecanizado económico de madera maciza y de materias derivadas de la madera que ofrece innovadora tecnología punta, amplias prestaciones de servicios y soluciones integrales, incluyendo instalaciones de producción llave en mano. Tanto los talleres artesanales como la industria se benefician de la calidad y rentabilidad de WEINIG que les proporciona la ventaja decisiva frente a la competencia mundial.

MADERA MACIZA



WEINIG

Cepillado, perfilado
Herramientas, afilado

Corte, escaneado,
optimización, encolado

Ventanas, puertas,
tecnología CNC

Ensamble tipo finger joint,
mecanizado de testas,
mecanizado transversal

DERIVADOS DE LA MADERA



HOLZHER

Chapeado de cantos

Mecanizado por CNC

Soluciones de corte
verticales y horizontales

Manejo de tableros
automático

Tecnología
innovación y
excelencia en
el servicio



Duplique la vida de sus herramientas de corte con nuestras maquinas de afilado CNC

Nuestro Centro de Servicio de Afilado en CNC,
está certificado por LEUCO-STEHLIE ALEMANIA.

Contamos con el servicio de afilado de
herramientas de diamante por electroerosión.

Representamos las mejores marcas
internacionales de herramienta:

SIERRAS

INCISORES

BROCAS

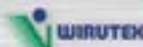
FRESAS Y CABEZALES

INSERTOS

CUCHILLAS

VENTOSAS PARA CNC

HERRAMIENTAS PARA CNC



www.sistemasalemanes.com.mx

Comisión Agraria #103, Cuatro Arboles
15730, México, D.F. Tels/Fax: (0155) 2598-2321
(0155) 2643-0327, (0155) 2643 4655
atencionclientes@sistemasalemanes.com.mx
ventas@sistemasalemanes.com.mx

18

Sector del mueble aún no cumple con las exigencias del consumidor digital



26

Venta de muebles Online no es opción, es obligada



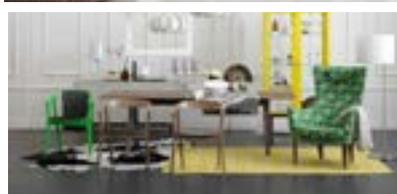
30

México, en la mira de exportadores muebleros del mundo



38

Grupo IKEA presenta año 2016 de sólido crecimiento



44

1ª Expo Mueble en Panamá con participación mexicana



¿Dónde nace la venta de un mueble? 8

Buen Fin 2016: 18 – 21 Noviembre 12

Famsa retoma confianza de inversionistas 14

India impone derechos antidumping a MDF de Vietnam e Indonesia 15

China y Vietnam cubren el mercado de muebles en USA 16

Curacao con más de 200 tiendas 17

Nueva fábrica de muebles surgiría en Tabasco 22

Muebles actuales con alto riesgo flamable 24

10 Mueble Icono en el Tiempo 32

4 Consejos del fundador de Ikea para Emprender y Triunfar 40

Impresión 3D Daría fruta de madera ? 42

Feria IWF 2016 mostró crecimiento de doble dígito 48

La victoria era de esperarse, la perfección; inesperada FMC 52

Expo Furniture China recibió cerca de 120 mil visitantes 55

Interzum en Guangzhou 2017 sería con 1,200 expositores 58

Feria Hábitat en Valencia regresa a su mes tradicional, septiembre. 60

DIRECTOR-EDITOR

Francisco Barrera del Real

DIRECTOR COMERCIAL

Rosy Gómez

MERCADOTECNIA

Christian Barrera Gómez

Mario Barrera Del Real

ARTE GRÁFICO

Angel Espinoza

angel.creativo@gmail.com

WEB MASTER

Angel Espinoza

REDACCIÓN

Lucía Rodríguez

Gerardo Reyes Rivera

Fernando de León Armas

Israel Neri

Luis Manuel Barrera

ASESOR CONTABLE

Felipe Dueñas Gómez

AUXILIAR

ADMINISTRATIVO

KARLA BARRERA DEL REAL

CIRCULACIÓN

Francisco Barrera Gómez

PORTE, revista editada mensualmente. Reserva de derechos al uso exclusivo número 04-2008-102319143800-102, expedido por la Dirección de Reserva de Derechos del Instituto Nacional de Derechos de Autor. Autorizada como publicación periódica por SEPOMEX permiso PP 14-0015. Editor responsable de la publicación Francisco Barrera del Real. Certificado de licitud de título en trámite. Certificado de contenido en trámite. PORTE considera sus fuentes como confiables y verifica la información que aparece en la revista en la manera que le es posible, sin embargo puede haber errores en la exactitud de datos, PORTE ni ninguno de sus empleados o colaboradores asumen responsabilidad alguna por el contenido editorial o de los anuncios que se publican dentro de la revista. Prohibida la reproducción total o parcial del contenido sin previa autorización por escrito del editor. Costo de la suscripción anual (12 números) es de \$ 00.00 pesos en el territorio nacional.

SUSCRIBASE A REVISTA PORTE

\$ 800 Pesos 12 ediciones -una mensual-

Contáctenos: Tel (33) 3585 3722

magazine@revistaporte.com

Sierra Leona 1108-1

Col. Independencia

Guadalajara, Jalisco, México

C.P. 44379, Tel-Fax: 52 (33) 3585 3722

Email.com: magazine@revistaporte.com

www.revistaporte.com



Socio Fundador

www.fsmnet.org

Miembro Editorial



MAGAZINE

REVISTA

PORTE

International Furniture Industry Magazine / Comunicación entre empresarios muebleros

¡ La Revista de la Industria del Mueble en México desde 2002 !

La Revista PORTE mensualmente cuenta entre su perfil de lectores a Directores, Propietarios, Gerentes y en general ejecutivos de las principales empresas de la distribución, fabricación y proveeduría de la industria del mueble.

Contáctenos:

Sierra Leona 1108 - 1 Colonia Independencia

Guadalajara, Jalisco - MEXICO

Tels : 52 (33) 3585 3722 y 3638 9066

magazine@revistaporte.com

www.revistaporte.com

Lea las noticias más recientes también en Facebook y en www.issuu.com

158 Editorial

Empresario conformista

La industria mueblera tal como la concebimos al día de hoy podría estar viviendo sus últimos años.

La era digital es una vorágine que derrumba todos los conceptos previos, la era de los Millenials es un todo terreno que circula con visión periférica de 360°.

Negocio que desista de integrar al internet como un medio actual de comercialización tiende a desaparecer a la brevedad y muchos han hecho caso omiso de esta infalible regla de marketing.

Además, la industria mueblera en México es 95% local, no hay una visión inmediata para alcanzar niveles importantes (30 a 40%) de exportación en materia de muebles y hablar de un programa sectorial solo causaría una mueca de risa a más de un empresario.

Prevalece la falta de unidad, un enfermizo celo profesional por el logro de un semejante, un carente carácter emprendedor; el estado de confort es el mejor lugar para incrementar el conformismo.

En toda oportunidad escucho el lamento de infinidad de empresarios, con la situación económica, con la condición comercial obligada por parte de los distribuidores (mueblerías y cadenas departamentales), con una proveeduría limitada. Con un sinfín de factores.

Pero no hay acción, reina la pasividad, la intolerancia hacia otros. Sigue siendo más fácil destruir una idea (Consejo Mexicano del Mueble) que multiplicar esfuerzos para alcanzar objetivos colectivos.

La muestra de las tareas por hacer solo llegan del exterior: Guatemala integró un pabellón de empresas en la pasada feria del mueble en Las Vegas; Brasil conformó un grupo de empresas para realizar una gira de trabajo por Panamá con alcance hasta Costa Rica y Colombia.

Los acuerdos de libre comercio seguirán siendo aprovechados por nuestros socios, el mercado de muebles en México es muy apetitoso y de continuar mezclando agua y harina solo seguiremos obteniendo un pastoso engrudo empresarial.

La pregunta fue directa y mi respuesta igual: sí, el empresario es conformista y las pruebas así lo confirman. En los 20 años más recientes las iniciativas del sector del mueble por generar proyectos y actividades han desaparecido con más rapidez que el paso de una estrella fugaz.

Se acuerdan de ¿Conimueble?, ¿del Plan para amueblar casas de interés social?; dos botones de muestra.

Francisco Barrera Del Real



PAZARAN

muebles

FABRICA DE SALAS FINAS
Líneas: Clásica, Moderna, Tapicería



OFICINAS: CAMINO DE LA PROSPERIDAD N° 130 COL. CAMPESTRE ARAGON
DEL. GUSTAVO A. MADERO CIUDAD DE MEXICO - C.P. 07530
TEL.: (55) 57-53-78-89 y (55) 57-37-58-66
CORREO : pazaran_muebles@hotmail.com

¿Dónde nace la venta de un mueble?

La vista es sin duda el primer contacto con el producto y de que este resulte atractivo, depende el involucramiento de los demás sentidos, esto no quiere decir que pongamos todo el empeño para este sentido, sino entender que de aquí parten los demás.

Una forma adecuada de lograr la preferencia del cliente es no involucrar un sentido únicamente en el proceso; es decir si solo hacemos que el producto se vea atractivo, estaremos dejando de lado los cuatro sentidos restantes que también tienen gran injerencia en el proceso de decisión de compra por parte del cliente.

Desde luego en el caso de los productos resulta más fácil de manejar; sin embargo no quiere decir que no se pueda aplicar en los servicios.



De la vista nace el amor, dice el refrán, durante mucho tiempo las empresas y negocios adoptaron y aplicaron este refrán a las ventas, colocando el producto de la manera más atractiva posible para los ojos de los clientes o consumidores; a esta práctica se le conoce como "merchandising", un término anglosajón que se puede traducir como mercadeo en corto, el merchandising incluye toda actividad desarrollada en un punto de venta, que pretende reafirmar o cambiar la conducta de compra, a favor del establecimiento comercial. Es una práctica conveniente y muy bien aplicada por la mayoría de las marcas y empresas, sobre todo en las que comercializan productos en lugar de servicios, basta con dar un paseo por cualquier tienda departamental. Sin embargo dicha práctica resulta insuficiente ante la creciente ola de productos parecidos entre sí.



Hablando de productos alimenticios los estímulos sensoriales que proporciona en su conjunto el diseño del empaque, genera una expectativa que nos hace imaginar el placer de consumir un producto ya que el empaque comunica mucho antes que lo haga el producto. Cuando sostenemos un empaque se vuelve una experiencia multisensorial. Lo reconocemos, lo recorremos, lo experimentamos en cuestión de segundos y esa experiencia, ya sea buena o mala, queda registrada en nuestra memoria, asociada al producto y a la marca.

El Tip de Venta en esta ocasión se centra en experiencias de venta que involucren a los cinco sentidos ya que en la medida que lo logremos de forma correcta, esto aumentara las posibilidades de ser adquirido por el cliente.

A través de la vista reconocemos formas y colores con la parte más primitiva del cerebro; denominada cerebro reptil, el cual comprende las imágenes de una forma mucho más rápida que las palabras, en suma con la psicología del color, genera una imagen sensorial que van construyendo nuestras expectativas sobre el producto.

Al sostener el producto, al tener contacto con el material también se disparan múltiples sensaciones; si es suave, áspero, metalizado, corrugado, en fin, al intervenir el tacto es sumar factores a nuestro favor.

El oído aunque no lo parezca es un factor importantísimo dentro de este proceso, y podrán pensar como incluyo sonido a un producto, pues muy fácil, basta con mover la bolsa metalizada de papas fritas para que se empiece a activar en el cerebro la psicología del deseo, tal como lo demostró el psicólogo ruso IvanPavlov alrededor del año 1900. O que tal el inconfundible sonido al destapar una lata de cerveza es casi como beberla. Incluso el sonido refrescante de los hielos cayendo en un vaso de vidrio, mientras las burbujas escandalosas de un refresco resuenan al momento que este se llena.

Que sería de los seres humanos sin el sentido del olfato, definitivamente resulta difícil imaginarlo, el olfato es la antesala del sabor, que tal disfrutar de ese aroma cautivante cuando abre el frasco del café o quien no ha oido un platillo recién cocinado en algún restaurante; cabe mencionar que no solo en los alimentos aplicamos este sentido, le invito a realizar un pequeño ejercicio; la próxima vez que valla al supermercado observe como las mujeres involucran demasiado el sentido del olfato en la selección de sus productos, es más yo diría que las mujeres compran con la nariz, y no solo huelen, los alimentos, no es casualidad que los suavizantes de telas, los champús, los limpiadores de pisos, etcétera, cuenten con tapas que permitan el olor de los productos, si no lo hicieran, adiós ventas.



En el caso de los caballeros que tal cuando llega a nuestro olfato la sutil y agradable fragancia de un perfume femenino, de inmediato provoca algo a nivel cerebral que en ocasiones logra que incluso modifiquemos la conducta.

El gusto cuando hablamos de alimentos es el encuentro de la expectativa con la realidad y más vale que este encuentro se agradable, de lo contrario obtendremos ventas de las llamadas de única ocasión, y no se trata de eso, lo ideal es que las ventas de nuestro producto sean recurrentes. Pero que sucede cuando mi producto no es un alimento, ni modo que el cliente le dé una mordida al sillón, en el caso de vender muebles, o a los tenis, si vendo zapatos, lo que puede hacer es ofrecer pequeñas degustaciones de manera que dentro de la experiencia total de compra involucre todos los sentidos, el chocolate es una buena opción ya que aumenta los niveles de serotonina, hormona relacionada con el placer.

Para los que comercializan servicios y no productos, unas recomendaciones, ocúpate en invertir en una buena imagen, folletos, catálogos, página web, diseño del local comercial, eso contribuye a buen perfil visual del negocio. Para el tacto, interviene en el mobiliario del negocio, sillones, escritorio, pisos de madera, tal vez algún medio interactivo que ayude a presentar el servicio.



En el caso del oído, obviamente un sonido ambiental neutro agradable, dentro del negocio y desde luego al momento de explicar los beneficios de su servicio, endulce el oído de su cliente con propuestas que le resulten atractivas y convincentes.

De igual forma procure tener un ambiente con agradable olor dentro de su negocio y le sugiero que opte por aromas que vayan acorde con el giro del servicio que ofrezca, si es un servicio para jóvenes, evite fragancias serias, más bien utilice olores frescos y viceversa. Tenga cuidado de no sobresaturar su negocio de olor, por más agradable que este sea.

Y por último el gusto, como ya mencione, puede recurrir a degustaciones pequeñas de aperitivos o bien dulces de buen gusto.

Le recomiendo empezar a introducir experiencias multisensoriales para sus clientes en las experiencias de compra, los resultados créame no tardaran en darse su favor.

Por favor recuerde que en la vida como en las ventas, si quiere tener algo que nunca ha tenido, tendrá que hacer algo que nunca ha hecho.

Por: Iván Torres Luna. mercadólogo.



www.sillasinduma.com
sillas_induma@prodigy.net.mx
ventas@sillasinduma.com

Telefonos:
[392] 923 49 06 / 922 58 69

INDUMA
Un líder respaldando tus proyectos

Buen Fin 2016: 18 – 21 Noviembre



Un crecimiento de apenas 5 por ciento en la venta de productos y contratación de servicios de diversa índole, como los turísticos, equivalente a 4 mil millones de pesos, prevé el sector empresarial y el gobierno federal que se alcance en la sexta edición de El Buen Fin, a realizarse del 18 al 21 de noviembre. Tal proyección representa apenas la mitad del incremento de 10 por ciento que alcanzó dicha campaña comercial el año pasado cuando las ventas alcanzadas sumaron en conjunto 80 mil millones de pesos.

En conferencia de prensa diversas instancias, entre ellas la Secretaría de Economía y la Asociación Nacional de Tiendas de Autoservicio y Departamentales (Antad), se ponderó que los descuentos que se ofrecerán en la campaña del próximo mes serán de hasta 80 por ciento y se mantendrá el sorteo fiscal por 500 millones de pesos que lleva a cabo el Sistema de Administración Tributaria (SAT) para quienes paguen con tarjeta de débito o crédito, de tal manera que a los ganadores del mismo se les restituirán desde 250 pesos hasta 10 mil pesos de las compras que realicen esos días en los negocios que participen.

Tanto el secretario Guajardo como los dirigentes empresariales rechazaron que la devaluación del peso frente al dólar haya encarecido en la misma medida los precios de diversos productos, como los electrónicos, que suelen comercializarse durante dicha campaña.

El Buen Fin a que ya está en la mente de todos los mexicanos esa fecha y entonces se preparan para comprar productos de mayor valor para las familias, como los televisores, muebles o refrigerados, lo que impacta en el volumen de ventas, aseguran.

Vicente Yañez, dirigente de la Antad, rechazó que las cadenas de autoservicio forzen a los proveedores a bajar los precios de sus productos durante la campaña. “Esto es totalmente voluntario y a ningún proveedor se le obliga a participar en esto”, dijo. A su vez, Guajardo abundó que para evitar que se impongan contratos abusivos e injustos a los proveedores se tienen diversos acuerdos con el sector empresarial y la Comisión Federal de Competencia Económica (Cofece) puede intervenir al respecto.

En tanto que Juan Pablo Castañón, líder del sindicato patronal, aseveró que se invitará a las empresas para que de manera voluntaria a que adelanten el pago del aguinaldo a sus trabajadores hasta en un 50 por ciento, pero admitió que se carece del número de empresas que así lo hicieron el año pasado o en las distintas ediciones.

Profeco

Elektra a la alza

Las materias primas —como el alza del oro—, las fusiones y adquisiciones, el crecimiento en el turismo y los bajos precios del petróleo ayudaron a que algunas empresas tuvieran crecimientos hasta 16 veces superiores a las del conjunto de compañías que conforman el principal índice de la Bolsa Mexicana de Valores durante el segundo trimestre del año.



EL ÚNICO COLCHÓN AVALADO
POR LOS VERDADEROS EXPERTOS

Su descanso merece un



Posturepedic®

“ PARA RENDIR
AL 100,
NECESITO DORMIR
PROFUNDAMENTE ”

PAMELA CARDOSO
PARAMÉDICO



El único colchón avalado por
la Sociedad Mexicana para la
Investigación y Medicina del Sueño

www.sealy.com.mx



EMPRESA
SOCIALMENTE
RESPONSABLE

Las firmas con los mayores crecimientos en su flujo de operación (EBITDA, por sus siglas en inglés) fueron: Peñoles, con un crecimiento de 92.4% sobre el año anterior; Elektra, con 63.7%; Volaris, con 42%; Grupo Aeroportuario del Centro Norte (OMA), con 36.9%; y Alpek, con 25.3%.

El EBITDA es el renglón del estado de resultados que muestra el efectivo que una empresa genera por su operación, y que se utiliza como medida de referencia para medir el nivel de endeudamiento y para valorar a las compañías.

Grupo Elektra, de Ricardo Salinas Pliego, incrementó su flujo operativo gracias al alza de 14% en sus ventas del sector comercial —las tiendas Elektra—, y se ha visto beneficiada por el mejor dinamismo en el consumo en un entorno de mayor competencia, consideró Signum Research (SR).

SR

Famsa retoma confianza de inversionistas

Grupo Famsa logró tranquilizar a los tenedores de bonos tres meses después de que un error contable afectara a la firma minorista y crediticia mexicana.

Sus bonos por 250 millones de dólares con vencimiento en 2020 han subido 11 por ciento desde el 29 de julio, cuando la compañía dijo que los ingresos del segundo trimestre habían aumentado y que expandiría un negocio de créditos nómina.

Los préstamos tienden a tener un porcentaje de impagos menor que el de los que no están garantizados.

Famsa, que presta dinero a sus clientes para compras que van desde teléfonos móviles hasta refrigeradores, recupera a los inversionistas luego de que la compañía dijera en mayo que había reservado dinero para cubrir préstamos de mal desempeño que antes había ignorado.

El error contable le significó a Famsa tener que aumentar las reservas por préstamos en mora a 5 mil 100 millones de pesos y asumir un cargo de 2 mil 100 millones contra su capital. La admisión desencadenó una caída de 29 por ciento de los bonos de la compañía y una rebaja de su calificación crediticia.

“Están de regreso”, dijo Patrik Kauffman, un administrador de dinero de Solitaire Aquila Ltd., que tiene 11 mil millones de dólares en activos. “Se recupera la confianza”.

En el informe de su segundo trimestre, Famsa dijo que aún estima que las ventas crecerán 9 por ciento este año.

“El anuncio de mayo causó sorpresa y consternación a los inversionistas, pero nuestros resultados trimestrales confirmaron que no afectó las operaciones de la compañía”, dijo Paloma Arellano, jefa de relaciones con los inversionistas de Famsa.

Famsa



India impone derechos antidumping a MDF de Vietnam e Indonesia

El Ministerio de Finanzas de India ha impuesto derechos antidumping de hasta USD \$ 64.35 por metro cúbico al MDF de Vietnam e Indonesia. El derecho antidumping se impondrá al MDF crudo con un espesor mayor a 6 mm y por un período de cinco años. La sobretasa no se aplica a los tableros de MDF laminados.

La petición antidumping fue presentada conjuntamente por Greenply Industries y; Mangalam Timber Products. Rushil Decor Ltd, que representa el 20% de la producción nacional de MDF de la India, también apoyó la petición.

Greenply Industries ordenó su segunda línea de MDF a Dieffenbacher en diciembre de 2015. La nueva línea, con una capacidad de 429,000m3 se instala en el estado de Andhra Pradesh y fabricará HDF / MDF.



www.finmin.nic.in

COLOS
MADE IN ITALY



VESPER
C/Valencia 11

Cuicatluac 133 Sector Reforma
Guadalupe, Jalisco C.P. 44610

Tel: (01 33) 3619 0601
Fax: (01 33) 3619 0599

01 800 438 0001
www.colos.it

China y Vietnam cubren el mercado de muebles en USA

Un acercamiento a las importaciones de Estados Unidos en contenedores con la importación vía marítima pondera la venta de muebles de China y Vietnam captando la parte más grande del pastel en territorio norteamericano.

A medida que la demanda de viviendas sube, la demanda de importaciones de muebles tiende a aumentar, así un comparativo de un año a la fecha, de enero a junio, las importaciones de muebles aumentaron un 6,5 por ciento. Si las tendencias actuales continúan, podemos esperar que el volumen de las importaciones de muebles vuelvan a subir de nuevo en 2016, esta vez como el 6º año consecutivo.

China sigue siendo el principal proveedor de muebles por contenedor a los Estados Unidos.

Según lo medido por volumen, China es el mayor proveedor de importaciones de muebles de Estados Unidos, que representan el 66 por ciento del mercado del año hasta la fecha a través de enero-junio 2016, que es notable. Pero la cuota de abastecimiento de China, sin embargo, ha disminuido en los últimos 5 años; en 2010, China representó el 69 por ciento del total de las importaciones de muebles de Estados Unidos.

En parte debido al aumento de los salarios y la escasez de mano de obra en China, lo que resulta en mayores costos de producción para la fabricación de mano de obra intensiva, China ha visto su volumen de exportación de bajo valor, bienes intensivos en trabajo, disminuyendo durante los últimos 10 años.

Por el contrario, en segundo lugar del ranking Vietnam ha visto porcentaje de abastecimiento con aumento en materia de muebles en los últimos 5 años, y ahora se sostiene con el 14 por ciento del mercado, frente al 10 por ciento en 2010.

Gracias a menores costos de producción, mano de obra barata, y la estabilidad política, Vietnam ha sido capaz de aumentar las exportaciones de bajo valor, los bienes intensivos en mano de obra a los Estados Unidos durante los últimos 15 años, incluyendo prendas de vestir, calzado y muebles. Sin embargo, gracias al incremento de la IED (Inversión Extranjera Directa) y las diferencias salariales favorables con la potencia manufacturera de China, la economía vietnamita se está moviendo gradualmente la cadena de valor.

Por otra parte, las importaciones de muebles de Estados Unidos de México y Canadá han sido desigual de los últimos cinco años. México y Canadá también son los principales proveedores de mobiliario de los Estados Unidos, pero que no se ven en los datos marítimos como la mayor parte del comercio TLC porque lo suyo es más a través del modo de superficie o por carretera.

En términos de volumen de tonelada métrica, las importaciones de muebles de Estados Unidos desde México y Canadá han sido muy desiguales en los últimos 5 años, con tasas de crecimiento muy modestas en los últimos 2 años. Este comportamiento contrasta con lo que Vietnam está mostrando en términos de volumen de exportación a Norte América, captando el potencial más fuerte en un futuro de corto plazo.

IHS Markit

Misión comercial del mueble brasileño a Centro América

Apex-Brasil organiza con el apoyo del Proyecto Brazilian Furniture y Abimóvel una misión comercial enfocada a Centro América para el período del 30 de noviembre al 2 de diciembre en la Ciudad de Panamá, Panamá.

La acción en Panamá, mercado objetivo del Proyecto Brazilian Furniture, tiene como meta ampliar y consolidar la participación de las exportaciones brasileñas a ese país y otros países ubicados en Centro América y el Caribe, tales como Costa Rica, Cuba, El Salvador, Honduras, Nicaragua y República Dominicana.

Esta misión ya fue realizada en 2015, cuando contó con la participación de 20 empresas brasileñas y 40 compradores internacionales, originarios de Panamá, Costa Rica, Nicaragua y República Dominicana, y generó negocios por más de USD 3 millones. Estos resultados generan expectativas para la expansión de los negocios entre la industria del mueble brasileño y jugadores potenciales en América Central, región con un importante potencial económico donde las previsiones de crecimiento del PIB se ubica en torno al 11% y donde el PIB de construcción va desde el 4% al 21%.

Apex

Curacao con más de 200 tiendas

La historia de La Curacao inició en 1890 pero es en el año de 1945 cuando pasó del rubro de insumos agrícolas, al de electrodomésticos al detalle. Por tal motivo, se abrieron las primeras tiendas bajo el nombre comercial de Curacao Trading Company, lo que permitió un rápido crecimiento en Centroamérica.

En el año 2000 con la consolidación se fortaleció su operación en países como Guatemala, El Salvador, Honduras, Nicaragua y luego en República Dominicana. En el 2004, se abrieron dos sucursales en una de las principales ciudades con presencia latina en Estados Unidos: Houston, ocupando el nombre de Unión Comercial de Centroamérica, UNICOMER.

La Curacao expande sus servicios en Octubre de 2005 innovando con Ópticas La Curacao en Guatemala. En Febrero de 2006 se apertura en El Salvador, seguida por Nicaragua en Octubre del mismo año y posteriormente

Honduras. Ópticas La Curacao tiene como fin brindarles a sus clientes facilidades de pago en lentes y aros para anteojos de sol y de vista; así como consultas oculares con especialistas y maquinaria de la más avanzada tecnología.

La Curacao apertura en 2003 su tienda virtual y se rediseña para su mejor funcionamiento en 2011 lacuracaonline.com donde todo su catálogo de productos está disponible para compra en línea. Esto para entrega en tienda o a domicilio en los países donde opera con los estándares de seguridad más altos.

Adicionalmente como valor agregado se apretura La Curacao Cash, con el fin de darle un valor agregado a los clientes preferenciales prestando dinero en efectivo con pagos a plazos. Este concepto comienza en Guatemala en 2013 y con su buena aceptación ahora está presente en Honduras teniendo un total de 15 tiendas en la región. Con ello hasta el 2015 se cuentan con más de 200 sucursales de la cadena (como ilustración son 42 en República Dominicana y 82 en Perú).

www.grupounicomer.com

Piel de tapicería residencial y automotriz

Corte y costura de piel



carezza
diseño en piel

www.carezzapelle.mx

(33) 3168 3242 / (33) 3637 8184

Sector del mueble aún no cumple con las exigencias del consumidor digital

· *Muchas empresas minoristas de retail, entre ellos, el de muebles, han fallado en apalancar el potencial y alcanzar las expectativas de sus clientes por la brecha digital.*

· *Dentro de las preferencias de influencia de compras digitales, el 42% pertenece al segmento de muebles y hogar.*

La industria de los muebles en México está mostrando un gran deterioro en los últimos años y cada vez más es afectada por la falta de tecnología, innovación, diseño y la entrada de nuevos jugadores que traen nuevas propuestas como diseño, funcionalidad y accesibilidad.

Un estudio de Deloitte señala que la brecha que se está viviendo en el sector retail es diferente a la noción de la brecha digital que describe las diferencias socioeconómicas basada en el acceso a las tecnologías de la información. Esta brecha representa, para los minoristas, una amenaza a los ingresos y un desafío audaz a la forma en que responden y anticipan los hábitos de compra en tienda de sus clientes.



Actualmente, los dispositivos móviles influyen cada vez más la vida diaria del usuario, incluyendo las compras en tienda que crecen más rápido de lo que se puede imaginar. Tan solo en 2014, las ventas de comercio electrónico en México alcanzaron los USD \$4.57 billones, donde el 1.2% de las ventas totales pertenecen al retail, incluido el sector del mueble.

Por lo tanto, la falta de experiencia de compra digital en los modelos de los minoristas tradicionales está desatendiendo al usuario digital actual, lo que se traduce a clientes insatisfechos, dado a que los clientes buscan soluciones que sólo están disponibles en mercados mucho más evolucionados, como lo son las ecommerce.



Asimismo, Deloitte dentro su estudio enfatiza que los clientes mexicanos buscan maneras más prácticas, rápidas y fáciles de comprar. Consistentemente están migrando al comercio electrónico, lo que explica un crecimiento anual aproximado del 40% en dicho mercado, además de que el 16% de los consumidores mexicanos prefieren buscar productos utilizando un motor de búsqueda, comparado con el 14% que prefiere hacerlo en las páginas de los proveedores.

Cabe señalar que, dentro de las preferencias de influencia de compras digitales, el 42% pertenece al segmento de muebles y hogar, donde los consumidores menores a 34 años están dispuestos a gastar más dinero cuando confían en que el producto es adecuado a sus necesidades y reseñas en línea, mientras que los mayores de 35 años están dispuestos a gastar más dinero comprando objetos complementarios a la compra original.

No obstante, el retail mueblero tradicional aún no ha logrado captar cómo llegar al usuario digital, perdiendo así oportunidades de ventas, pero que le abre las ventajas a las ecommerce de muebles gracias a su aprovechamiento tecnológico y herramientas digitales como los medios sociales, ya que en un 65% de las compras realizadas de manera online ha sido gracias al uso de las redes sociales, donde las mayores compras han sido para equipo de jardinería (86%), autos (73%) y muebles/objetos de decoración (67%).



MISION
Celebrando 20 años

- Poplar - Nogal - Encino Rojo - Encino Blanco - Maple Duro - Maple Suave - Fresno - Haya - Tilo - Cerezo

Productos Forestales La Misión
es el principal importador
de maderas norteamericanas
a la República Mexicana

**¡ Entregamos
en TODA
la República
Mexicana !**

México, D.F.: Tel: (55) 5148-0514 Fax: (55) 5097-3149
Guadalajara, JAL.: Tel: (33) 3601-9566 Fax: (33) 3601-9568
Monterrey, N. L.: Tel: (81) 8298-2106 Fax: (81) 8397-2016

Lada sin costo en toda la República Mexicana: **01 (800) 288-8088**
E-mail: ventas@lamision.com.mx
www.lamision.com.mx

Otra de las creencias que existe en el sector retail en general es que solo las capas socioeconómicas más altas utilizan ecommerce, sin embargo, la AMIPCI señala que los usuarios con dispositivos móviles del nivel D+ ha sido los que más han comprado/utilizado este canal para sus compras, siendo así, un target de venta poco atendido tanto por el sector mueblero como para el retail en general, perdiendo así oportunidades de ventas.

Asimismo, existen varias ecommerce de muebles en el país que también están desaprovechando esta capa socioeconómica, porque obviamente, no todo es miel sobre hojuelas en el mundo digital, puesto que en la mayoría de los comercios electrónicos de este nicho maneja precios elevados, dado a que son diseños “exclusivos” o “únicas piezas”, que si bien, es una buena estrategia que puede atraer a niveles socioeconómicos altos, pierde oportunidad de obtener mayores ventas, o en su defecto, hay retailers que le han apostado al ecommerce con precios bajos donde la calidad de los muebles son bajos a precios altos, debido a su forma de venta que es a crédito con tasa de interés fija.



Lo anterior demuestra la falta de criterio en el sector a la hora de ofrecer/vender productos tanto de manera tradicional como digital, cuando se podría generar una oferta atractiva de mercado que englobe a todos los niveles socioeconómicos sin que afecte la satisfacción del cliente, la experiencia de compra, diseño y el costo-beneficio. Por lo tanto, una empresa de este sector que pueda cubrir estas necesidades en México de una manera muy similar al modelo de Ikea, seguro despegaría de una forma muy rápida y amueblaría todos los hogares mexicanos con estilo.

Aún hay mucho camino que recorrer, ya que al final los consumidores digitales van en aumento, así como las exigencias, por lo que, si una ecommerce logra encontrar esa inspiración para el cliente, seguramente logrará esa fidelidad de compra.

Ver más en: www.smartup.mx
Contactar vía: prensa@smartup.mx



CALEGRIS **IMPORTEC**
MAQUINARIA PARA MADERA



JADE 340

BIESSE
WOOD DIVISION

TECNOLOGÍA
QUE PERMANECE

+ 52 (55) 5384.0307 + 52 (55) 5363.0547

Av. Industria 21B, Col. Los Reyes Iztacala, Tlalnepantla Estado de México

www.importec.com.mx

Nueva fábrica de muebles surgiría en Tabasco

La construcción de una fábrica de muebles y un aserradero para aprovechar los tableros bajo la marca Tecnotabla que fabrica Proteak y la producción de madera en la zona, es lo que se proyecta en la zona de Huimanguillo.

En entrevista con Grupo Cantón, el secretario de Desarrollo Agropecuario, Forestal y Pesquero (Sedafop), Pedro Jiménez León, dijo que la actual producción en la planta Proteak se está enviando en tráilers hacia el DF, Monterrey y Guadalajara, en donde están las fábricas de muebles.

De acuerdo al informe del segundo trimestre publicado en su página web, la planta Proteak alcanzó un nivel de producción de más del 50 por ciento de su capacidad nominal, siguiendo el ram-up planeado.

Para el cierre del 2016 se espera una producción de 90-100 mil metros cúbicos de tableros tipo MDF, misma que irá aumentando gradualmente hasta llegar a 280 mil metros cúbicos. Señala que ya se vendieron los primeros MxP 75MM de tableros MDF bajo la marca Tecnotabla.



Oportunidad de inversión

Ante esta gran capacidad de producción, el titular de Sedafop señaló que el próximo paso en la zona de la planta es la instalación de una fábrica de muebles, para aprovechar la materia prima más barata y crear más empleos.

“Ahora corresponde a los empresarios tabasqueños invertir en fábricas de muebles, inversión que es menor, porque Proteak va entregar la tecnotabla, y el trabajo del emprendedor será convertirla en muebles, en clóset, en puertas, en cocinas integrales”, indicó.

“Entonces lo ideal es seguir con la fábrica de muebles y un aserradero”, aseguró.

El funcionario dijo que ya se tiene la materia prima para poder fabricar además bases de camas tipo box spring; palos de escoba, muebles de madera dura, fina y comprimida.

Recordó que Proteak, -planta inaugurada el pasado 25 de septiembre por el presidente Enrique Peña Nieto y el gobernador Arturo Núñez Jiménez-, es un detonador industrial para Tabasco.



Possible otra planta Proteak

El titular de Sedafo, Pedro Jiménez León, señaló que de concretarse el proyecto de Distrito de riego del bajo Usumacinta existe la posibilidad que se instale una segunda planta Proteak, pero en la región de Los Ríos.

Señaló que Luis Tejado, propietario de Proteak, se interesó en el proyecto, y les aseguró que de concretarse, él podría participar sembrando en la 300 mil hectáreas y esto abriría la posibilidad de construir otra planta de tableros.

“Vamos hacer polígonos de productos maderable y en el centro poner la agrindustria, que nos abriría la capacidad de exportación”, señaló.

POTENCIAL PARA CRECER

Hay materia prima para desarrollar fábricas de muebles en Tabasco.

1. Producción 2016: 90-100 mil metros cúbicos de tableros tipo MDF

2. Capacidad de la planta: 280 mil metros cúbicos anuales

3. Mercado actual de Proteak: DF, Monterrey y Guadalajara

4. (Presencia en 14 estados, señala Proteak)

5. Compra mensual: 31 mil 400 metros cúbicos.

Se fabricaría en Tabasco:

- Clósets
- Puertas
- Cocinas integrales
- Bases de camas tipo box spring
- Palos de escoba
- Muebles de madera dura, fina y comprimida.

Fuente: Sedafo/Proteak



Tenemos **22 años**
cumpliendo con
la Industria Mueblera.

La solución perfecta para empacar sus muebles
con película estirable, ahorro y rapidez garantizados.

Clientes que se benefician con nuestras envolvedoras de muebles:

Muebles Gamma Delicias, Industria Mueblera de Zula, Industrias Emman de Ocotlán, Literas Lala, Mueblemex de Lagos, Euroespacio, Muebles Venecia, Industrias Ale, Compañía Mueblera San Rogelio, Lílico Muebles, Industrias Daric, Muebles Loma Alta, Corporación Deportiva Jolis, Muebles MCG Ocotlán, Case Manufacturing de México, Fábrica de Muebles San Fernando, Fray Alfonso Muebles, Muebles Iztapaluca, Madersonic, Productos Metálicos Collera, Issa Muebles, Barga Muebles, Meximuebles de México, Flores Industria Mueblera, Chavoya Diseño.

Y muchos más

Operadora de Empaques, S.
Tel (33) 3123 1123
Fax (33) 3122 9164
ventas@sistepack.com
www.sistepack.com



Muebles actuales con alto riesgo flamable

Un grave peligro acecha en las casas modernas por culpa, entre otras cosas, de las modas en decoración y las tendencias en muebles baratos. Y es que hace 30 años, cuando se producía un incendio en una vivienda había, por norma general, un margen de unos 17 minutos para escapar antes de que ardieran todos los artículos del hogar y, por tanto, desaparecieran las posibilidades de sobrevivir al humo, a la alta temperatura y las llamas; en la actualidad ese tiempo se ha reducido a menos de 10 minutos.

Así se desprende de un estudio de la consultoría de seguridad en el hogar 'Rossen Reports', que ha construido dos hogares distintos, uno de los años 70 y otro equipado con muebles actuales', y les ha prendido fuego para estudiar el comportamiento de las llamas.

En la casa más moderna el fuego pasa del sofá a la lámpara rápidamente y termina calcinando mesas y sillas junto a la mesita del café. En menos de 3 minutos las llamas ya alcanzaban al techo. En la casa más antigua ese tiempo fue mucho mayor.

La explicación recae, según los bomberos que colaboraron en el experimento, en que los muebles actuales no se fabrican con maderas puras, sino con conglomerados que cuentan con añadidos sintéticos que son fácilmente inflamables. Lo mismo ocurre con alfombras y otros plásticos presentes en elementos como lámparas o adornos.

"Los materiales sintéticos arden con mucha más facilidad que los materiales naturales", explica el experto en seguridad en el hogar John Drengenberg. "El sofá es sintético, al igual que los almohadones o las cortinas o la alfombra".

Los resultados de la habitación más antigua son claramente distintos: el sofá tardó unos 15 minutos en tener llamas que venían de la almohada en la que se originaba el incendio. En total, pasaron más de 30 minutos hasta que se produjo el mismo resultado que en 3 minutos de una habitación con muebles actuales.

El experimento ha sido realizado en Estados Unidos. Aunque en Europa se siguen las mismas tendencias, habría que valorar cuál sería el resultado de un estudio así con las modas de decoración y fabricación presentes en el viejo continente.





**FLAME
RETARDANT**

Las normas de fabricación no prevalecen en México y la tendencia es producir muebles cada vez más baratos, factor que seguirá aumentando y el riesgo de inflamabilidad cada vez es mayor.

Al respecto esto se mencionó hace 3 años: "Conformados ya en el Consejo Mexicano del Mueble y la Decoración, muebleros y fabricantes de 9 entidades federativas, impulsan la creación de una norma oficial mexicana (NOM) que regule y certifique este sector de la producción, a fin de garantizar la calidad del producto nacional y frenar las importaciones de producto asiático. Con la norma oficial mexicana se pretende salvaguardar el producto mexicano. Asimismo, informó que se está tratando de hacer una reformas regulatoria o arancelaria que grave los productos chinos como muebles para tableros, oficinas, hospitales, por mencionar algunos, salvo el de bambú, dado que en el país no se produce este".

Palabras que ahora no tienen eco porque la tarea de una NOM para el mueble en México quedó de momento en el olvido.

Alternativa temporal es etiquetar el mueble con indicaciones de inflamabilidad y riesgos al respecto, con un lenguaje preventivo para el consumidor.

Fuente: Rossen reports



*FABRICANTES de espuma
flexible de poliuretano.*

Laminado

Dimensionado

Peeler

Desarrollos especiales



**¡NOS INTERESA TRABAJAR CON
USTED!**

www.multiespumas.com.mx

Atencionclientes@multiespumas.com.mx

Tlaquepaque, Jalisco, México

Tel: (33) 8995-3567 / (33) 3692-8254

ENTREGAS A TODA LA REPUBLICA

Venta de muebles Online no es opción, es obligada

*** “el retail mueblero tradicional aún no ha logrado captar cómo llegar al usuario digital”**

En los últimos años, la industria de los muebles en México ha mostrado un gran deterioro y cada vez está siendo más afectada por la falta de tecnología, innovación, diseño y la entrada de nuevos jugadores que traen propuestas innovadoras como diseño, funcionalidad y accesibilidad.

Un estudio de la firma de servicios profesionales Deloitte indica que la brecha que se vive en el sector retail es diferente a la noción de la brecha digital que describe las diferencias socioeconómicas basadas en el acceso a las tecnologías de la información.

Esa brecha representa, para los minoristas, una amenaza a los ingresos y un desafío audaz a la forma en que responden y anticipan los hábitos de compra en tienda de sus clientes, expone.

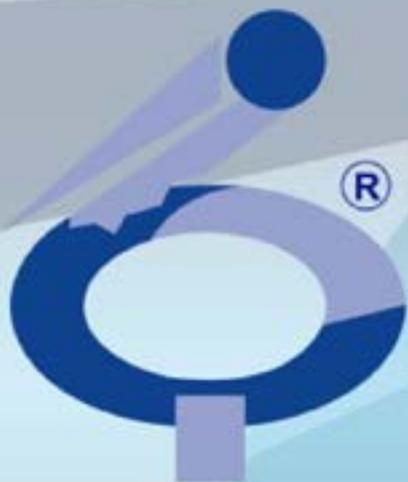


En un comunicado, refiere que hoy los dispositivos móviles influyen cada vez más en la vida diaria del usuario, incluyendo las compras en tienda que crecen más rápido de lo que puede imaginarse.

Menciona que tan solo en 2014 las ventas de comercio electrónico en México alcanzaron los 4.5 billones de dólares, donde 1.2 por ciento de las ventas totales pertenece al retail, incluido el sector mueblero.

Por lo tanto, la falta de experiencia de compra digital en los modelos de los minoristas tradicionales está desatendiendo al usuario digital actual, lo que se traduce a clientes insatisfechos que buscan soluciones que solo están disponibles en mercados mucho más evolucionados, sostiene.





®

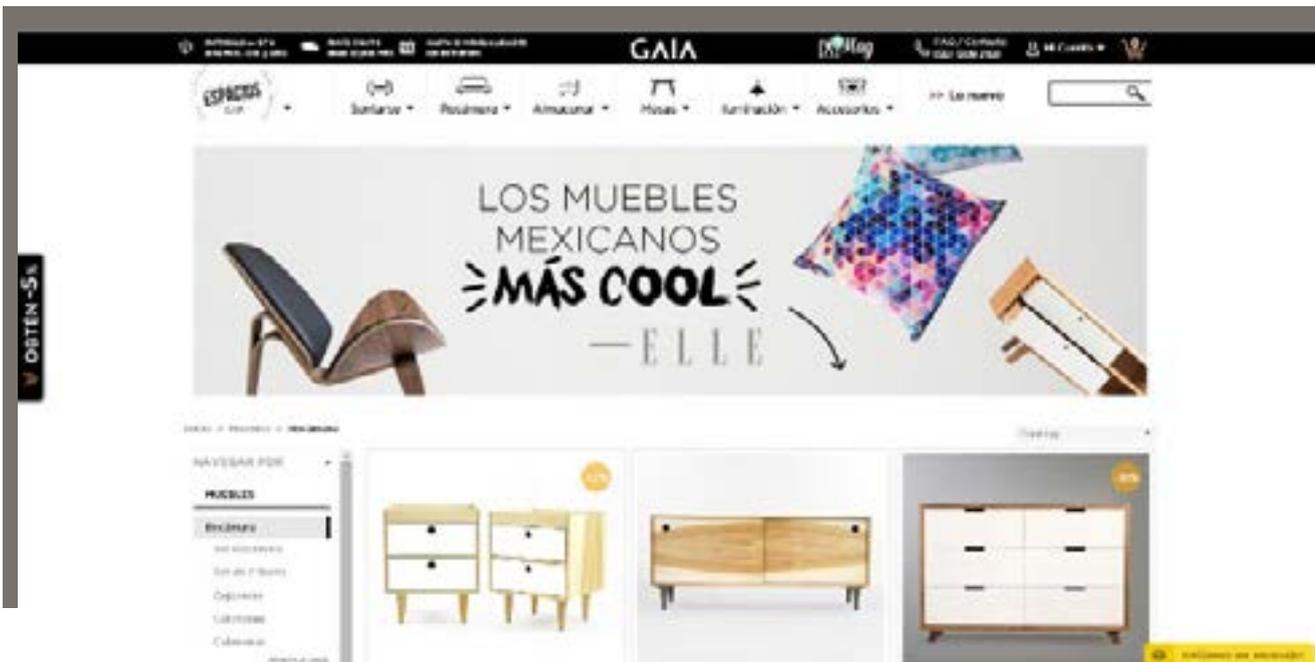
GARZO
CORPORATIVO



Hidalgo # 19 Los Gavilanes cp. 45645 Tlajomulco, Jalisco, México

Oficina (33) 3686-5210
informacion@garzo.mx

¡Visítanos! www.garzo.mx



En su estudio, Deloitte enfatiza que la clientela mexicana busca maneras más prácticas, rápidas y fáciles de comprar; está migrando al comercio electrónico, lo que explica un crecimiento anual aproximado de 40 por ciento en dicho mercado.

Además, 16 por ciento de las y los consumidores nacionales prefiere buscar productos utilizando un motor de búsqueda, comparado con 14 por ciento que prefiere hacerlo en las páginas de proveedores.

Dentro de las preferencias de influencia de compras digitales, 42 por ciento pertenece al segmento de muebles y hogar, donde las y los consumidores menores a 34 años están dispuestos a gastar más dinero cuando confían en que el producto es adecuado a sus necesidades y reseñas en línea.

Por su parte, las y los mayores de 35 años están dispuestos a gastar más dinero comprando objetos complementarios a la compra original.

No obstante, el retail mueblero tradicional aún no ha logrado captar cómo llegar al usuario digital, perdiendo así oportunidades de ventas, pero que le abre las ventajas a las e-commerce de muebles gracias a su aprovechamiento tecnológico y herramientas digitales como las redes sociales.

Por lo tanto, una empresa de ese sector que pueda cubrir esas necesidades en México:

seguro despegaría de una forma muy rápida y amueblaría todos los hogares mexicanos con estilo

Aún hay mucho camino que recorrer, ya que al final las y los consumidores digitales van en aumento, así como las exigencias, por lo que si una e-commerce logra encontrar esa inspiración para su clientela, seguramente logrará esa fidelidad de compra.

Fuente: Deloitte





MJB Tableros y Maderas



MATRIZ
SALTILLO, COAHUILA
Tel. (844) 438 7100
pablo@mjbtm.com

MÉXICO,
D.F.
Tel. (55) 5587 3400
jmalvarez@mjbtm.com

DELICIAS,
CHIHUAHUA
Tel. (639) 474 5434
norma@mjbtm.com

OCOTLÁN,
JALISCO
Tel. (392) 118 1274
daniel@mjbtm.com

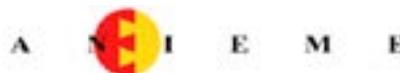
MONTERREY,
NUEVO LEÓN
Tel. (81) 8379 8254
david@mjbtm.com

IRAPUATO,
GUANAJUATO
Tel. (462) 635 1130
julietta@mjbtm.com

MÉRIDA,
YUCATAN
Tel. (999) 941 2654
benjamin@mjbtm.com

www.mjbtm.com.mx

México, en la mira de exportadores muebleros del mundo



Asociación Nacional de Industriales y Exportadores de Muebles de España

****España organiza misión comercial de muebleros a Guadalajara y Cd. de México***

Con más de 120 millones de habitantes, México es hoy en día un destino muy atractivo para los fabricantes españoles de mobiliario. Las cifras así lo avalan. España exportó muebles a México por valor de más de 50 millones de euros, lo que supuso un aumento de 6,3% con respecto al año anterior, situándose en el 10º puesto del ranking mundial de destinos del mueble español.

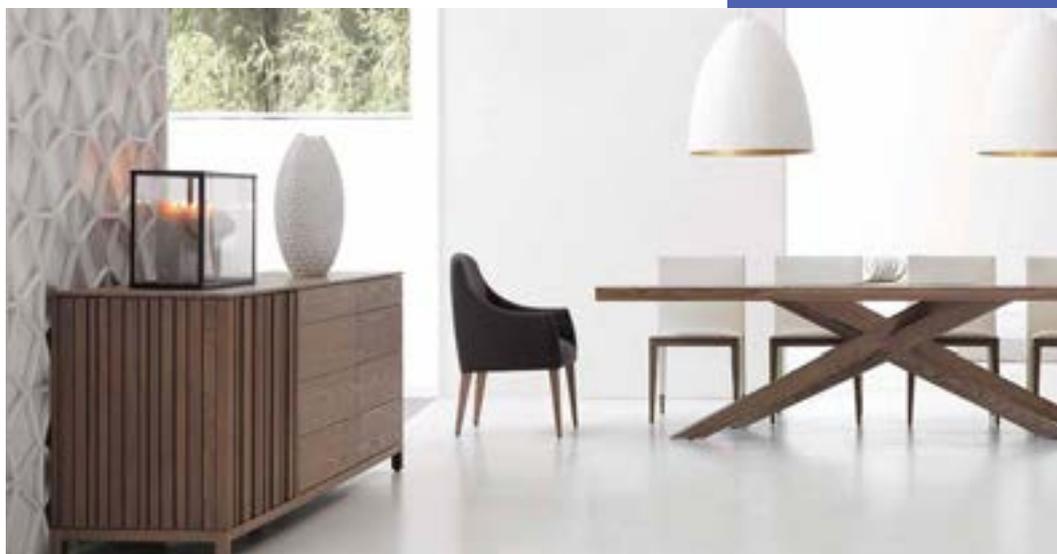
Su estratégica situación geográfica entre Estados Unidos y el resto de países de América Latina, así como un importante desarrollo inmobiliario, a nivel urbanístico y turístico, sitúan a México en el punto de mira de exportadores de todo el mundo

Los numerosos proyectos contract de diverso tipo, especialmente en el ámbito hotelero y comercial, hacen que las importaciones de mueble vayan en aumento, por lo que ANIEME (Asociación Nacional de Industriales y Exportadores de Muebles de España) considera que se trata de un área de especial interés para el mueble de España.

En el marco de esta actividad de ANIEME, durante los días 10 a 12 de octubre, las empresas visitaron a los 20

despachos de arquitectura y diseño de interiores más prestigiosos de Ciudad de México, donde mantuvieron reuniones individuales B2B en las que presentaron sus nuevas colecciones de mueble para contract. Después las empresas acompañadas de personal de ANIEME viajaron hasta Guadalajara para visitar y entrevistarse con destacados prescriptores de dicha ciudad durante los días 13 y 14 de octubre.

Otra de las actividades en la que participaron las empresas de ANIEME es la asistencia a la V Gala de Premiaciones CIDI que tuvo lugar en el Hotel Hilton Santa Fe el martes 11 de octubre por la noche, y a la que asistieron los más reconocidos arquitectos de las distintas regiones de México, como Puebla, Monterrey, Ciudad de México, Guadalajara y de países latinoamericanos, donde el interiorismo está en auge como son Perú y Guatemala.



Por tercer año consecutivo, ANIEME ha organizado una importante acción de promoción específica para empresas españolas de mueble de vanguardia para el canal contract que tendrá lugar del 10 al 14 de octubre en Ciudad de México y Guadalajara.



Fuente: Anieme
www.anieme.com

Durante esta semana 9 empresas españolas líderes del diseño de mobiliario participaron en las diferentes actividades organizadas por ANIEME y CIDI (Consejo Iberoamericano de Diseñadores de Interiores), en el marco de la IX Bienal Iberoamericana de Interiorismo, Diseño & Paisajismo 2016-2017, de la que ANIEME fue patrocinador oficial junto a las empresas Interkeramic y Villeroy & Boch.

El objetivo de ANIEME con la organización de esta acción es promocionar la imagen de las marcas españolas de vanguardia en el mercado mexicano y propiciar el encuentro de las empresas participantes con los más importantes estudios del canal contract en México.

Las empresas españolas participantes en esta acción de promoción y que viajaron a México son Bivaq, Capdell, Cármenes, Mobil Fresno, Montero, Ofifran, Point, Punt y Sancal.



CANTOS
Pvc
Madera
Melamina

ADHESIVOS

MÁQUINAS

Estado de México
Guadalajara
Querétaro
Monterrey
Chihuahua
Mérida

Av. Recursos Hidráulicos No. 224
Col. San Pablo, Toluca, Edo.
México, C.P. 54930, México

Tel: 535558 11 / 44 73

Chapacinta
Proadec

La solución en cantos

www.chapacinta.com

10 Mueble Icono en el Tiempo



Cuando escuchamos en las noticias que a alguna persona se ganó millones en la lotería, es fácil liberar la imaginación y pensar qué haríamos en su lugar. Qué no haríamos, más bien. Sin límites de presupuesto, y tampoco de espacio, estos son los muebles de diseño que tal vez llevaríamos a casa:

Por ser aptas a distintos ambientes, más clásicos o más contemporáneos, y porque nos gusta el aire de sencillez que ofrece la madera –haya, nogal o roble– y la cuerda natural del asiento, seguramente optaríamos por las Wishbone como sillas de comedor. Las creó a finales de los años cuarenta el danés Hans J. Wegner, que antes de diseñador y arquitecto fue ebanista, y al parecer se inspiró en su realización en las sillas de la dinastía Ming sobre las que se sentaban acaudalados daneses para ser retratados. Seguramente conoces muchas imitaciones en diversas firmas; las originales se distinguen por su número de serie con el sello de Carl Hansen

& Søn, que las elabora artesanalmente desde los cincuenta.

Como sofá y buen aliado decorativo de las Wishbone, elegiríamos un Chéster atemporal y acogedor, en su versión clásica, marrón y con su tapizado capitoné. Y sin cojines, porque habla por sí solo. Su nombre procede del Conde de Chesterfield Phillip Dornor Stanhope, que según parece encargó a un ebanista un sillón duro y robusto en el que

su personal de servicio pudiera sentarse con la espalda recta.

Frente a él, optamos como aparador por un Casier Standard apto para guardar un buen número de películas en DVD o libros en sus estantes y cajones (es un mueble modular, así que podemos decidir su tamaño). Tras este diseño están Le Corbusier, su primo y colaborador Pierre Jeanneret y Charlotte Perriand, que lo adaptó a mediados de los ochenta. El original se presentó en el Pabellón de l'Esprit Nouveau -Europa 1925-.



Asómate al mundo de la madera



Bethany Community Church, Seattle, WA

Fotografía: Lara Swimmer

American Softwoods proporciona gratuitamente información técnica sobre las maderas de coníferas de los Estados Unidos y sus diferentes aplicaciones en la industria de la construcción, para arquitectos, constructores, distribuidores, detallistas y fabricantes de muebles.



**AMERICAN
SOFTWOODS**

TEL: (55) 2623-1833 FAX: (55) 2623-1834
www.americansoftwoodsmexico.com

Foto cortesía: Despacho de Arquitectos The Miller Hull Partnership, LLP

Pensando en una butaca cómoda para un rincón de lectura en el que pasar varias horas sin movernos, nos decantaríamos por la Tudor de la firma Kare. Está disponible en piel de color rojo, pero (aunque de sarpullido pensarlo con estas temperaturas) nos quedaríamos con la de terciopelo azul. Acompañada de un reposapiés, puede ser también el lugar de nuestras siestas gracias a sus orejas y reposabrazos generosos.

La Tudor bien podríamos situarla junto a un par, o dos pares, de librerías Nuvola Rossa, porque hemos quedado en que no tenemos problemas de dinero ni de espacio y no nos gusta colocar los libros unos encima de otros. Después de ellas hemos visto muchas opciones de estanterías que evocan escaleras, pero estas quizá fueran las primeras: el diseño es de Vico Magistretti,



de 1977, y nos gusta por su dinamismo y ligereza, al tener la trasera de las baldas abierta. Además es muy práctica porque cuatro de sus baldas centrales son extraíbles.



Tenemos querencia también por la lámpara Arco, que seguramente habéis visto en muchas revistas de decoración (últimamente menos). La idea de crear esta lámpara que puede proporcionarnos luz directa siendo colgante y, a la vez, sin estar suspendida del techo, fue del italiano Achille Castiglione, que optó por el mármol de Carrara como material de su base y cuentan que se inspiró en las farolas de las calles tal como eran en los años cincuenta. Puede ser la reina de vuestro

salón, como esa invitada o invitado elegante que va de negro y no dice nada, pero solo con estar marca la diferencia.

Siguiendo con las líneas sencillas y volviendo a hablar de Charlotte Perriand, nos gusta esta cama en madera que diseñó hacia 1956-1969 y en el dormitorio la haríamos acompañar de la cómoda ultrafuncional de Eileen Gray Cabinet (1926).





COMERCIAL DE INSUMOS

PARA LA INDUSTRIA DEL MUEBLE, S.A. DE C.V.

TIENDA DEL TAPICERO Todo para el Fabricante Mueblero
Telas, hule espuma, vinil, herrajes, grapas, resortes, etc.
Amplio catálogo en TELAS y CONSUMIBLES
¡ Nos esmeramos en la atención personalizada !



AV. TONALA # 3107 COL. REY XOLOTL, TONALA, JALISCO, Tel (33) 3683 8244 y 3334 5880
comercial_clim@hotmail.com, tiendadeltapicero@hotmail.com, www.tiendadeltapicero.com.mx
Guadalajara: Península # 2904, Col. Santa Eduwiges, Tel 1593 2058, tiendatap_delsur@hotmail.com
Ocotlán: Efraín González Luna # 196 C, Tel 01 392 1141 212, tiendatap_ocotlan@hotmail.com
Zapopan: Av. Experiencia # 279, Colonia El Batán, TEL: 24100997, tdtzapopan@hotmail.com

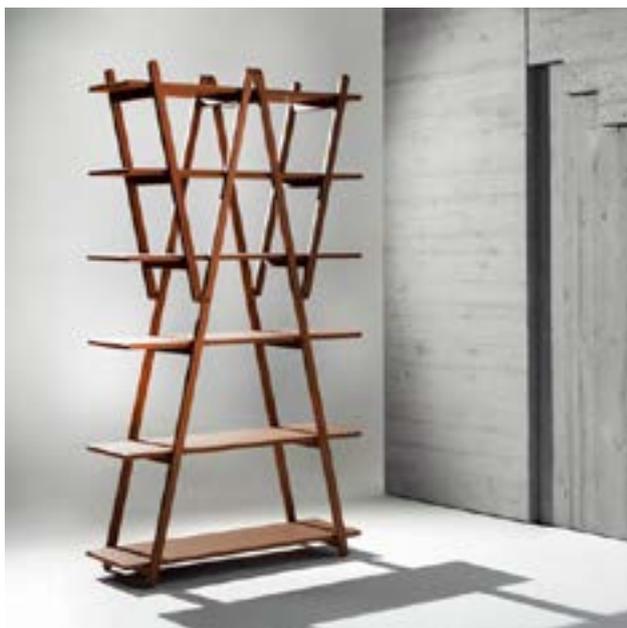


Apto para el baño, pero también para cualquier estancia de la casa, es el espejo circular Adnet, del que también últimamente proliferan las copias en las tiendas de decoración asequibles. El original lo ideó el diseñador francés apellidado así para la casa Hermés, y en lugar de la cuerda de la que cuelgan hoy sus herederos estaba suspendido con resistente cuero. La réplica más fiel (también en piel y con el nombre de su autor) la realiza la firma Gubi.

¿A qué muebles darías la bienvenida en tu catálogo si el dinero y el espacio no fueran una limitación?

Mas de Arte

Entramos en el baño. No sabemos si a ustedes les ocurre, pero por muy funcionales que sean las duchas con baldosas o azulejos que nos hagan pensar en un spa, hemos soñado más de una vez con una bañera exenta de cuyo grifo, además de agua, saliera un buen hilo musical. Comenzaron a realizarse en el s XIX, después pasaron de moda y ahora han vuelto a los baños, e incluso a los dormitorios, de quien tiene espacio para permitírselas.



Aunque existen modelos muy actuales, preferimos las de estilo retro, de porcelana esmaltada y con patas torneadas, quizá no con patas de animales, pero sí con formas vegetales o volutas. Un suelo hidráulico bien elegido o papel pintado atractivo serían, a lo mejor, su compañero perfecto..



oimsa

Operadora de la Industria del Mueble S.A.



Soluciones innovadoras para fabricantes de muebles



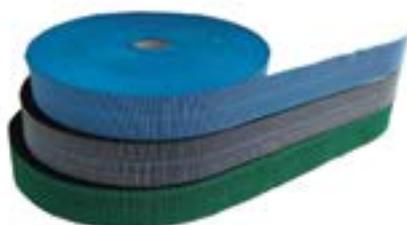
RECLINABLES



SOFÁ CAMA



RESISTOL



BANDA ELÁSTICA



MECANISMOS
DE MOVIMIENTO



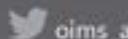
PATAS DE MADERA,
CROMADAS Y DE PLÁSTICO



RESORTE



HERRAMIENTAS
SENCO



www.oimsa.com

Guadalajara, Jalisco

Tel. (33) 38120756

y (33) 38108511

ventas@oimsa.com

Ciudad de México

Tel. (55) 50253083

y (55) 53585888

ventasmex@oimsa.com

Puebla

Cel. (222) 7661806

ventasmex@oimsa.com

Torreón

Tel. (871) 7505542

ventastorreon@oimsa.com

Monterrey

Tel. (81) 11064519

ventas@oimsa.com

Grupo IKEA presenta año 2016 de sólido crecimiento

En camino de convertirse en el principal minorista multicanal de muebles para el hogar del mundo.

En el año fiscal 2016, finalizado el 31 de agosto pasado, las ventas del Grupo IKEA han ascendido a un total de 34 mil 200 millones Euros (USD 37 mil 600 millones), lo que supone un aumento del 7,1% ante el ejercicio anterior y un 4,8% en ventas a tiendas comparables.

“Este ha sido de nuevo un gran año para el Grupo IKEA, en el que hemos recibido 783 millones de visitas en nuestras tiendas.

Queremos seguir ofreciendo a nuestros clientes productos de buena calidad y hogares inspiradores. El año pasado centramos la atención en la temática: ‘Alrededor de la mesa’, que cubre las áreas de cocinas, menaje y alimentación, y ha sido un gran éxito, muy apreciado por nuestros clientes”, dijo Peter Agnefjäll, presidente y director general del Grupo IKEA.

Durante el ejercicio 2016 IKEA inauguró 12 nuevas tiendas y 19 puntos de entrega de mercancía. China continúa siendo el mercado del Grupo IKEA que más rápidamente ha crecido junto con Australia, Canadá y Polonia. Alemania mantiene su posición de mayor mercado, seguido de cerca por Estados Unidos, que vuelve a tener un crecimiento récord este año.

Por otro lado, se mantienen los objetivos de expansión y los planes de abrir las primeras tiendas en India y Serbia durante el próximo año.

En un viaje para convertirse en líder en ventas de equipamiento multicanal para el hogar del mundo, el Grupo IKEA se está centrando más en la integración de comercio físico y digital para permitir a los clientes realizar sus compras de una manera que se adapte a sus necesidades. Además, el Grupo IKEA abrió 12



nuevas tiendas y 19 puntos de centros de entrega y pedidos durante el año pasado, un esfuerzo que será apoyado por la evolución de una red de distribución flexible, lo que garantiza la accesibilidad y comodidad para los clientes.

“El próximo año seguiremos esforzándonos para ofrecer a nuestros visitantes experiencias únicas en IKEA a través de todos nuestros canales. Este esfuerzo solo será posible gracias al compromiso de nuestros empleados que, este año, como es habitual, han vuelto a realizar un estupendo trabajo”, concluye Peter Agnefjäll.

Actualmente el Grupo IKEA está formado por 315 tiendas y 22 puntos de entrega de mercancía en 28 países. Fundada en 1943 en Suecia, al cierre del último ejercicio, el Grupo IKEA tenía una plantilla de 135.000 colaboradores y recibió 783 millones de visitantes en las tiendas y 2.100 millones de visitantes a la web <http://www.ikea.com>

El resumen anual del Grupo IKEA, lo que da una relación completa de los resultados del ejercicio, así como el Informe de Sostenibilidad del Grupo IKEA, será publicado en diciembre de 2016.

El ejercicio 2016 abarca el período del 1 de septiembre de 2015 a 31 de agosto de 2016.

Fuente: Ikea

EH

CORTINEROS



NUEVO



ITALHOME

- Jaladeras
- Botones
- Chapetones
- Jaladera tubular de Acero
- Jaladera de Aluminio
- Cortineros
- Patas para Muebles



FINCSA

Fundición Inyectada del Centro S.A. de C.V.

www.fininsa.com



*Prestige
Hardware*



4 Consejos del fundador de Ikea para Emprender y Triunfar

Ingvar Kamprad es el fundador de la tienda sueca Ikea, y contrario a lo que se pueda imaginar de su vida él es uno de los hombres más ricos, pero más tacaños del mundo. El sueco no tiene una enorme mansión, vive en un modesto departamento de su país, prefiere viajar en clase económica en vez de gastar en un ticket de ejecutivo o de comprar y mantener su propio jet privado.

El fundador de la compañía sueca, dedicada a la construcción de muebles de alta calidad a bajos precios, ha sido por años un caso de estudio, sobre todo para los emprendedores. Porque a pesar de su éxito empresarial se mantiene fiel a su filosofía: "No necesitamos autos resplandecientes o grandes símbolos de estatus, lo único que nos hace falta es: nuestra fuerza y voluntad".

Estas son cuatro lecciones que ha dejado el millonario sueco a lo largo de su trayectoria empresarial:

1. Cuidar el dinero con un fin. Kamprad condujo por años un Volvo modelo 1993, a pesar de tener dinero para cambiarlo cada año. Su objetivo fue invertir el dinero en hacer crecer su empresa.

2. Enfocarse sin obsesionarse. Toda la energía debe concentrarse en el ideal, pero una vez conseguido el objetivo debe de evolucionar. En el caso de Ingvar Kamprad, Ikea pasó de las ventas por catálogo a tiendas donde los clientes podían apreciar los muebles.

3. Defender la idea. Por más extraña que pueda parecer la idea de negocio es importante estar convencidos que con ella se cambiará al mundo, no se debe dejar ir.

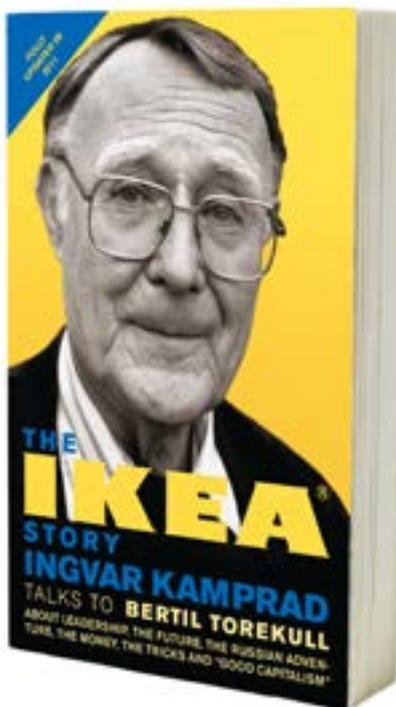
4. Aprender de los errores. Toda persona que emprenda un nuevo proyecto está propensa a equivocarse. Los que no cometen errores son aquellos que no hacen nada. Aprender de los fiascos de la vida, y de los negocios es parte del crecimiento y del éxito. "Solo aquellos que están dormidos no se equivocan", dijo Kamprad. Evaluar los fracasos es esencial para encontrar nuevas formas de mejorar cada proyecto.

Ikea fue fundada por Ingvar Kamprad con la idea de vender productos que cubrieran diversas necesidades: plumas, billeteras, y más objetos por correo y a precios accesibles.

En 1947, Kamprad se concentró en los muebles y creó su primer catálogo. Su negocio fue en ascenso al igual que su fortuna. La evolución de Ikea llegó cuando pasó del papel a tiendas donde ver y adquirir los productos.

Forbes calculó la fortuna de Kamprad en 65,000 millones de euros (en 2006).

Llegó a ocupar el cuarto puesto entre los hombres más ricos del mundo, pero ha desaparecido de la lista y sus hijos solo figuran en el lugar 1,694. El imperio del empresario no se ha esfumado, más bien su economía no es tan clara debido al entramado financiero que construyó con su familia y la fundación Interogo, creada a finales de los años 80.





SISTEMA CERTIFICADO EN ISO 9001-2008



Herrajes y Materiales

Calle 7 (Lopez de Legazpi) No.1006
Zona Industrial, Guadalajara, Jal.
Teléfonos: 3162-0779 con 10 líneas
ventas@herrajesymateriales.com.mx
www.herrajesymateriales.com.mx



Impresión 3D

Daríá fruta de madera ?

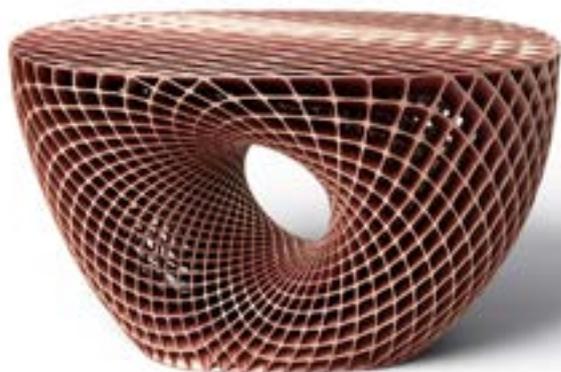
Un nuevo proyecto tiene como objetivo establecer un consorcio para el desarrollo de materiales integrados, conceptos de producción para la fabricación de aditivos a gran escala de estructuras avanzadas en 3-D a base de madera

Un proyecto de investigación en 3-D de impresión de muebles y componentes de madera está en marcha en Europa. Lanzada por Vinnova, una agencia gubernamental sueca encargada del desarrollo de nuevos productos forestales de alto valor, el proyecto de impresión de madera 3-D está siendo gestionado por Innventia, una organización de investigación con sede en Estocolmo, bajo una iniciativa llamada "Sería Madera".

El proyecto propone la creación de un consorcio para el desarrollo de conceptos materiales y de producción integrada para la fabricación de aditivos a gran escala de estructuras avanzadas en 3-D a base de madera.

El objetivo, según Innventia, es mobiliario y elementos estructurales y, en el largo plazo, el soporte a proyectos de construcción a gran escala para las ciudades sostenibles del futuro. "Sería Madera" es uno de los 31 nuevos proyectos que están siendo financiados por el gobierno, y se originó en una aplicación propuesta de tres jóvenes arquitectos y se compone de un grupo interdisciplinario de empresas, universidades, estudiantes, diseñadores y arquitectos.

La White architectural practice, KTH School of Architecture y la Mechatronics Group at Machine Design, KTH, así como Innventia, son algunos de los nombres detrás de la iniciativa. El proyecto está siendo movido y coordinado por Innventia, que también ha desarrollado materiales a base de madera incluída la fibra de carbono y materiales de Nanocelulosa y tiene como objetivo desarrollar materiales sostenibles del futuro. El objetivo



principal es empezar por el desarrollo de nuevas tecnologías de impresión 3D y materiales a base de madera, capaces de fabricar y elementos estructurales a pequeña escala.

Sin embargo, se imaginan objetivos a largo plazo que incluirán la ampliación de sus investigaciones para producir impresas en 3D estructuras de madera de mediana y gran escala y proyectos de construcción que se pueden utilizar para hacer las ciudades del futuro más sostenible y respetuoso del medio ambiente.

Los nuevos materiales, otro objetivo del proyecto, es desarrollar maneras de que los materiales de impresión 3D pueden ser producidos localmente en lugar de importados y no requeriría grandes existencias de materiales para ser almacenados. Esto reducirá los residuos mediante la eliminación de la necesidad de producir materiales a tasas elevadas, lo que también podría reducir el impacto sobre el medio ambiente.

También permite a los clientes locales asegurarse de que los materiales son de alta calidad y se fabrican en instalaciones con excelentes condiciones de trabajo. Los nuevos materiales no se pueden desarrollar de forma óptima si tienen que ser adaptadas a los procesos de



fabricación actuales; es por ello que es importante que la producción de los nuevos materiales innovadores se organicen en estrecha cooperación con el desarrollo de nuevos procesos de fabricación.

La producción de materiales a nivel local, generar un orden sin grandes existencias, no generar desechos o intermediarios y así garantizar la calidad y buenas condiciones de trabajo es también un factor clave en el desarrollo de la impresión en 3D. El proyecto también incluye un material a base de madera innovadora para la impresión en 3D y su técnica de fabricación.

El desafío está en la modernización de la técnica de producción actual de productos de madera, lo que le permite ser adaptado para la impresión 3D. "Sería Madera" cubre el desarrollo de materiales, la robótica y los procesos de fabricación, así como herramientas de diseño para el desarrollo de materiales compuestos a base de madera sostenibles que son adecuados para el medio ambiente y 3D a gran escala de impresión.

El objetivo final es cambiar radicalmente la forma en que cualquier cosa - los muebles, accesorios y elementos estructurales hasta edificios enteros - se produce. De esta manera, la idea es sentar las bases para una nueva cadena de productos y servicios basados en madera impresa en 3D.

Futurólogos expertos en tintas creen que la impresión 3D señala el comienzo de una tercera revolución industrial, sucesores del éxito de la línea de ensamble de producción, que dominó la fabricación de finales del siglo 19.

Usando el poder de la Internet, puede llegar a ser posible enviar un anteproyecto de cualquier producto a cualquier lugar en el mundo para ser replicado por una impresora 3D con "tintas elementales" capaces de ser combinados en cualquier sustancia material de cualquier forma deseada.

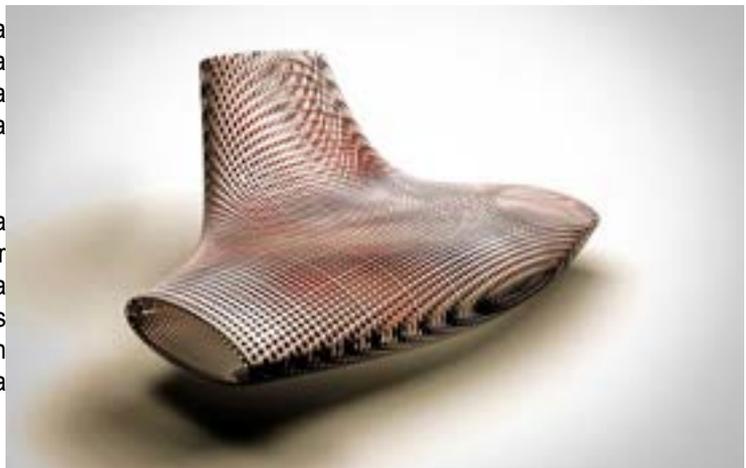
La industria se encuentra todavía en una etapa incipiente, pero, como muchos científicos están de acuerdo, esta "Tecnología del Futuro" tiene un alcance sin fin para su aplicación en casi todos los ámbitos de la existencia humana, incluyendo la replicación de los órganos humanos. Los científicos que trabajan en el proyecto están convencidos de que esta tecnología eventualmente cambiará la manera en que vemos los papeles pintados de la sostenibilidad, incluyendo la calidad de vida, el medio ambiente, logística, estrategias de materiales, energía y transporte y ver en el impreso de madera en 3D como un material innovador, sostenible y evidente en la economía de base biológica del futuro.

Al trabajar a través de fronteras de la industria en el diseño y la arquitectura, la robótica y la mecatrónica y la ingeniería de materiales, la psicología de la percepción y de la industria forestal, este proyecto va a generar la interacción interdisciplinaria y el intercambio de conocimientos, experiencias e ideas. "Sería de Madera" también va a colaborar con otras iniciativas que se están buscando en otros procesos de fabricación.

¿Cuál es la impresión en 3D?

La impresión en 3D, también conocido como aditivo de fabricación, se refiere a un proceso para la fabricación de un objeto físico de un modelo digital tridimensional, típicamente por el que se establecen muchas capas finas sucesivas de un material. Estas capas de material se forman bajo control por ordenador para crear un objeto. Los objetos pueden ser de casi cualquier forma o geometría y están producidos a partir de un modelo 3D o de otra fuente de datos electrónicos. Una impresora 3D es un tipo de robot industrial.

-Courtesy: 3dprint.com y Confederación de Industriales de la Madera - Madera Noticias India: FSM miembros.



1ª Expo Mueble en Panamá con participación mexicana



El Tratado de Libre Comercio entre México y Panamá, entró en vigor el 1 de julio del 2015, ya transcurrió más de un año y la oportunidad para la industria del mueble en México sigue latente en el mercado de país centroamericano.

Razón para traer a usted la información de la primera versión de Expo Muebles: Hogar y Oficina que se llevó a cabo en Panamá, vitrina que permitirá promover la industria del mueble y la decoración de interiores en la región, y con ello el empleo y la economía del país, señalaron los organizadores durante la inauguración del evento acontecido del 23 al 25 de septiembre 2016.

Más de 30 empresas expositoras de México, Brasil, Panamá e Italia apostaron a invertir en promedio USD \$ 1365 dólares por un espacio de 9 metros cuadrados en el Centro de Exposiciones de Atlapa en la ciudad de Panamá.

‘Expo Muebles, sin duda alguna, será la mejor y más grande exposición de muebles, accesorios y decoración, además, la plataforma de negocios por excelencia para la industria del mueble y la decoración en Panamá’, expresó el presidente de la Cámara de Comercio e Industrias y Agricultura de Panamá (CCIAP), Jorge Icaza García.

La Asociación Nacional de Mueblerías e Instituciones de Crédito ((ANAMIC) aglutina a unos 150 asociados a nivel nacional, los cuales ofrecen entre 2,500 y 3,000 empleos directos; y entre 6,000 o 7,000 empleos indirectos, según el presidente del gremio Modesto González.

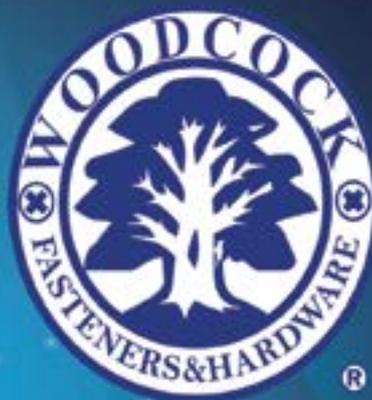
La demanda laboral y la economía crecerán en la medida en que las industrias crezcan, indicó.

En cuanto a cómo considera en la actualidad el negocio del mueble en Panamá, González señaló que ‘el negocio no está como nosotros quisiéramos’, sin embargo, con esta exposición se espera ‘impulsar la industria este sector importante para la economía’.

Expo Mueble Panamá fue dirigida al sector de la industria del mueble y la decoración, tanto a nivel nacional como internacional como ventana ideal para



Hetii®



Tornillos | Correderas | Bisagras | Conectores | Insertos y más...



CONOCE MAS DE NUESTRAS MARCAS EXCLUSIVAS.

www.hetii.com.mx

! SOMOS IMPORTADORES !

ventas@hetii.com.mx

Tel.- (871) 1 69 26 36



que fabricantes y comerciantes pudieran promocionar y vender sus productos directamente a distribuidores, mueblerías y público general.

Al respecto, Fernando Arango Morrice, presidente de la Exposiciones y Eventos de la CCIAP, agregó que 'con esta feria esperamos que la industria del mueble mejore. Confiamos que la feria que impulsará la economía de la región'. 'La feria se hizo con el objetivo de ofrecerle un espacio a la industria del mueble para exponer sus productos', sostuvo.

Muebles para el hogar y oficina, muebles de exterior, iluminación, artículos de decoración, electrodomésticos, artículos para el hogar, son algunos de los productos que exhiben distribuidores y comerciantes de reconocidas marcas, en Atlapa hasta hoy. 'Este año en sinergia entre ambos gremios empresariales, buscamos



promocionar los productos de este rubro ante los clientes potenciales, así como diseñadores y desarrolladores de proyectos, porque este sector es un mercado con grandes posibilidades de inversión', manifestó García Icaza.

Roosevelt Thayer, presidente de la exposición, destacó que este evento está dirigido a la industria del mueble y la decoración, tanto a nivel nacional como internacional.

Para esta primera versión se cuenta con la participación de treinta empresas procedentes de México, Italia y Panamá, que le ofrecen la oportunidad al cliente de mirar, tocar, comparar, comprar (al contado o al crédito) y hacer negocios de todo tipo de muebles para el hogar y la oficina, así como también de decoración de interiores.

El 50% de los muebles que se exhiben son netamente panameños.

'En nuestra región, los consumidores tienden a movilizarse para visitar diferentes tiendas en busca del mobiliario perfecto para sus hogares y oficinas. Por esta razón, creamos esta exposición, donde visitantes y compradores encontrarán decenas de empresas y profesionales del diseño y la decoración, procedentes de más de 5 países, todas bajo un mismo techo', sostuvo Thayer.

El acto inaugural de feria también asistió Néstor González, viceministro de Comercio exterior, entre otras figuras del sector.

Fuente: Cámara de Comercio de Panamá
<http://www.expomueble.org/>



PEGAMENTOS

PARA LA
**INDUSTRIA
DEL MUEBLE**



PEGAMENTOS PARA
ENSAMBLE



PEGAMENTOS PARA
**LAMINADO
Y ENCHAPADO**



PEGAMENTOS
EN PASTA



PEGAMENTOS DE CONTACTO PARA
**TAPICERÍA Y
LAMINADO**

30
AÑOS

**CREANDO UNIONES
DURADERAS**

FORMULAMOS ADHESIVOS ESPECIALIZADOS
SEGÚN SUS NECESIDADES.



Distribución al
interior de la
República

Km.16.5 antigua carretera a
Tecate #1520 Los Venados,
Tijuana B.C 22123

(664) 689 5157 / 58

ventas@pegamentosppi.com

PEGAMENTOSPPI.COM

Feria IWF 2016 mostró crecimiento de doble dígito



La Feria Internacional del Trabajo de la Madera IWF (International Woodworking Fair) informó que los registros para la edición 2016 en Atlanta fueron a un ritmo del 30 por ciento mayor que en 2014. La exposición agotó su área de exhibición y al final con una lista de espera de expositores que buscaron de última hora un espacio.

IWF 2016 se llevó a cabo del 24 al 27 de agosto de, 2016 en el Georgia World Congress Center en Atlanta, contó con sus dos pabellones principales A y B y lució como en sus mejores tiempos previo a la crisis del 2008, apuntándose un éxito doble para expositores y visitantes.



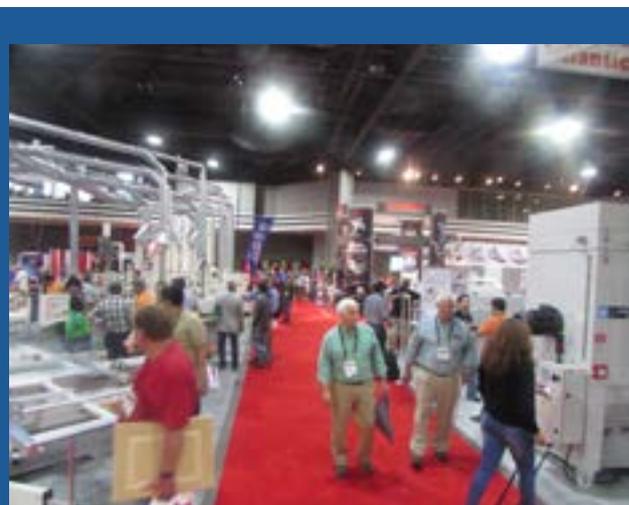
IWF 
ATLANTA
AGOSTO 22 - 25, 2018

El organizador de la Feria Internacional de Trabajo de la madera (IWF) en Atlanta, Georgia, informó que asistieron más de 16 mil visitantes en el año 2016 en comparación con las 14 mil 400 en 2014.

Esto fue una combinación con un crecimiento de dos dígitos en la asistencia, área de exposición y el número de expositores, agregó.

Más de 90 países, incluyendo la vecina Canadá, y 49 estados de Estados Unidos, se registraron en la IWF 2016 en agosto.

Además la serie de conferencias educativas fue la más grande jamás celebrada en la IWF con más de 50 ponencias.



La mayor feria de tecnología de la madera en América del Norte se lleva a cabo cada dos años en el Georgia World Congress Center en Atlanta, Georgia, y actualmente se encuentra entre las más grandes muestras comerciales en el mundo.

Reconocido en todo el mundo como el evento por excelencia para la introducción y venta de equipos de fabricación de muebles, materiales de construcción y tecnología nueva e innovadora, la IWF atrae a visitantes de todos los niveles de la industria.

La edición de este año de la International Woodworking Fair en Atlanta desde su inicio tuvo un buen comienzo y fue un augurio de los buenos resultados obtenidos en general para todos los participantes.

Los expositores y visitantes estaban buscando un evento fuerte “, dijo Jim Wulfekuhle, vicepresidente de ventas y marketing de la IWF.



“Y estábamos seguros de que podríamos ofrecerlo que con más de 900 expositores y un aumento del 13% del espacio de exposición en relación a la última edición en 2014.”

La Feria Internacional de Trabajo de la madera (IWF), se ejecutó desde el día 24 de agosto 20-23 en su apertura con una nutrida asistencia, indicación que sería un buen evento para la industria.

Wulfekuhle comentó que el aumento del 23 por ciento en el número de expositores hizo que la muestra fuera aún más variada este año, lo que permitió ofrece variedad para cada uno de los bolsillos.

“Tenemos visitantes de más de 90 países y todos los 50 estados de la Unión Americana y más de 500 canadienses se pre-registraron para la exposición.”

Además asistieron alrededor de una docena de delegaciones comerciales que reservaron excursiones a la feria y los que están preseleccionados, los clientes serios que por lo general se traduce en buenas y sólidas oportunidades de negocio para los expositores.

IWF de Atlanta es la mayor exposición de la industria en los Estados Unidos y cuenta con máquinas que van desde la robótica, la manipulación de materiales avanzados CNC y de utillaje, así como lo último en equipos de acabado, hardware, pisos, recubrimientos, maderas, tableros, software y consumibles, y mucho, mucho más.



Varios expositores dijeron a los organizadores estar impresionados con el primer día de la exposición y tenían cosas buenas que decir de pasillos muy transitados, y ventas, los clientes de calidad listos para invertir en sus negocios de nuevo.

La bienal es patrocinada por la Woodworking Machinery Manufacturers of American and Woodworking Machinery Industry Association (Fabricantes de Maquinaria para la Madera y la Asociación Americana de la Industria de Maquinaria para la madera).

La edición 2018 ya tiene sus fechas definidas y se realizará del 22 al 25 de agosto 2018.

Fuente: IWF

Ver más en: www.iwfatlanta.com

Línea Standard
Modelo "ELITE"



Campanas para cocina
y Extractores para baño

*Decora espacios, define estilos,
prueba su potencia.*

FACEBOOK, TWITTER, BLOGSPOT, YOUTUBE, GOOGLE+, PINTEREST

Oriente 225 #167, Col. Agrícola Oriental, 08500, México, D.F.
5558.2241, 5763.3633, 01.800.704.8500, fax 55583849
info@sanaire.com www.sanaire.com ventas@sanaire.com

La victoria era de esperarse, la perfección; inesperada

FMC China 2016: un gran éxito !



Numeralia:

FMC 2016
8-11 Agosto
59 mil m2
620 expositores
36,590 visitantes

Durante los días del 8 al 11 de septiembre, 2016, el evento de 4 días y en su edición número 22, la feria para la fabricación de muebles y proveeduría de China (FMC China, 2016) patrocinado por Shanghai UBM Sinoexpo International Exhibition Co Ltd se acercó a su cierre perfecto en su recinto el Shanghai New International Expo Center.



FMC China, en sus 22 años de historia, ha probado glorias, atestiguó algunos altibajos, y siguió creciendo con la industria en conjunto.

FMC CHINA 2016 se llevó a cabo en el New International Expo Center, junto con la 22ª edición de la feria Furniture China (Muebles China) después de años de separación entre ambas ferias que llegaron a ocupar diferentes recintos y ahora de nuevo la maquinaria de carpintería, maquinaria tapicería, herrajes, maderas, partes para mueble de oficina (FMC) se conjugaron con cerca de 3.500 expositores, fabricantes de muebles (FC), realizando una conexión perfecta de la cadena industrial, y la satisfacción en los requerimientos y necesidades de los visitantes locales e internacionales.

La cifra casi alcanza los 120 mil visitantes y se detuvo para concluir en 119 mil 975 personas originarias de 158 países. Con ventajas industriales para el diseño en la industria de muebles, FMC presentó una fiesta industrial a los expositores y el público.

FMC Premium · La tendencia

La sección FMC Premium 2016 situado en el pabellón E7 con una propuesta de proveeduría de alto nivel, proporcionó materias primas de calidad para el fabricante global de muebles inteligentes.

FMC Premium proporcionó a los fabricantes de muebles materiales de calidad superior y partes, reunió a principales marcas y expositores de alta gama, expositores nacionales y extranjeros de primera categoría, y se vio impulsada por varios grupos o pabellones de empresas de un mismo país, como el caso de Estados Unidos, Canadá, Finlandia, República de Corea, Francia y Suecia, etc.

Además, 28 empresas madereras de Estados Unidos de Norte América organizaron un grupo para participar en la edición 2016, con el área de exhibición expandido en 15% en comparación con el año pasado.



Flamante FMC CHINA 2017 en curso

Con el desarrollo de los tiempos, el cambio de estilo de vida y el progreso en la conciencia de la gente, se afirman cada vez más altos requisitos de calidad de los muebles.

Cumpliendo con esta tendencia, la mejora de la producción y la fabricación de muebles en China será más que un objetivo, así como proporcionar a los muebles de la producción mundial de materias primas y partes cada más finas y avanzadas con el fin de desarrollar la calidad de los muebles.

Imagen de FMC China será totalmente actualizado!

El color del tema se cambiará del naranja al azul, y las exposiciones cubrirán la maquinaria para tapicería, telas y cuero, maderas y paneles, superficies decorativas, revestimiento / adhesivo, material de tapicería y componentes, pruebas de fabricación de muebles de diseño, etc.



La próxima edición acontecerá del 12 al 15 de septiembre, 2017, FMC CHINA 2017 se llevará a cabo en el Shanghai New International Expo Center, al mismo tiempo que la 23ª Furniture China y FMC Premium. Un nuevo FMC está esperando!

Ver más de esta exposición en: www.fmcchina.com.cn

Expo Furniture China recibió cerca de 120 mil visitantes

El 11 de septiembre de 2016 al cierre de su edición, el 22° Salón Internacional del Mueble de China (en forma abreviada: Furniture China)- FC y el recién lanzado Masion Shanghai, marcaron ambos el comienzo de una conclusión perfecta para su edición de 2016 en sus respectivas sedes, el Shanghai New International Expo Centre (SNIEC) y el Shanghai World Expo Exhibition & Convention Center (SWEECC).

La exposición de cuatro días -8 al 11 de septiembre 2016- atrajo a compradores y visitantes de más de 158 países y regiones de todo el mundo, recibiendo un total de 119,975 visitas a través de todas las exposiciones, hasta un +17,75% en comparación con las estadísticas del año pasado.

Hubo un aumento significativo en el número de asistencia de visitantes nacionales chinos que eran principalmente de las siguientes ciudades "Top 10" y provincia: Shanghai, Zhejiang, Jiangsu, Guangdong, Beijing, Shandong, Fujian, Anhui, Sichuan y Liaoning, que cubren el 90% del número total de visitantes internos.

Por desgracia, las visitas de compradores extranjeros decreció a 15 mil 077, un corte de -21,58% con respecto al año anterior. Por un lado, esto se debe principalmente a la Cumbre del G-20 celebrada en Hangzhou, que conduce a una aplicación más difícil para la visa de entrada por los visitantes extranjeros.



Por otra parte, esto es de común acuerdo con la situación de que la exportación de la industria de muebles de China para la primera mitad de este año fue en el canal de tendencia bajista (exportación de muebles chinos produjo un descenso -10,73% en el primer semestre de este año en comparación con el mismo período del año pasado).

Considerando que el entusiasmo estaba lejos de ser afectado, ya que la feria todavía está fuertemente reconocida por los compradores internacionales, expositores y diseñadores con comentarios positivos para reconocer a "Furniture China" como una de las plataformas más importantes del mundo para la industria del mueble.

Los visitantes extranjeros representaron el 10% de la asistencia total en esta edición 2016, encabezados por: Corea, Estados Unidos, Taiwán, Australia, Japón, India, Malasia, Hong Kong, Reino Unido y Tailandia que se convirtieron en las principales fuentes nacionales de la audiencia.

En 2016, "Furniture China" se destacó perfectamente de la competencia por una propuesta diferenciada ofrecida por palabras clave como "Premium", "Diseño" y "Estilo de vida", que también fue reconocido por los medios profesionales y expertos.



Especialistas han dicho que el diseño por parte de China ha mantenido lo sorprendente cada año, y que venir a Shanghai es una cita de cada año e incluso todos los años en el futuro, ya que nunca debe perderse tan gran evento de la industria del mueble.

Calidad del producto es el núcleo de la competitividad

Furniture China se mantiene fiel a su estilo y persiguiendo buena calidad y la competitividad como las bases más importantes.

El Salón W 7 presentó pabellones nacionales de Francia, Bélgica, Italia, Singapur, Indonesia, Malasia, Corea y entre otros, que abarcaron 236 marcas extranjeras en total de 26 países y regiones, acompañadas por marcas líderes nacionales de China.

Frente a la intensa competencia de mercado, el gran éxito innovador de esta feria del mueble con una historia de 22 años en Pudong generó grandes sorpresas para todos los compradores y visitantes del país y en el extranjero.

Una variedad de diseños de moda

El color era un punto de luz en la exposición de este año ya que muchas marcas líderes ahora aplican colores brillantes en sus nuevas exposiciones. Además, la aplicación de nuevos materiales en muebles era excepcionalmente increíble. Por otra parte, los Diseñadores de Diseño (en forma abreviada. DOD) en su quinto año atrajo a 167 Marcas de diseño / Casas de estudios, en un contraste obvio a menos de 120 marcas en 2015.

Una exposición para



mostrar diversa Estilos de vida

En este año en "Furniture China" los estilos de vida diferentes consiguieron una plataforma para mostrarse a sí mismos. En todos los salones se presentaron salas de marcas internacionales, salas clásicas y áreas de exposición del Departamento de Defensa del diseño, lo que permitió que cada marca demostrara su propio concepto de la vida.

Los diseñadores mezclaron los puntos de vista de la marca sobre la vida en sus productos y le mostraron a la gente de todos los ámbitos de la vida con una esperanza de buscar a alguien que comparta los mismos puntos de vista.

Desde la perspectiva del desarrollo de la industria de la casa, toda la industria se está moviendo a lo largo de la trayectoria de la fabricación de productos grandes de casa. Por ejemplo, algunas marcas que producen mesas, sillas o camas no sólo han atraído a más clientes mediante la venta de un par de mesas, sillas, camas y armarios, sino también crearon un hogar integrado que incluye sala de estar, sala de estudio, comedor y cuarto de la cama así como decoraciones y textiles, que aparentemente representa la dirección de transformación de cada marca.

Eso también se puede conocer en la obra de Dickson Muebles, ganador del premio 2016 del Comité Organizador de la "Idea de Oro" de muebles premiados por su diseño.

Fuente: Furniture China
www.furniture-china.cn



中国广州国际家具生产设备及配件展览会
China International Furniture Machinery & Furniture Raw Materials Fair (Guangzhou)



interzum guangzhou

*New Visions
for Living*

市场前景
纵览于此

Asia's Leading Furniture Production Fair

28 - 31 March 2017
China Import and Export Fair Complex

2017年3月28 - 31日
中国进出口商品交易会 展馆



Held concurrently with China International Furniture Fair
与中国广州国际家具博览会同期举办

- 140,000 m² exhibition space
- 1,200+ exhibitors
- 67,000+ visitors

International Hall

Koelnmesse Co., Ltd.

Ms. Karen Lee

Tel: +86-20-8755 2468 ext 12

Fax: +86-20-8755 2970

k.lee@koelnmesse.cn

Mr. Mattis Liang

Tel: +86-20-8755 2468 ext 15

Fax: +86-20-8755 2970

m.liang@koelnmesse.cn



2017

JANUARY

10 - 12

Cocina y Baño Expo
Orlando, Florida.
www.kbis.com

12 - 13

Expo Mueble Laguna 2017
Torreón, Coahuila
expo-mueble@hotmail.com

18 - 21

Magna Expo Mueblera
Expo Mobiliario
Expo Promueble
www.magnaexpomueblera.mx

16 - 22

Imm Cologne
Cologne, Germany
www.imm-cologne.com

22 - 26

Las Vegas Market
Las Vegas, Nevada
www.lasvegasmarket.com

FEBRUARY

13 - 18

Expo Ocotlán Mueblera
Ocotlán, Jalisco, México
www.afamo.com.mx

Interzum en Guangzhou 2017 sería con 1,200 expositores

Programado para llevarse a cabo del 28 al 31 de marzo de 2017 en el China Import and Export Fair (Pazhou Complex), la feria CIFM / Interzum Guangzhou, la cual se ha asociado con la prestigiosa Feria Internacional del Mueble de China (CIFF) durante años, es reconocida como la exposición más grande y la mayor presentación de maquinaria para trabajar la madera y proveería para la producción de muebles en Asia. Con una escala que abarca 140 mil metros cuadrados, se espera que el evento de cuatro días logre atraer a más de 1.200 expositores.

A finales de agosto 2016, más del 91% de los espacios de exhibición en los salones internacionales han sido reservadas. Los organizadores esperan un lleno completo cuatro meses por delante de inauguración - un fuerte indicador de una feria comercial comprobada.

Como punto de referencia para los eventos del mismo tipo en Asia, CIFM/ Interzum Guangzhou ha estado sirviendo como plataforma de encuentro de abastecimiento "ventanilla" a las demandas de cada segmento de mercado. También es una importante puerta de entrada para numerosas marcas internacionales para abrir los mercados de Asia y China.

Grandes nombres, nuevas adiciones a los pabellones nacionales

Con una zona internacional más amplia para el escaparate de la edición 2017, el número de pabellones nacionales se incrementará a 10, a partir de los siguientes países y organizaciones: Alemania, Italia, Turquía, Francia, Corea, Chile, los Estados Unidos, Canadá y Suecia madera.

Además de gigantes de la industria bien conocidos, numerosos innovadoras pequeñas y medianas empresas en el extranjero también participarán en la CIFM/ Interzum Guangzhou 2017 - el debut en China para un buen número de ellos. Con una impresionante variedad de expositores, la industria tendrá la oportunidad de experimentar la mayoría de los productos de vanguardia de la industria y la tecnología. Entre ellos, los expositores confirmados incluyen:

Maquinaria para el trabajo de la madera y herramientas; Maquinaria para tapizado y colchones; Material y equipo para tapizado y colchones; Herrajes, componentes y tornillería; Productos de madera y adhesivos; Materiales y equipo para el diseño de interiores.

El pre-registro online para el evento ya está disponible. Visitantes con un exitoso pre-registro podrán disfrutar de entrada libre y rápida, recibir un directorio de la exposición de forma gratuita y privilegios en el salón Piazza.

Para registrarse u obtener más información sobre el evento, visite:

www.interzum-guangzhou.com



28 29 30 31 MARCH, 2017
PAZHOU COMPLEX, GUANGZHOU,
CHINA.



23 MAGNA EXPOMUEBLERA

FERIA INTERNACIONAL DEL MUEBLE Y EQUIPAMIENTO
MÁS IMPORTANTE DE MÉXICO Y CENTROAMÉRICA

7 PABELLONES / 30,000MTS² / 400 EXPOSITORES / 20,000 VISITANTES

**EXPOMOBILIARIO
HOGAR Y DECORACIÓN**

**EXPOMOBILIARIO
DE OFICINA/ESCOLAR**

**EXPOMUEBLES
COCINAS INTEGRALES Y CLOSETS**

**EXPODECORACIÓN
Y ACCESORIOS**

**EXPOPROMUEBLE
Y TECNOLOGÍA**

**EXHIBICIÓN TEXTIL
Y TAPIZADOS**

**EXPOFORESTAL
Y SILVICULTURA**

**18-21
enero
2017**

Ciudad de México

Centro
Banamex

DE LA MANO CON
LA TECNOLOGÍA DEL FUTURO

FABRICA HOY CON LA TECNOLOGÍA DEL FUTURO



Deutsche Messe

International Fair International GmbH



Líderes mundiales en organización
de ferias internacionales Hannover, Alemania

stand@magnaexpomueblera.mx
www.magnaexpomueblera.mx



Río Nazas 143 primer piso
Col. Cuauhtémoc C.P.06500
Tels: (55) 5207 8780 / 7028 3336
7028 3337 / 7028 3338
01 800 0000 796

15 - 18

Expo Mueble Internacional Invierno 2017
Guadalajara, Jalisco. MEXICO
www.expomuebleinvierno.com.mx

28 - 31

Interzum - Guangzhou
Guangzhou, China
www.interzum-guangzhou.com/

MARCH

8 - 11

Malaysian International Furniture Fair
Kuala Lumpur, Malasia
www.miff.com.my

9 - 12

International Furniture Fair Singapore
IFFS 2017
Singapur
www.iffs.com.sg

28 - 31

Fimma Brasil 2017
Bento Goncalvez, RS. Brasil
www.fimma.com.br

APRIL

22 - 26

High Point Market
High Point, N.C.
www.highpointmarket.org

MAY

22 - 25

Expo Mueble BAJA CALIFORNIA
Rosarito, B.C..
www.expomueblebajacalifornia.com

Feria Hábitat en Valencia regresa a su mes tradicional, septiembre.

La cita del mueble, iluminación y decoración, Feria Habitat Valencia, regresa al segundo semestre del año para ajustarse a las necesidades de un sector en reactivación y que demanda una plataforma comercial nacional e internacional potente. Hábitat ya ha recabado el apoyo de firmas referentes que regresan a Valencia tras varias ediciones ausentes.

Feria Hábitat Valencia celebrará finalmente su próxima edición del 19 al 22 de septiembre de 2017 tras atender las peticiones de las empresas del sector y consensuar el calendario con las principales organizaciones empresariales.

El objetivo es ajustarse a las necesidades del propio sector del mueble, iluminación y decoración, que vuelven a crecer tanto en exportación como en el mercado doméstico y que reclaman un escaparate de negocio como Hábitat.

Hábitat, en este sentido, da respuesta a esta coyuntura con el firme propósito de ser útil al sector a través de su posicionamiento como plataforma para la internacionalización y el contract y con la incorporación del mercado nacional como eje destacado tanto para el visitante y como para el expositor.

Apoyo de las asociaciones del sector

El cambio ha recabado el apoyo de organismos referentes en el sector como la Asociación Nacional de Exportadores del Mueble de España (ANIEME) o la patronal del sector de iluminación, FEDAI. Sus respectivos presidentes han declarado que "la vuelta de Hábitat a septiembre supone el regreso a la fecha natural. Volver a los orígenes resulta positivo en el contexto actual del sector del mueble". Ambos empresarios admiten que "los sectores reclamaban un cambio de fechas a septiembre" y, en este sentido, "un numeroso grupo de fabricantes de muebles orientados tanto a la gran distribución como al canal minorista y colectividades reclamaban este cambio".

Firmas referentes se suman a Hábitat

La ubicación en septiembre también aumentará el dimensionamiento de Hábitat entre los compradores nacionales. Y con el anuncio de las nuevas fechas de Hábitat en septiembre, nuevos expositores se sumarán a las firmas líderes de segmentos como diseño, vanguardia, iluminación o alta decoración que ya han estado presentes en estos últimos años.

Fuente: Feria Valencia

www.feriahabitatvalencia.com



MARZO 8 - 11

PWTC & MECC
KUALA LUMPUR, MALAYSIA



LA FERIA DE COMERCIO NO.1 DEL MUEBLE EN EL SUDESTE ASIATICO PARA COMPRADORES DE TODO EL MUNDO



Mercados Emergentes

La puerta de entrada al Sudeste Asiático y más allá



Visibilidad Global



Diversidad de Compradores

140 países y regiones

Red de Contactos

Organizada por



UBM Malaysia
Tel: +603 2176 8788
Fax: +603 2164 8786
E-Mail: info@miff.com.my



www.miff.com.my



Mueble

14vo. Encuentro de Negocios

Laguna

2017

Las Vegas Market

Muebles | Decoración | Regalos



MAS GRANDE Y MEJOR, SOBREPASANDO TODA EXPECTATIVA

- Más de 3,100 marcas en todas las categorías
- La única feria en el oeste de los Estados Unidos que ofrece toda clase de mobiliario y artículos para el hogar
- Sede de la feria nacional del colchón
- Presentando el recién lanzamiento de varios pisos dedicados a muebles para exterior y casuales



DEL 22 AL 26 DE ENERO DEL 2017
EN LAS VEGAS MARKET

DEL 22 AL 25 DE ENERO DEL 2017
EN LOS PABELLONES DE LAS VEGAS MARKET

    #LVMkt

LasVegasMarket.com
International@LasVegasMarket.com



www.mueblesvenecia.com

Nizza