

MAGAZINE


REVISTA

PORTE

International Furniture Industry Magazine / Comunicación entre empresarios muebleros

23 Años de la entrega de Galardones Placencia
Cuál será el nuevo rumbo de Ikea

Las Vegas Market de Verano del 29 de julio al 2 agosto

Revista Porte 



FASTENER FAIR

MEXICO

JUNIO 20-21, 2018

EXPO GUADALAJARA

ENCUENTRA LA SOLUCIÓN IDEAL DE
FIJACIÓN INDUSTRIAL PARA TU NEGOCIO

Ya seas distribuidor o ingeniero mecánico, en Fastener Fair México encontrarás el producto perfecto para hacer crecer tu negocio. Conéctate con 150 expositores internacionales en el único evento especializado en fijación, sujeción y tornillería industrial en Latinoamérica.

¡REGÍSTRATE Y ASISTE!

WWW.FASTENERFAIR.COM/MEXICO

Evento para compradores especializados. Mayores de 18 años



**Duplicamos la vida de
sus herramientas de corte**

¡Llámenos
y mencionando este
anuncio le otorgaremos un
50% de descuento
en su primer afilado!

**Descubra como puede ahorrar
grandes cantidades de dinero
trabajando con la mejor tecnología
de afilado en el mercado.**

Gran durabilidad:

Logramos duplicar la vida de sus herramientas de corte gracias a nuestras máquinas de afilado CNC.

Gran productividad:

1. Las sierras pueden trabajar el doble de tiempo que una sierra convencional gracias a nuestro diseño con dientes de carburo de ultra micrograno.
2. Usted logrará cortar 5 veces más rápido y con un terminado perfecto en su ROUTER CNC utilizando nuestras novedosas herramientas helicoidales para CNC.

Gran flexibilidad:

Contamos con una amplia variedad de diseños para dar solución a la mayoría de sus necesidades.

Entrega Express:

Entregamos en toda la república:

- Máximo de 2 días en afilado de herramientas.
- 1 día en herramientas nuevas de nuestro stock.
- Contamos con un amplio surtido de herramientas.

Garantía:

En nuestros afilados ofrecemos la misma garantía de rendimiento que ofrece el fabricante en una herramienta nueva.

Tecnología de punta:

Representamos las mejores marcas de herramienta Alemana, Italiana, Española, Canadiense y Americana, permitiendo con ello traer tecnología de diferentes países para estar siempre a la vanguardia.



Sistemas Alemanes para Corte, S.A. de C.V.
Comisión Agraria #103, Col. Cuatro Arboles,
C.P. 15730, Deleg. Venustiano Carranza, México, D.F.
Tels.: (0155) 2598-2321, (0155) 2643-0327, (0155)2643-4655,
ventas@sistemasalemanes.com.mx www.sistemasalemanes.com.mx

175 Editorial

Comprometidos?

Compromiso de los fabricantes de muebles para tomar ventajas por todos los medios posibles y así promover y desarrollar la industria del mueble en México en los mercados globales. No es promover el sector en las limitadas regiones económicas de nuestro país, es pensar con aspiraciones mayores y contender por los mercados internacionales para generar más empleos y mejores remuneraciones laborales. En general, un mejor país por medio de la industria mueblera.

Países como Vietnam y Malasia, no tenían una industria mueblera próspera y tecnificada hace una década. Hoy, superan con notoriedad en la exportación de muebles a México y focalizan sus metas en el mercado de los Estados Unidos que debería ser un canal natural para nuestros fabricantes de muebles.

El objetivo de la exportación no se ha concebido como estratégico, incluso me atrevo a revelar, no es parte de las aspiraciones u objetivos como limitadas empresas familiares. Pero en el resumen final, la exportación es la solución a un desgastado y limitado mercado nacional.

Fallecer por inanición no es parte del ADN del empresario mexicano. Las oportunidades de exportar principalmente a Estados Unidos y Latinoamérica siguen latentes y los asiáticos lo saben y siguen tocando puertas; lo percibo con facilidad en las exposiciones que asisto en Malasia, Singapur y China.

En México seguimos pensando que la economía vivirá a corto plazo sus años dorados y que los compradores mayoristas terminarán valorando el esfuerzo de los fabricantes y en consecuencia se reconvertirá al mercado en uno de compradores de diseño y calidad, ya fue suficiente vivir un malogrado mercado de precios e inferiores calidades.



Francisco Barrera Del Real

TEXTILES PARA TAPICERÍA
TENDENCIAS EN INTERIORISMO = ACOPOL & SILVANA GALERÍA TEXTIL



MATRIZ, LEÓN
BLVD. J.J. TORRES LANDA #5312 PTE. COL. CAMPO VERDE
C.P. 37434
01 (477) 778 18 00
01 800 280 70 30

SUCURSAL LAS TROJES / LEÓN GTO.
BLVD. ANTONIO MADRAZO #217 COL. LAS TROJES
C.P. 37205
01 (477) 775 76 45 ó 776 07 41

CDI GUADALAJARA / AV. DEL BOSQUE #1189
PARQUE INDUSTRIAL DEL BOSQUE II
C.P. 45590
01 (33) 33 33 49 20

SUCURSAL GUADALAJARA, JALISCO
JUAN R. ZAVALA #584 Y #588 (CALLE 38) ENTRE PABLO VALDEZ Y
ESTEBAN ALATORRE.
COL. SAN JUAN BOSCO
C.P. 44730
01 (33) 36 18 31 05 / 36 18 31 06.

SUCURSAL OCOTLÁN, JALISCO
AV. 20 DE NOVIEMBRE #265 COL. MARÍA ESTHER ZUNO
C.P. 47800
01 (392) 118 09 09

SUCURSAL MÉXICO
ALUMINIO #245
COL. POPULAR RASTRO DELEGACIÓN VENUSTIANO CARRANZA
MÉXICO, DISTRITO FEDERAL
C.P. 15220
01 (55) 26 16 50 49

SUCURSAL TONALA
CARRETERA TONALA #474
COLONIA FRANCISCO VILLA
SECTOR REFORMA
C.P. 45402
01 (33) 37 92 60 64

SUCURSAL SAN FRANCISCO DEL RINCÓN
BLVD. AQUILES SERDÁN #803, COL. CUMAUHTÉMOC.
C.P. 36310, SAN FRANCISCO DEL RINCÓN, GUANAJUATO
01 (476) 743 3265

SILVANA SUCURSAL PROVIDENCIA
HERRERA Y CAIRO #2835,
LOCAL 1 A. FRACC. TERRANOVA.
C.P. 44689, GUADALAJARA, JAL.
01 (33) 3616 3139

PRESENCIA
DIRECTA

Síguenos en nuestras
Redes Sociales

f SILVANA Galería Textil

RIVIERA MAYA / CANCÚN
(998) 321 9385
dplascencia@silvana.mx

SAN LUIS POTOSÍ
(333) 442 3052
agalina@acopol.com.mx

PUERTO VALLARTA
(331) 893 6200
mcaifere@silvana.mx

CHIHUAHUA
(392) 129 0333
jmoreno@acopol.com.mx

LOS CABOS
(331) 893 6200
mcaifere@silvana.mx

www.acopol.com.mx
www.silvana.mx

MONTERREY
(826) 103 0154
gbenitez@acopol.com.mx

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



Portada: Bretz en IMM Cologne 2018



8 6 excelentes formas de promocionar TU MUEBLERIA

11 Mercado internacional pretende clúster mueblero de BC

12 Capacitarán a empleados de 134 fábricas muebleras en Jalisco

13 Coppel entra a la carrera por el ecommerce

14 Crecen empleo y exportaciones muebleras en 2017

16 Servicios financieros de Amazon debutan en México

18 Careintra expandirá proveeduría de fijación y sijeción con Fastener Fair

20 Homologa Afamo precios en exposiciones; instala cabina fotográfica para socios

22 23 Años cumple la entrega del Galardón Placencia

26 La mueblería K2 está de vuelta y va por 15 sucursales

27 Famsa, con buenas noticias al cierre de 2017

28 Relevante participación de Requeiz en Expo Mueble Internacional 2018

32 ¿Por qué USA es un objetivo para exportar muebles?

34 15 Años cumplió Expo Mueble Laguna, El Encuentro de Negocios

36 Reúne Colchones Wendy a los más destacados empresarios del ramo

40 Muere fundador de Ikea. ¿Cuál será el nuevo rumbo?

46 Muebles y madera entre las industrias que ya deben aplicar la robótica

50 Suma 43 ediciones Expo Ocotlán Mueblera

54 Expo Mueble Internacional

60 Preparan 2ª. Expo Mueble en Panamá

61 Xylexpo, la feria italiana para maquinaria e insumos para muebles



Tel (33) 3683 8244 y 3334 5880
comercial_ciim@hotmail.com

6 excelentes formas de promocionar TU MUEBLERIA

¿Qué tiene tu marca que todos los demás no tienen?

Periódicamente el miedo parece apoderarse de la industria del mueble. Hace algunas décadas era la desaparición de algunas mueblerías importantes solo hasta ese momento... hace una década eran los puntos com. Hoy son las tiendas de fábrica y mercancía china. Muchos minoristas de muebles fuertes están congelados como un ciervo iluminado por los faros de un auto. ¿Cuál es la solución a la amenaza percibida? La solución es volver a la salsa secreta que hizo especial a su tienda en primer lugar. Aquí hay 6 maneras de ayudarlo a descongelar la creatividad que lo ayudará a sobrevivir y florecer como nunca antes.

1 Revisa la "salsa secreta que hace que tu tienda sea única". Tengo la oportunidad de hablar con un gran número de empresarios de muebles. En el transcurso de muchos años, varios de estos han venido y se han ido. En casi todos los casos en los que el negocio de un profesional de muebles experimentado comienza a deslizarse, es porque él o ella han perdido "el ojo del tigre". Primero se olvidaron de lo que los atrapó y comienzan a comprometerse y tomar atajos. En la atmósfera actual de la industria del mueble, puede ser útil repensar la necesidad de innovación. No en el sentido de que necesitas un nuevo truco. Puede ser que hayas logrado redefinir e impulsar algunos de los factores únicos que atrajeron a las personas a tu tienda cuando iniciaste tu negocio por primera vez.

Sé que hay realidades que hacen cada vez más difícil hacer negocios. Los medios aéreos están terriblemente fragmentados y son costosos. Los periódicos siguen siendo el mejor medio no intrusivo disponible. Pero los periódicos cobran cada vez más por el espacio y ofrecen cada vez menos servicio. Es muy difícil conseguir personas capacitadas en el arte de la persuasión. Se está volviendo muy costoso y difícil enviar su mensaje a los clientes.

La solución es mejorar, ser más eficaz y dramático en sus mensajes de publicidad espacial más pequeños. Deje de usar el espacio del periódico como lo haría con una valla publicitaria. Deje de usar mensajes que den a sus clientes la impresión de que la única razón para comprarle es que usted tampoco ofrece "ningún interés durante cuatro años".

Volvamos al tema original de este artículo. Revise su salsa secreta y revísela cuidadosamente. ¿Qué ingredientes están siendo descuidados ahora? Recuerde, su liderazgo es lo único que mantendrá su salsa secreta sabrosa, vívida y viva.

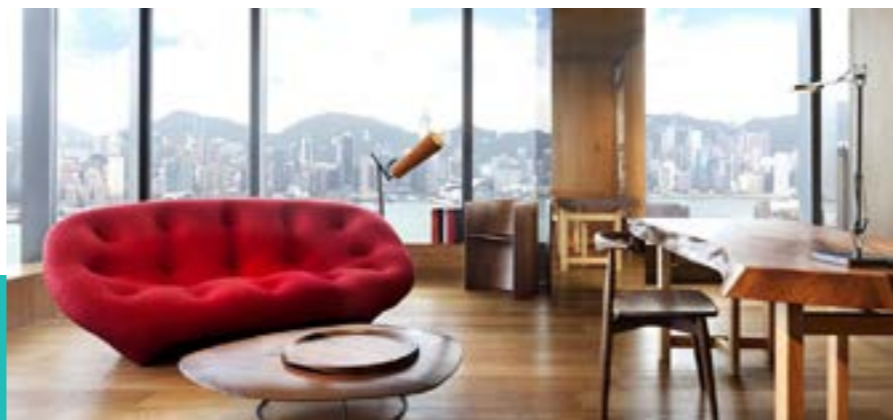
2 Marca tu tienda declarando y reformulando tus ingredientes de esa salsa secreta. Si su publicidad no está llevando a casa el mensaje de su salsa, no está construyendo su marca. Los cupones, las ofertas de crédito, las garantías de precios y otros trucos ahora son apuestas de mesa. El concepto de marca en sí no es nuevo, es tan antiguo como el minorista.



Muchas tiendas gastan una fortuna para crear y promover una declaración linda, esponjosa o "lema" que podría hacerse con la misma validez por cualquier competidor. Esto no es marca. La marca exitosa ocurre cuando usted hace una declaración sobre su tienda que ningún competidor podría hacer sobre la suya.

Los dichos lindos y pegadizos, en sí mismos, son escasos de papel y prácticamente carecen de significado. Su salsa secreta es su única y única Gran Visión. Todo se deriva de eso. Avis creó una gran marca simplemente diciendo: "Somos el número 2, lo intentamos más arduamente", y luego seguimos con pasión y dedicación. Esa declaración no podría ser hecha por ningún otro competidor.

Su salsa es una combinación de muchos ingredientes especiales. Lo que sucede a menudo es que nos cansamos de contarle a la gente sobre nuestros factores únicos. O bien, debería decir que nos cansamos de recordarles a los vendedores, a los repartidores y a los anunciantes que les digan a otras personas sobre nuestros factores únicos. Uno de los factores únicos más comunes es años en el negocio. "Sirviendo a la zona (de la ciudad) durante 25 años". O "Sede de 25 años (Ciudad) para muebles para el hogar." Puede cansarse de decirlo, pero estoy seguro de que los competidores recién llegados se regocijan cuando no lo hace.



No es una cuestión de lealtad. Es de sentido común. Si estás buscando un plomero, todas las demás cosas son iguales, ¿llamarías a alguien que ha estado presente por 25 años o al chico nuevo?

Echa un vistazo a los anuncios de automóviles Jaguar. Tenga en cuenta la fusión del símbolo con el desafío: "¿Puedes resistir?" Y la promesa: "Una forma más de hacerte imposible seguir el ritmo". Lo que hace que este anuncio sea único es el uso abrumador del símbolo dramático que significa Jaguar, y solo puede significar Jaguar. Su poder proviene del uso creativo del símbolo Salsa-Secreta, casado con una promesa dramática. Compare esto con los otros anuncios de automóviles parecidos con sus titulares cursis intercambiables, todos en el mismo número del Wall Street Journal.

Algunos muebleros podrían protestar: "Pero los muebles no se prestan para un uso tan dramático de la ilustración y la promesa". No para la mente masculina, tal vez. Pero, observe la exhibición de Ethan Allen. Absolutamente aplastante marca de muebles. La fusión de la vida familiar, informal y elegante con el logotipo de Ethan Allen.

Y, es mejor que crea que este volante publicitario es tan emocionante para la mente y el corazón de nuestros clientes objetivo como el anuncio de Jaguar. Pero veamos las otras formas para descongelar tu creatividad.

3 Lo primero y más importante son los medios de información para la gente. Son los medios más poderosos de todos, y son libres. Puede leer una descripción más detallada de cómo usar los llamados "People Media" en artículos anteriores publicados en internet con el sello: Marketing Management. Para utilizar los medios de comunicación de personas, solo necesita comunicar los ingredientes de su salsa secreta a su personal.

Necesita más que solo palabras para transmitir el mensaje. También necesita las acciones, el entusiasmo y la actitud adecuados. Las palabras para usar que inspirarán a sus asociados pueden ser algo como esto: "Este es un gran lugar para estar, un excelente lugar para trabajar. Somos únicos. Podemos llevarlo a otro nivel. "Expresas confianza y amor cuando lo comunicas. Y esta actitud de "puede hacer" será recogida por

sus gerentes, y la relacionarán con todos sus asociados.

Entonces, sus asesores de ventas les contarán a sus huéspedes todos estos factores únicos. (No, no son clientes, son invitados. Asegúrese de que todos entiendan eso). Habiendo absorbido este mensaje y el nuevo espíritu de su organización, su personal de apoyo y su equipo de entrega también reforzarán este importante mensaje.

Finalmente, cada cliente satisfecho pasará este mensaje a por lo menos veinte amigos. Y nuevos clientes vendrán.

¿Suena demasiado fácil? People Media toma más tiempo para trabajar que la mayoría de los medios directos, pero son los medios más poderosos jamás creados. Y, si hubiera comenzado un programa regular de medios de comunicación popular hace seis meses, hoy estaría sintiendo los beneficios.

4 El personal de entrega y ventas. A medida que más y más de las grandes cadenas confían en los especialistas contratados para la entrega, la oportunidad de hacer un mejor trabajo se vuelve más prometedora para el minorista de muebles independiente. En primer lugar, suministre uniformes. Luego: guantes blancos y una pieza de alfombra roja. Y luego, capacítelos para cumplir con la importante tarea de ser el contacto final en cada experiencia de compra que su cliente tenga con usted. Enséñeles a disipar cualquier posible remordimiento del comprador haciendo la venta final. Esto se hace con algunos comentarios, como: "¡Qué hermoso sofá! Hiciste una gran elección".

Si cobra por la entrega, no debería ser un problema. Lo que usted proporciona, ya sea que cobre o no, es "Entrega profesional, con guantes blancos, alfombra roja".

¿Suena esto muy extraño? Curtis Bros se convirtió en la tienda de muebles más grande bajo un mismo techo en los años sesenta al proporcionar toques especiales como este. Curtis Bros fue el "Hogar de Red-Carpet, White-Glove Delivery". Y, sería común escuchar por el sistema de altavoces en Curtis Bros: "Mr. Jones, tienes un invitado en el departamento de dormitorio. "Nunca escuchaste un comentario en la sala como: "Oye Joe, ¿sabes dónde está el comedor publicitado? ". Cada persona era " Señor "o" Señora " alguien, y cada



consultor de ventas llevaba un blazer de Curtis Bros con pantalones y zapatos negros. Hubo un prestigio único al ser una persona de ventas de Curtis Bros. Cada uno de los 36 asesores de ventas tenía su propio escritorio y teléfono.

5 Servicio de diseñador de hogares. Si puede proporcionar esto, asegúrese de mencionarlo siempre en su publicidad. Si es una tienda pequeña, un solo consultor capacitado en diseño puede encargarse de las llamadas. Un buen programa seguirá un procedimiento paso a paso: (a) La entrevista con el cliente, (b) La visita a domicilio y las mediciones, (c) El viaje a la tienda por parte del cliente para ver el plano de planta y hacer una mayor opciones de mobiliario, (d) opciones de accesorios y (e) el cierre y el financiamiento. Una gran tienda de Denver tiene esto tan bien que cierran más del 90% de sus llamadas a domicilio. Por supuesto, las visitas a domicilio también son pan y mantequilla de Ethan Allen; aparece en cada folleto que producen. Míralo, tú también puedes hacerlo.

6 Tener una garantía sin preocupaciones. La mayoría de las tiendas aceptan quejas razonables de los clientes. Pero generalmente tienen una gran variedad de garantías con descargos explicados en una gran cantidad de letra pequeña escrita por un abogado. No lo haga. La mejor garantía es simple y pone todo el riesgo sobre usted. No es para preocuparse. Todavía puede tratar de forma rígida con los pocos casos difíciles que no estarán satisfechos independientemente de lo que haga.

Pero no dejes que estos pocos desagradados establezcan tu estándar. Considera esto: "Nuestra promesa también eres tú".

FSM Alliance

Mercado internacional pretende clúster mueblero de BC

El clúster mueblero de Baja California se encuentra en una etapa de unificación entre los empresarios del sector para repositionar a esta industria, dijo el asesor del Clúster del Mueble y la Madera en el estado, Ricardo Cortez. Durante la primera reunión de trabajo, en la que integrantes del sector analizaron el Plan de Trabajo 2018, aseguró que el sector mueblero de Baja California, a través del clúster que los agrupa, busca ganar espacio en el mercado nacional e internacional.

Entre los principales retos del Clúster está el integrar en un sólo canal de comunicación las distintas necesidades que tienen empresas, crecimiento, consolidar sus exportaciones o generar mayores ventas.

"Nuestra intención en este primer trimestre es consolidar el registro como asociación civil para acceder a los apoyos que otorga el gobierno estatal, pues varias empresas integrantes del clúster están ubicadas en la zona costa del estado", comentó.





Se ha trabajado, agregó, en integrar a distintos participantes al clúster y no únicamente a fabricantes directos de muebles de madera sino a quienes se dedican a su diseño, tapicería, decoración y a quienes comercializan madera y otros productos; se pretende la consolidación como aliados estratégicos para grandes productores del centro del país cuya oferta exportable la emigran por esta región.

En torno a esto comentó, “hay oportunidad de hacer alianzas con la Asociación de Fabricantes Muebleros de Jalisco, uno de los organismos más fuertes del país”, apuntó. El socio fundador del Clúster Mueblera, Alfonso Ciénega, agregó que el sector ha sufrido problemas relacionados a la provisión de insumos y a la fuerte competencia que representó hace unos años la industria mueblera china. Sin embargo, el empresario anotó que han sido trabas que se han superado poco a poco pero que al final han fortalecido a la industria local.

Staff

Capacitarán a empleados de 134 fábricas muebleras en Jalisco

Con la firma del convenio de colaboración entre el Instituto de Formación para el Trabajo del Estado de Jalisco (IDEFT), la Cámara de la Industria Mueblera de Jalisco (CIMEJAL), y de la Asociación de Fabricantes de Muebles Jalisco A.C. (AFAMJAL), se estableció un compromiso para que la dependencia estatal capacite con cursos de especialidades a más de 6 mil 700 trabajadores de 134 empresas de este sector.

En el documento se establece que los empleados del ramo recibirán en algunos de los 18 puntos del IDEFT capacitación especializada en torno a los oficios y funciones.

Atestiguó este convenio el secretario de Educación de Jalisco, Alfonso Gómez, quien refrendó el compromiso de la administración para formar a los jóvenes que enfrentan a mediano y largo plazo las exigencias del mercado laboral.

Uno de los objetivos de la alianza será fortalecer las competencias de la industria mueblera; así como mantener en constante actualización de las habilidades y tecnología a los trabajadores.

IDEFT

Elektra busca clientes Premium; con mayor poder adquisitivo

La estrategia de comercio electrónico de Elektra es el primer paso de la compañía para conquistar a la población mexicana con mayor nivel adquisitivo, al tiempo en que la remodelación de sus tiendas físicas y estrategias de realidad virtual y pagos con huella digital se unen a este plan.

Como se recordará, en octubre de 2017 la empresa de Grupo Salinas lanzó su página de compras en línea en México, con Juan Carlos García al frente, quien dirigió de 2014 a 2016 a Amazon México, firma líder en comercio electrónico, y también ocupó la vicepresidencia de e-commerce dentro de Walmart en el territorio mexicano y en el centroamericano.

“La estrategia para atender clientes que no son típicos de Elektra es a través de nuestra plataforma digital, una vez que tienes tu propuesta de valor a través de un dispositivo electrónico, ya automáticamente abres las puertas al 100% de la población de México”, comenta Fabrice Deceliere, CEO de las tiendas de Elektra.

Grupo Elektra, con alrededor de 1,100 tiendas en el país, está enfocado principalmente en los segmentos C (clase media) y D+ (clase media baja) en puntos como México, Perú, Guatemala, Honduras y Panamá.

“Mejorar la propuesta de producto y dando la opción de comprar a través de un teléfono, una tableta o una computadora ya automáticamente estamos tocando la puerta de otros mercados que no atendíamos de forma normal”, agregó Deceliere en entrevista a principios de febrero.

A través de la plataforma, la firma ofrece accesorios como bolsas, relojes, lentes, al igual que teléfonos inteligentes y electrónicos de marcas como Apple, Michael Kors, Adidas, Coach, entre otros. De igual manera, la compañía ya vende paquetes de viajes a través de su página de comercio electrónico.

Sin embargo, la firma no se olvida de su mercado principal, pues los productos de mayor costo pueden ser adquiridos a través de créditos, que ofrece mediante su subsidiaria Banco Azteca, Al 31 de diciembre de 2016, el grupo financiero contaba con 3,193 puntos de contacto, acumulando 101,718 millones de pesos (mdp) en captación tradicional, y una cartera de préstamos bruta de 67,743 mdp.

“Tenemos un mejor surtido que en años anteriores, hemos mejorando el nivel de marcas de profundidad de productos. Aunque nuestro cliente típico de Elektra tiene problemas con sus recursos para poder comprar, éste es millonario en expectativa, y para cumplir con esas expectativas hay que tener un catálogo más amplio y dar acceso a esos productos a través de crédito”, confirmó Deceliere.

Elektra

Coppel entra a la carrera por el ecommerce

El objetivo para la cadena departamental Coppel en este año 2018 es una marcada apuesta para integrarse al comercio electrónico, un canal de venta que le ha llevado a transformar sus formatos de tienda y poner en marcha próximamente un nuevo centro de distribución en Texcoco, Estado de México.



SPLIT
FRANCESCO MEDA / Designer

COLOS
ITALY

Cuñahuac 133 Col. Barragán y Hernández
Guadalajara, Jalisco C.P. 44450
Tl: + 52 (333) 3619 0601
www.colos.it



Crece empleo y exportaciones muebleras en 2017

“En todas nuestras tiendas tenemos wifi habilitado, las tiendas que remodelamos, que llamamos tiendas prototipo dos, es una redistribución con un diseño más limpio, más espacio, con tabletas electrónicas y una barra donde vamos a promover el canal digital y descarga de apps”, revela el director de E-commerce y Nuevos Negocios de Grupo Coppel, Bernardo Bazúa.

Las tiendas Coppel es una cadena de más de 1,400 establecimientos departamentales, cuyo modelo de oferta está especializado en financiamiento, después integró servicios como préstamos y afores. De todas sus unidades se proyecta que este año 274 de sus puntos de venta sean del prototipo dos, entre remodelaciones y nuevas tiendas.

Bazúa comentó que la estrategia tecnológica inició hace un par de años con la instalación de kioscos, hoy en día cuentan con 2,500; y la diferencia con la barra de tabletas de zona wifi, que está en el nuevo formato de tienda es que la primera cuenta con un asesor para realizar la compra o trámite de créditos, y la segunda es más recreativa, donde se buscará que naveguen en la plataforma online.

“La plataforma fue más que una migración, una redistribución y optimización del piso de venta, lo que hicimos fue que todo lo que no cupo, por llamarle de una forma, está en el catálogo online de los más de 20,000 productos que tiene Coppel”, explica.

Parte de la oferta de Coppel en su comercio electrónico es que la entrega es sin costo y en 90% de los casos se realiza en el primer día.

La red de logística con la que operan es propia, por lo que tuvieron que hacer un análisis en la eficiencia de sus metros cuadrados en tiendas y centros de distribución.

En su nuevo formato, Coppel incorporará a un asesor de ventas para los kioscos de e-commerce.

Coppel

En materia de empleo, el sector mueblera de Jalisco logró en 2017 una nueva cifra histórica en el 2017, la mayor en los últimos 18 años.

En diciembre del año pasado se cerró con 24 mil 41 trabajadores, cuando en el mismo mes de 2016 eran 23 mil 121. Hubo un incremento de 920 empleos, equivalente al 3.98%.

En exportaciones, de enero a noviembre de 2017 se vendieron al exterior 409.5 millones de dólares, mientras en todo 2016 se exportaron 434.6 millones de dólares. De confirmarse la tendencia, el año pasado habrá sido el mejor en materia de comercio exterior para el mueble en los últimos 20 años.

Se consolidó la tendencia a mantener el superávit logrado desde el año 2012. En los primeros 11 meses de 2017 se tuvo un superávit de 241.9 millones de dólares, mientras en todo 2016 fue de 208 millones de dólares. Nuevamente se logra una cifra histórica.

Este superávit es producto de la mencionada alza en las exportaciones pero también de una nueva baja en las importaciones; de enero a noviembre de 2017 las compras al exterior fueron de apenas 167.5 millones de dólares, en tanto que en el mismo lapso de 2016 fueron de 193.5 millones de dólares.

En aportación al PIB nacional del sector, Jalisco se mantiene en segundo sitio con un 10.98% de la producción, solamente detrás del Estado de México que tiene el 16.33%. Es interesante señalar que tanto Nuevo León como la Ciudad de México y Baja California han aumentado su participación en la producción de muebles y colchones en relación a años anteriores.

Empresas: 2,897 (El 88% son micros, 10% pequeñas, casi 2% medianas y menos del 1% grandes).

A partir del 2009, el valor de la producción de la industria mueblera en Jalisco ha crecido a tasas de dos dígitos, con un promedio del 16% anual. Aún no se tienen datos del 2017.

Fuente: IMSS-IIEG-AFAMJAL.



Empresa de distribución de herramientas neumáticas, lijadoras de banda, discos de lija, pliegos de lija, abrasivos especiales, compresores de aire, colectores de polvo, conexiones de aire, filtros de aire, clamp (sujetadores), bandas de lija a la medida, equipos de pintura, ubicados en Guadalajara, Jalisco.



Matriz Guadalajara
Av. López Mateos Nte. 363-A
Col. Circunvalación Vallarta,
Guadalajara, Jalisco. C.P. 44680
Tel: (33) 3616 80 86 3616 80 69
E-mail: matriz@caduceo.com.mx

Sucursal Ocotlán:
Av. 20 de noviembre No. 206-A
Col. Marcos Castellanos C.P. 47870
Tel: (392) 925 00 34
E-mail: ocotlan@caduceo.com.mx

Sucursal Aguascalientes:
Héroes de Nacozari Nte. No. 2207 Int. B
Col. Morelos C.P. 20140
Tel. (449) 912 95 11
E-mail: ags@caduceo.com.mx

www.caduceo.com.mx



Servicios financieros de Amazon debutan en México

Pareciera una nota más propia de aparecer en diarios de contenido financiero, pero no, el gigante de las ventas online ahora tiene una basta oferta de muebles y la seguirá incrementando que más vale estar informado a detalle de un competidor feroz para esta industria.

Amazon es una de las primeras compañías tecnológicas que se lanza al negocio financiero. El gigante de las ventas por internet, que también ha lanzado un servicio de televisión y varios dispositivos, ahora quiere probar con sistemas de pago y recogida de dinero en efectivo. Para ello, ha adquirido varias empresas financieras en India y México.

Uno de los grandes temores de los bancos ya es una realidad. Amazon se lanza a competir en el mercado financiero según informa CB Insights, un movimiento que descoloca a la industria por sus posibles consecuencias. Los bancos tradicionales temen que tanto las grandes empresas tecnológicas como las criptomonedas (en especial el Bitcoin) acaben revolucionando los sistemas de pago, cambiando totalmente los servicios básicos de las entidades bancarias y la relación con los clientes. De momento, Amazon está comprando pequeñas fintech en India y México, las cuales ofrecen diferentes alternativas a los bancos y varios sistemas de pago, buscando sustituir a las tradicionales tarjetas de débito y crédito. En India, la gran baza es un sistema de recogida de dinero en efectivo a domicilio, pudiendo cargarlo en un monedero digital como si de una cuenta corriente clásica de un banco se tratase. En México, sin embargo, la apuesta es un servicio de pago que trata de ser una alternativa a las tarjetas.

Entre las empresas que Amazon ha adquirido en ambos países están Emvantage Payments o BankBazaar, las cuales habían logrado cierta

relevancia en los últimos meses por su innovación. Estos movimientos preocupan a los bancos, tal y como muestra una encuesta de Infosys Finacle a 300 banqueros, los cuales consideran que la llegada de Amazon y otras empresas tecnológicas al mercado financiero puede suponer una amenaza importante para las entidades y las cooperativas de crédito. Su única esperanza es que las barreras de entrada, como la regulación, acabe dando ventaja a los métodos tradicionales sobre los nuevos sistemas.

La gran ventaja de empresas como Amazon, Facebook o Google es que cuentan con numerosos datos de los usuarios y una relación establecida a través de sus numerosos productos, lo cual facilita mucho su presumible desembarco en el mundo financiero a la hora de crear sistemas de pago u ofrecer préstamos. De momento, en el caso de Amazon, 33 millones de personas utilizan el sistema de pago de la compañía, que ha concedido préstamos por valor de 3.000 millones de dólares a las empresas que utilizan su plataforma.

CB Insights



GRUPO MEDARA
EQUIPO PARA EL ARTESANO MAS EXIGENTE

stiles

HOMAG
GROUP

OFRECEMOS NUEVAS TECNOLOGÍAS Y NUEVAS MANERAS DE PENSAR PARA LOS FABRICANTES SIN IMPORTAR EL TIPO Y TAMAÑO DE SU COMPAÑÍA.

Trabaja jamos con dos de los proveedores mundiales líderes en fabricación de equipos de alta tecnología, le ofrecemos maquinas de calidad superior, respaldadas por la experiencia y sensibilidad de nuestro equipo de soporte, además de que contamos con una extensa gama de refacciones y aditamentos.

IRONWOOD **ALTENDORF** **KENTWOOD**

Venta, servicio, refacciones, reparaciones, instalaciones, intercambios, software...

Morelia Mich. 246145 1960 / 443391 9924
 Nueva línea telefónica (442) 348 0889 Opción 3
 info@grupomedara.com.mx
 www.grupomedara.com.mx

Careintra expandirá proveeduría de fijación y sujeción a través de acuerdo con Fastener Fair México

El acuerdo incluye beneficios en tecnología innovadora de fijación industrial para socios CAREINTRA

Guadalajara, Jal. Marzo 7, 2018. – Con el objeto de ampliar la gama de proveedores y productos de fijación y sujeción disponibles para las empresas manufactureras en la región, la Cámara Regional de la Industria de Transformación del Estado de Jalisco, CAREINTRA y Fastener Fair México, la exposición líder en Latinoamérica para tecnologías de fijación y sujeción industrial, firmaron un acuerdo de cooperación para el evento 2018 que se llevará a cabo por primera vez en la ciudad de Guadalajara, los días 20 y 21 de junio.

Para Juan Porras Brambila, Presidente de CAREINTRA, “Fastener Fair México es una oportunidad para acercarse y conocer nueva proveeduría de soluciones de fijación y tornillería que requieren las empresas manufactureras de Jalisco y de México. Sabemos que los eventos Fastener Fair se producen exitosamente en todo el mundo, por lo que estamos entusiasmados de apoyar esta primera edición en Guadalajara.”

“Hemos realizado Fastener Fair en la Ciudad de México por tres ediciones y ésta será la primera vez que la llevemos a Guadalajara. Sabemos que Guadalajara es un excelente elección para la exposición y CAREINTRA es sin duda un aliado clave que nos permitirá llegar a las industrias y empresas establecidas en la región, que requieren soluciones innovadoras de fijación y sujeción”, afirma Melissa Magestro, VP Ejecutiva de Mack Brooks Exhibitions Inc., organizadores de los eventos Fastener Fair en el mundo. “Estamos muy

honrados en contar con el apoyo de CAREINTRA en nuestra primera incursión en este destacado centro manufacturero de México.”

Fastener Fair México, contará también con un programa de conferencias, enfocado en temas de tecnología, innovación y soluciones de fijación industrial. Es una oportunidad de capacitación y actualización para los profesionales de la cadena de abastecimiento de la industria de fijación que asisten a Fastener Fair México, incluyendo los usuarios OEM, distribuidores y mayoristas.

El registro a la exposición y conferencias de Fastener Fair México está abierto. Los profesionales de la industria interesados en asistir, podrán registrarse en línea con anticipación de forma gratuita. El registro durante los dos días de exposición en Expo Guadalajara costará \$100 pesos.

El registro sin costo ya está disponible en www.fastenerfair.com/mexico.

Más información a través de mexico@fastenerfair.com o al teléfono +1 312-809-9260.



CALEGRIS IMPORTEC
MAGUINARIA PARA MADERA

Brema
EKO 2.2



BIESSE
MACHINE TOOLS

TECNOLOGÍA QUE PERMANECE

www.importec.com.mx

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

Av. Industria 218, Col. Los Reyes Iztacala, Tlalnepeñtia Estado de México

Homologa Afamo precios en exposiciones; instala cabina fotográfica para socios

A punto de iniciar su segundo año consecutivo de ejercicio ahora para el lapso 2018-2019 como presidente del consejo directivo de la Asociación de Fabricantes de Muebles de Ocotlán (AFAMO), A.C., Pedro Jaime Zúñiga rememora lo que en su momento fue el primer periodo y la primera ocasión que presidió la agrupación hace más de tres lustros.

“Desde mi primera ocasión que fungí como presidente del Consejo Directivo de Afamo la industria mueblera ha cambiado mucho, en cuanto a diseño, a tecnología, no en todas las empresas pero si en la mayoría. En estos años ya muchas cosas son diferentes en principio por todos los medios con los cuales se cuenta en la actualidad y gracias a ello es una industria renovada.

En aquellos años el fax era lo que más se necesitaba, era lo más práctico para los pedidos, las ventas, y ahora el internet y las redes sociales han venido a cambiar y mejorar la industria.

Por lo que se refiere a Afamo en aquel entonces no teníamos oficinas propias y ahora ya contamos con un edificio propio, unas instalaciones de primer nivel.

¿Cuáles eran sus objetivos en aquel entonces y cuáles son ahora?

En principio el objetivo en aquel entonces era contar con unas instalaciones propias de Afamo, objetivo que se ha cumplido. Ahora uno de mis objetivos es que la exposición no incremente tanto los precios de los stands; mucha gente no participa por ese motivo, pero ahora hay muchas empresas de fuera que sí participan y han hecho crecer la sede de Expo Eventos de la cual Afamo es socio.

Un logro es vender en paquete la participación de la exposición en febrero y agosto al mismo precio, con lo cual prácticamente la venta está al mismo nivel para ambas. Queremos consolidar ambas.

Otro objetivo es transparentar el manejo de las cuentas (ingresos), ser muy eficientes en los recursos, por ejemplo ahora se trabaja en la instalación de una cabina fotográfica y por medio de este tipo de acciones queremos que sea Afamo un prestador de este tipo de servicios.

Con los socios estamos trabajando el tema de la apatía, porque se llegan a realizar conferencias o talleres y es mínima la gente que participa. Tenemos 63 socios y es muy difícil atender peticiones individuales, no todos coincidimos en las prioridades, pero es algo que tenemos que alcanzar.

¿Hasta dónde alcanza la unión de los socios en la exportación?

En el tema de la exportación está un poco difícil porque habría que unificar criterios para tratar de hacer ventas en grupo, en equipo, no todas las empresas se pueden agrupar. Se está trabajando en ello, hay planes para dar a conocer a Afamo en exposiciones como Las Vegas, creo que no todos pero grupos de tres o cuatro empresas es más factible que puedan lograr este objetivo.

En Ocotlán queremos seguir siendo punta de lanza y algo en lo que seguiremos trabajando es seguir unidos con Afamjal que son quienes tienen toda la experiencia.

Staff

SU SOLUCION.



Quando el éxito de su negocio depende de la tecnología de punta en manufactura, de las soluciones innovadoras en software y de los servicios de consultoría a expertos, usted se merece el nombre de más prestigio en la industria del procesamiento de madera. Descubra un nuevo mundo en equipo de producción inteligente diseñado para cubrir las necesidades tanto de los artesanos como de los fabricantes industriales. HOMAG es SU SOLUCION.

SU ÉXITO ES NUESTRO NEGOCIO
616.698.7500 | www.stilesmachinery.mx

stiles

23 Años

cumple la entrega del Galardón Placencia



“Es una noche muy especial para Muebles Placencia, una noche de integración con nuestros amigos proveedores, quienes son una parte fundamental de lo que hemos llamado la Familia Empresarial Placencia”, así inició Don Leonardo Placencia Enríquez su mensaje de bienvenida a la entrega de Galardones Placencia 2018 que en su XXIII aniversario la celebración convocó a cerca de 300 invitados.

“Fue en 1995, hace 23 años de la primera entrega de Galardones Placencia que se realizó porque



tuvimos una reunión con Leonardo y Fernando – hijos- que ya se habían integrado a la dirección de la empresa, para reconocer como estaba la situación con nuestros proveedores, como estaba el nivel de calidad, el servicio, el diseño, y en ese momento decidimos que teníamos que hacer esta entrega. Un evento en donde se sintiera realmente lo que es esta gran familia, convivir en una noche

Sr. Leonardo Placencia Enríquez



agradable, una fiesta, un momento para pasarla muy bien.

Nos preguntamos ¿por qué los Galardones?; para premiar aquellos proveedores que se destacan y que frecuentemente están mejorando su calidad, su servicio, actualizando sus diseños. Así se crearon los Galardones Placencia.

Diseño, calidad y servicio son los aspectos a destacar. Y menciono primero el diseño porque esto es lo que hay que destacar, el buen diseño genera emoción, por supuesto que si no tiene calidad y no cumplimos en el servicio, no habrá venta.



Que busca Muebles Placencia a través de más de 80 años de vida, con tres generaciones en la empresa: lealtad del cliente.

El cliente es la mejor publicidad, la mejor promoción, el cliente satisfecho es leal y regresará y en esto ustedes proveedores juegan un papel muy importante”, fue la esencia del mensaje del presidente del Grupo Placencia.

Entre los invitados especiales asistieron, entre otros: Lic. Mercedes Abundis, presidente de Afamjal; Lic. Juan Torres, presidente de la Careintra



Jalisco; Lic. Alejandro Moreno, presidente de Expo Guadalajara; Sra. Evelyn Hernández, secretaria del consejo directivo de Afamjal; Adolfo Tanda y Humberto González, expresidentes de Afamjal.

Por su parte, Fernando Placencia en su mensaje a los asistentes subrayó: “Fue una votación muy difícil, ha sido una tarea muy complicada la elección de los Galardones en esta edición”.





ergonomía, impacto visual, selección de telas, accesorios del mueble, entre otras cualidades.

Por su parte, el Galardón a la Calidad se entrega a las empresas que se han distinguido por el cumplimiento a los estándares de Muebles Placencia, la aplicación de materiales, impecable acabado del interior y exterior del mueble; menor porcentaje de reclamación de los clientes y en el entendido que el embalaje no es un gasto, es un complemento más del mueble.

Leonardo Placencia Jr., recordó que la clasificación de los nominados se realiza en tres categorías; Mueble Tapizado, Recámaras y Comedores y, Mueble Complementario, Colchones y Accesorios. En cada una de dichas clasificaciones hay tres nominados en tres cualidades: Diseño, Calidad y Servicio.

Para la obtención del Galardón al Servicio en Muebles Placencia, la empresa se debe distinguir por la rapidez de surtido, entrega inmediata al cliente, pronta atención de la garantía, como cualidades principales.



GALARDONES PLACENCIA 2018

MUEBLE TAPIZADO

DISEÑO: MUEBES BOAL
CALIDAD: DIVANY PIEL
SERVICIO: DOMANI MUEBLES

RECAMARAS Y COMEDORES

DISEÑO: CONTEMPO MOBILIARIO
CALIDAD: BOGA MUEBLES
SERVICIO: MUEBLES LOMA ALTA

MUEBLE COMPLEMENTARIO

DISEÑO: MAGALLANES
CALIDAD: MR FURNITURE
SERVICIO: CLASS ILUMINACION

Por: Francisco Barrera, periodista



PEGAMENTOS

PARA LA **INDUSTRIA DEL MUEBLE**

PEGAMENTOS PARA **ENSAMBLE**

PEGAMENTOS PARA **LAMINADO Y ENCHAPADO**

PEGAMENTOS **EN PASTA**

PEGAMENTOS DE CONTACTO PARA **TAPICERÍA Y LAMINADO**

CREANDO UNIONES DURADERAS

FORMULAMOS ADHESIVOS ESPECIALIZADOS SEGÚN SUS NECESIDADES.

PEGAMENTOS

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

La mueblería K2 está de vuelta y va por 15 sucursales

Hace tres lustros la cadena de tiendas K2 desapareció del escenario comercial, ahora la primera tienda y matriz de Futuro K2 se localiza en Cuautitlán Izcalli, Estado de México, y es el primer paso en el plan de la firma para abrir nuevas sucursales en la zona metropolitana de la capital del país.

Hace tres meses PORTE documentó lo que sería el reinicio de las actividades de la mueblería, presentando la campaña de espectaculares que anunciaban su regreso, pero nadie conocía los detalles del retorno de Mueblerías Futuro K2. La emblemática marca abrió en diciembre pasado su primera sucursal en Estado de México y prepara la apertura de 15 nuevas tiendas en la capital del país y área metropolitana.

La página de Futuro K2 en Facebook da testimonio de la primera ubicación de la mueblería a través de imágenes de los pasillos y sus muebles.

Durante 2017, la empresa inició una campaña publicitaria en espectaculares que anunciaba la próxima llegada de la firma de la mueblería. "Pronto estaremos contigo", revelaban los espectaculares.

La firma de muebles manufactura sus propios productos, lo cual le permite ofrecer precios competitivos, han señalado algunas fuentes.

Por ahora, el sitio web de Futuro K2 www.k2.com.mx también ofrece la venta de muebles en el comercio electrónico, sumado a las recientes



instalaciones que integran su actual modelo de negocio.

El renovado K2 intentará seducir a la generación millennial, mientras respalda su prestigio con los padres de los jóvenes consumidores.

La primera fábrica y mueblería se ubicaba sobre Avenida de los 100 metros, en Ciudad de México, y era propiedad de Abel Vázquez Raña, quien pertenece a la familia fundadora de Muebles

Hermanos Vázquez.

La nueva historia escribe sus primeros capítulos, esperando el final no sea como en su primera fase cuando desapareció casi intempestivamente e incluso con algunos problemas financieros visibles.

Staff



Famsa, con buenas noticias al cierre de 2017

Durante el último trimestre de 2017, las ventas netas de Grupo Famsa en México mostraron un incremento de 8.6 por ciento frente al mismo periodo de 2016, impulsadas por eventos de temporada como El Buen Fin.

Banco Famsa presentó un aumento anual de 18.7 por ciento en la captación bancaria durante el periodo de referencia, al sumar 24 mil 994 millones de pesos, señaló la compañía en información enviada a la Bolsa Mexicana de Valores (BMV). También registró una mayor originación de créditos con descuento vía nómina, abonando a una mayor participación de clientes del sector formal de la economía, la cual pasó de 61 por ciento del cierre de 2016 a 64 por ciento al finalizar 2017.

Por otra parte, las ventas iguales de tiendas de Famsa en Estados Unidos se incrementaron 1.7 por ciento, en seguimiento a las iniciativas estratégicas desarrolladas para obtener una

mayor penetración comercial entre hispanos de segunda y tercera generación. Como resultado, la utilidad antes de financiamiento, impuesto sobre la renta, depreciación y amortización consolidada (UAFIRDA) del cuarto trimestre de 2017 alcanzó 471 millones de pesos, lo que impulsó el UAFIRDA consolidado a mil 628 millones de pesos, 15.4 por ciento más contra 2016.

El director general de Grupo Famsa, Humberto Garza Valdez, dijo que en 2017 la compañía ejecutó puntualmente sus iniciativas estratégicas encaminadas a fortalecer su posición financiera, a pesar de la coyuntura económica enfrentada durante el año. Mientras que para 2018, anticipa la continuación de mejores resultados, en seguimiento a acciones implementadas para la optimización de la operación.

Famsa



Competence **PUR**



KLEIBERIT

ADHESIVES-COATINGS

KLEIBERIT 707.9 PUR
La línea invisible es posible



Campos de aplicación

CANTOS DE
ABS, PMMA, PVC, PP
CPL y HPL
Papel
Chapas y madera
sólida
No se requiere equipo
especial

Ventajas Adicionales

- Resistencia al calor arriba de +150 °C
- Resistencia al frío por debajo de -30 °C
- Excelente agarre cuando es expuesto a la humedad

www.skantor.mx
ventas@skantor.mx
5543285082

Relevante participación de Requieez en Expo Mueble Internacional 2018

El Pabellón de Mueble de Oficina que se presentó en la pasada Expo Mueble Internacional Invierno 2018 en Guadalajara fue uno de los grandes atractivos de la convocatoria, máxime por la presencia de Grupo Requieez y todo lo que envuelve a esta representativa empresa del mueble de oficina en México.

A la fecha, Grupo Requieez cuenta con 5 marcas de mobiliario y sillería de contract y colectividad como: Labenze, Infiniti, Quadrifoglio de origen italiano; Okamura que proviene de Japón y Requieez, marca propia y fabricada en Jalisco.

Grupo Requieez cuenta con alrededor de 400 distribuidores autorizados en todo México y ya tiene un exitoso historial de 33 años en el mercado de mobiliario, bajo la dirección del Lic. Abelardo Arreola.



International Woodworking & Furniture Supplier
Magazines' Association

Foundation: 17 October 2010

Asora Wood & Technology (Argentina)
Mobile Fornecedores (Brazil)
El Mueble y la Madera (Colombia)
Epipleon (Greece)
Timber Design & Technology (UAE)
Porte (Mexico)
Interwood (Taiwan)
Furniture and Joinery Production (United Kingdom)
Wood Southern Africa & Timber Times (South Africa)
JOINERS Magazine (New Zealand)
Wood Industry (Canada)
Supplier Woodworking Magazine (Australia)
Woodmagegypt (Egypt)
DMT Magazine - (Bulgaria)
Material and Technik - (Germany)
Xylon (Italy)
Furniture Technologies - (Ukraine)
Mobilya - (Turkey)

www.fsmalliance.org

"International Woodworking
and Furniture Supplier
Magazines' Association"



Durante la pasada Expo Mueble Invierno 2018 el pasado mes de febrero en Guadalajara tuvo la visita de 2 de sus proveedores italianos que brindaron el apoyo para mostrar las novedades a los compradores que asistieron a la exhibición de Requeiz in situ. Cristiano Bertin de la línea Gaber y Marco Ceccato de OMP Group e Infiniti estuvieron presentes e informaron a los asistentes acerca de las cualidades de la sillería italiana que fabrican y de los cuales Grupo Requeiz es distribuidor exclusivo en México.

Los orígenes de Requeiz se remontan al año 1982 con la fundación una compañía dedicada a la venta de artículos y equipos para ingeniería. Unos años después se decide incluir en sus actividades la comercialización de sillas para oficina y es en el año 1991 cuando establecen su primera fábrica de sillas metálicas.

Actualmente la maquinaria de última generación es muestra de los estándares de calidad que son muy propios de Grupo Requeiz y desde sus funcionales oficinas dejan de manifiesto el servicio al cliente como una de sus primeras tarjetas de presentación.

Fuente: Requeiz

EL MEJOR SURTIDO EN MADERAS FINAS

AMERICANAS
 ALAMO AMARILLO / POPLAR
 ENCINO BLANCO
 ENCINO ROJO
 FRESNO
 NOGAL
 CEREZO
 ALDER
 MAPLE DURO
 MAPLE DEL PACIFICO

NACIONALES
 TZALAM
 CAOBA

EUROPEAS
 HAYA EUROPEA POLLMEIER

EXÓTICAS
 WENGE
 Teca BURMESA
 ZEBRANO

DECK DE CUMARÚ
 FABRICAMOS DUELA SOBRE PEDIDO.

ANIVERSARIO

La madera sólida es diseño
 Tenemos el material del que están hechos tus sueños

Calzada la Viga No. 1445 Colonia el Retoño,
 Delegación Iztapalapa, Ciudad de México C.P. 09440
 (55) 5532-0926, (55) 5532-0651, (55) 5674-1674, (55) 5674-2327
www.maderil.com.mx

¿Por qué USA es un objetivo para exportar muebles?

El mercado de muebles en Estados Unidos tiene un valor de US\$ 70 mil millones de dólares y, de acuerdo con el informe de mercado de Global Furniture Market (Mercado Global de Muebles), se espera una tasa de crecimiento de 4.18% para el año 2020.

La proximidad de los mercados del sur de la Unión Americana se pueden disponer a solo algunas horas de camino desde el occidente de México donde se ubican cientos de fábricas con cualidades de exportador más no con vocación exportadora.

En Estados Unidos, los muebles, los textiles y los productos de recubrimiento de piso son componentes claves de la decoración del hogar. La expansión y el desarrollo en la industria de bienes raíces ha complementado el crecimiento del mercado mundial de artículos de decoración del hogar.

Así, la globalización facilita una disponibilidad más rápida y amplia de los productos y diseños de decoración para los consumidores. Por otra parte, la creciente preferencia de los consumidores hacia la adopción y el uso de productos ecológicos, conocidos por su impacto mínimo en el medioambiente, también ha impulsado el crecimiento del mercado.

Otro factor es el aumento del número de dueños de viviendas en los últimos años. Según el Miami Home Buyers Report, solamente en el 2017, los propietarios extranjeros realizaron compras de inmuebles por el total de US\$ 7,100 millones en el sureste de Florida.

Ya sea como inversión o como residencia familiar, la demanda de unidades amuebladas para rentar ha crecido, haciendo estos productos de decoración

cada vez más atractivos para los consumidores que desean renovar el interior y el exterior del hogar.

En lo referente a las tendencias para el 2018, según la revista Ellen Decor, entre los artículos de decoración más populares destacan los sofás curvos, cuadros y arte geométrico abstracto sobre todo en las salas, floreros transparentes y blancos, lámparas/iluminación como candelabros de techo florales y de estilo naval, uso de estilo industrial, faroles de papel, y lámparas colgantes, etc.

En el tema de los muebles para el hogar, la madera se mantiene firme en demanda y tendencia, presentándose así como un mercado en crecimiento con estilos nuevos, donde destaca el diseño ecológico, debido a que parte de los consumidores prestan atención al método de producción de muebles con nivel reducido de consumo de energía y/o uso de materiales reciclados y ecosostenibles.

Ocex, oficina comercial de Perú en Florida



Tableros y Maderas

MDF Melamina Diseños que inspiran las mejores ideas

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

MÉXICO, D.F.
Tel. (55) 5787 3400
jmalvarez@mjbtm.com

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

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

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

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

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

MDF MELAMINA
TECNOTABLA®



Fresno Invierno

2018 será un buen año para la exportación mueblera en Vietnam

“Los pedidos son de compradores existentes. Hay muchos compradores nuevos que desean realizar pedidos con nosotros, pero no nos atrevemos a aceptarlos porque tememos que no podamos cumplirlos. Actualmente estamos enfocados en comprar más máquinas para garantizar la producción para la exportación”.

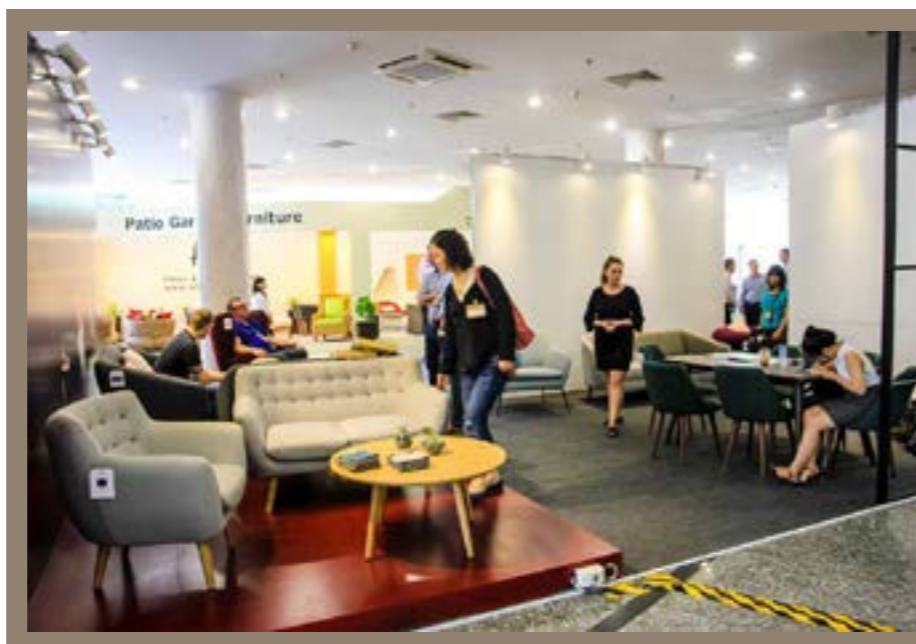
Así se expresó Huynh Van Hanh, vicepresidente permanente de la Asociación de Industria de Artesanía y Madera de HCM City (Hawa), en una conferencia de prensa para presentar la Feria Internacional de Muebles y Accesorios para el Hogar 2018 (VIFA-EXPO 2018): “Somos muy optimistas por la situación del mercado este año ya que la mayoría de las empresas tienen pedidos de exportación hasta mediados de año y algunos tienen pedidos hasta finales de este año.

Creemos plenamente que es fácil lograr el objetivo de obtener US \$ 8 mil 660 millones de dólares en exportaciones de madera y muebles de madera”.

Las exportaciones de madera y productos de madera han aumentado un 12,3 por ciento anual en promedio durante los últimos siete años, alcanzando los \$ 7.66 mil millones el año pasado 2017.

La demanda mundial de muebles valió más de \$ 428 mil millones el año pasado. El comercio de muebles ascendió a \$ 141 mil millones el año pasado, con China como el mayor exportador, que representa el 35 por ciento, seguido de Alemania, Italia, Polonia y Vietnam.

Pero entre las principales áreas de producción



de muebles, solo Asia-Pacífico experimentó un crecimiento positivo de la producción.

Con un crecimiento económico razonable, se prevé que el consumo y el comercio mundial de muebles crecerá entre un 3,5 por ciento y un 4,1 por ciento este año, dijo Hanh.

Las exportaciones de Viet Nam representaban solo el 6 por ciento de la cifra, lo que significa que las empresas vietnamitas tienen un margen considerable para aumentar su cuota de mercado, dijo.

Para capitalizar la demanda, las empresas muebleras necesitan invertir más en actualizar

sus tecnologías de producción y adoptar la automatización para mejorar la productividad, garantizar una calidad constante y resolver su problema de escasez de mano de obra, dijo.

Además, necesitan mejorar su capacidad de diseño para agregar más valor a sus productos y mejorar sus habilidades de gestión, dijo.

También sugirió que las empresas deberían prestar más atención al segmento de gama alta intermedia y desarrollar productos multifuncionales para los mercados de Estados Unidos y la Unión Europea.

Hablando de materias primas, dijo que no le preocupa la escasez de madera internacional. Dijo que en Vietnam los bosques cultivados en tierras públicas y el caucho y los árboles frutales proporcionan el 50 por ciento de la madera necesaria para la industria y el resto se importa de muchos países con un origen claro.

La industria necesita acceder a los mercados a escala nacional para que los clientes extranjeros sepan que Vietnam es una nación que produce productos de madera a partir de fuentes legales de madera”.

VIFA-EXPO 2018

La XI edición de VIFA-EXPO se llevará a cabo en Ho Chi Minh City del 7 al 10 de marzo con la participación de 450 expositores locales y extranjeros, que colocaron 1.980 stands en un área de 30,000 m², 29% más que el año pasado.

El número de expositores extranjeros este año también fue mucho más alto que el año pasado, dijo Hanh. Originarios de Singapur, Taiwán, Estados

Unidos, Australia, Rusia, Canadá, China, Dinamarca, Hong Kong, Italia, Corea del Sur y otros.

Organizada por el Departamento de Industria y Comercio de la ciudad, Hawa y Hawa Corporation, la feria exhibió una amplia gama de muebles para interiores y exteriores, artesanías y mobiliario y accesorios de interiores. Agregó que 2.120 visitantes de 95 países y territorios se habían registrado con antelación para visitar la feria que se llevó a cabo en el Centro de Exposiciones y Convenciones Sai Gon en el Distrito 7.

Vietnam News



Reúne Colchones Wendy a los más destacados empresarios del ramo en su desayuno anual.



Los principales empresarios de la industria del mueble y especialmente del ramo colchonero se dieron cita en el magno desayuno conferencia de Colchones Wendy, presentando al experto político Carlos Elizondo Mayer-Serra.

Una mañana intensa vivieron los invitados de Colchones Wendy a su reunión anual, de la mano del experto en política de México, Carlos Elizondo Mayer-Serra, quien dictó una interesante conferencia compartiendo su perspectiva y apuestas para el complejo momento electoral y de cambio de sexenio que se vive en el país.

Con el tema Expectativas para el empresario mexicano en 2018. Retos del sexenio 2018-2024, el

experto compartió a los asistentes su visión acerca de importantes cuestiones en la vida democrática de México y por tanto, su impacto en la economía y en el consumo de muebles y colchones para lo que resta de 2018.

En una dinámica fácil de digerir, pero cargada de datos y un análisis minucioso al estilo de Elizondo Mayer, a lo largo de los 90 minutos de conferencia se abordaron importantes temas, como el impacto del perfil del votante en estas elecciones en contraste con otros momentos electorales, la situación económica en indicadores comparando el final de sexenio de los últimos tres mandatarios, así como una detallada radiografía de los 5 principales candidatos a la Presidencia de México, ofreciendo a los invitados información importante de cada uno de ellos, sus principales fortalezas y oportunidades, así como las posibilidades que en opinión del experto, tiene cada uno para ocupar el cargo en el sexenio 2018-2024.

Agasajando a sus invitados como es ya una costumbre por parte de Colchones Wendy, la empresa del descanso aprovechó el momento para realiza el lanzamiento de una vasta gama



MAZAZINE REVISTA

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

La Revista PORTE mensualmente cuenta entre su perfil de lectores a Directores, Proprietarios, 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

de nuevas tecnologías en colchones, así como una nueva línea de blancos, con una colección de almohadas y protectores de cama que presentaron también en su stand en Expo Mueble Invierno 2018.

Con base en Guadalajara y una trayectoria de 65 años que este año están celebrando, Colchones Wendy ha destacado en la industria como líder en innovación, manteniéndose a la vanguardia a través de una constante de nuevos productos pensados para dar más valor al consumidor en cada colchón.

Dentro de las novedades que Arturo González, su director comercial, presentó a los invitados destaca la colección Magnerest, una nueva gama de colchones y almohadas con terapia magnética, que favorecen cada noche un sueño más profundo, libre de cargas magnéticas negativas y con un incremento en los niveles de melatonina para que los usuarios descansen más y mejor.

Por su parte el Director General de Colchones Wendy, Manuel López, dio un emotivo mensaje a los asistentes precisamente acerca de la Innovación como motor y espíritu de la compañía, dando a conocer diversas inversiones en nueva maquinaria, instalaciones y equipos que mantienen al grupo como líder.

Así mismo dio a conocer que la empresa que dirige fue galardonada con el premio al Primer Lugar entre las "50 empresas más Innovadoras" por la prestigiosa revista Innovation Week, a partir de la implementación de la tecnología de Internet de las cosas aplicado industrialmente en su planta matriz.

Fuente: Wendy



Hetii®

WOODCOCK
EASTENERS & HARDWARE®

WOODMASTER®

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

Muere fundador de Ikea.

¿Cuál será el nuevo rumbo?



Loof recuerda cómo el fundador de la empresa animaba a sus empleados a cometer errores. “A veces había recompensas para los empleados que habían cometido los fallos más graves”, recuerda.

Un error que Kamprad sin duda no cometió fue el de fundar Ikea en 1943 con tan solo 17

La reunión para la presentación anual de nuevos productos de Ikea estaba en puerta, para ello había trabajado a conciencia Torbjorn Loof; en los años noventa, los jefes de producto como él enseñaban sus últimas ideas de mobiliario y otros accesorios a Ingvar Kamprad, el legendario fundador de la compañía. Pero un buen día, a los pocos minutos de empezar una reunión, Kamprad se dirigió a los asistentes, entre los que estaba Loof, diciendo: “siento interrumpir, pero quiero cambiar totalmente la agenda. Sólo hablaremos de los errores que habéis cometido porque son los que nos hacen aprender”.

Ikea tiene unos ingresos de 38 mil millones de euros al año de sus 411 tiendas repartidas por 49 países

años. Empezó el negocio en Smaland, un pueblo conservador situado al sur de Suecia, vendiendo lápices y postales; se desplazaba en bicicleta para repartir los pedidos.

Hoy en día, Ikea tiene unos ingresos de 38.000 millones de euros al año de sus 411 tiendas repartidas por 49 países y se ha convertido en sinónimo de diseño asequible. Bajo el mandato de Kamprad, uno de los empresarios de postguerra más exitosos del mundo, la compañía cambió nuestros hábitos de compra, manteniendo

bajos los precios de sus productos a costa de que los clientes se desplazasen en coche hasta sus tiendas, recogieran los muebles de las estanterías y los montaran con la ayuda de sus famosas llaves Allen.

Durante algunos años se dijo que el catálogo había sido el libro más editado después de la Biblia. Kamprad desconfiaba de los bancos y los mercados bursátiles y diseñó una compleja red de empresas para asegurarse de que Ikea sobreviviría

tras su fallecimiento. “Nadie puede garantizar una vida eterna para una compañía o una idea, pero no podrán acusarme de no haberlo intentado”, dijo en una ocasión.

La desaparición de Kamprad llega en un momento difícil para Ikea. En una entrevista concedida a Financial Times antes de su fallecimiento, Loof, de 52 años, reconoció que “hemos tenido éxito durante mucho tiempo, pero está claro que hay una etapa que termina y otra que empieza”.

La digitalización está llevando a los más jóvenes a evitar desplazarse a las tiendas Ikea, optando por la competencia más presente en Internet. Loof habla de “crear nuestra propia crisis para sacar a la compañía de su complacencia”. “¿Es cierto que Amazon a veces ofrece mejores precios? Sí”, reconoce.

La compañía tiene que enfrentarse a estos nuevos retos sin su carismático fundador, que en las últimas décadas se había ido apartando poco a poco del negocio.

¿Conseguirá Ikea resurgir sin su presencia o su renacimiento se verá frenado por sus glorias

pasadas? “Ingvar era Ingvar. Para muchas personas, era un modelo a seguir. Nadie podrá sustituirle”, reconoce uno de sus aliados más cercanos.

Grandes Retos

Una muestra de los retos y oportunidades a los que se enfrenta Ikea la representa una pequeña tienda en el centro de Estocolmo. Cerca de un moderno centro comercial se ubica un local más modesto que sólo vende cocinas de la marca sueca. Este concepto ha tenido tanto éxito, que permanecerá abierto un año más de lo que se propuso en un principio. Los clientes pueden reservar una cita de 90 minutos para diseñar la cocina de sus sueños. “Se trata de un proyecto piloto para introducirse en el centro de las ciudades”, explica Jesper Brodin, consejero delegado de Ikea Group. “Aproximadamente el 70% de la gente que acude al local no se desplazaría a una tienda tradicional de Ikea”, añade.

Tras cinco décadas dependiendo del mismo modelo de negocio, Ikea ha empezado a experimentar con

EMPRESA 100% MEXICANA, DEDICADA A LA IMPORTACION DE HERRAJES

(CORREDERAS, GRAPAS, CLAVILLO, BISAGRAS, ENGRAPADORAS Y CLAVADORAS ETC., ETC.)

DISTRIBUCION DE TERMINADOS (FONDOS, LACAS, SELLADORES, TINTAS ETC., ETC.)

DISTRIBUIDORES DE MUCHAS MARCAS:

(HERROLSA, RESISTOL, SILER, ALAMBREC, BI-METAL, SAYER LACK Y MAS !

VENTA AL MAYOREO Y MENUDEO A TODA LA REPUBLICA



Ventas1@ferreteriaolivarez.com.mx - TALA #98 COL. JALISCO, Tonanala, Jal. TEL: 3607 0274 - FAX: 3607 5382



nuevos formatos. El grupo ha abierto una tienda de las mismas características en Madrid, en este caso especializada en dormitorios, y un local con todos sus productos en el centro de Hamburgo. Pronto inaugurará tiendas en el centro de Viena, Copenhague y Londres.

En opinión de Loof, "uno de los obstáculos para comprar productos de Ikea es la distancia hasta

mal, pero todavía no la hemos integrado. No hemos aplicado la experiencia de las tiendas a Internet", reconoce Loof.

En opinión de Steen Kanter, consejero delegado de la consultora Kanter International y ex gerente de Ikea, "la marca nunca ha invertido lo suficiente en lo que necesita". Su fundador siempre se mostró escéptico ante la posibilidad de hacer negocios

por Internet. Kanter cree que esta actitud conservadora ha afectado a Ikea, y compara la situación con H&M, otra empresa familiar sueca, que se enfrenta a la competencia de la distribución online.

Inter + Grupo

En 1982, Kamprad decidió dividir la empresa: desde

sus tiendas. En Londres, a veces se tarda hora y media en llegar a nuestros centros de distribución. Por eso tenemos que acercarnos al cliente, porque los más jóvenes ni siquiera conducen".

Las compras por Internet pueden suponer una amenaza aún mayor. Ikea ha empezado a vender online, pero, el hecho de que los empleados tengan que recoger los productos y después enviarlos pone en riesgo el modelo de bajos costos que ha mantenido la compañía.

En cualquier caso, se respira una época de cambios. Inter Ikea pronto experimentará con la venta de sus productos en otros portales de Internet como Amazon o Alibaba.

Tras cinco décadas dependiendo del mismo modelo de negocio, Ikea ha empezado a experimentar con nuevos formatos

Ikea también ha desarrollado un nuevo sistema de comercio electrónico en Reino Unido que acabará extendiéndose por toda la compañía. "Somos muy buenos en las tiendas y nuestra web tampoco está

entonces, la marca y el concepto pertenecen a Inter Ikea, y la distribución, al Grupo Ikea. Las dos divisiones no mantienen ningún vínculo con Suecia; de hecho, su sede social está en Holanda y sus fundaciones operan desde Liechtenstein y Holanda respectivamente.

Kamprad y su empresa decidieron salir de Suecia hace unos años, como protesta ante los elevados impuestos. Al fundador del grupo le preocupaba que sus tres hijos acabaran viéndose obligados a vender Ikea.

Un experto en fiscalidad aseguró que "aunque Inter Ikea e Ikea Group parecen dos entidades separadas, en realidad no lo son. La familia está en los dos consejos de administración y la dirección se mueve de

una empresa a otra.

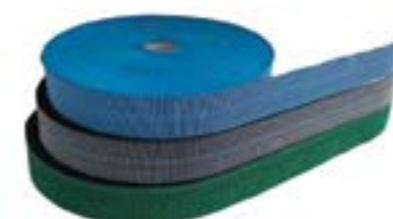
Johan Stenebo, ex asistente de Kamprad y autor del libro La Verdad Sobre Ikea comparte esta opinión.

oimsa
Operadora de la Industria del Mueble S.A.

Ingeniería para tu mueble.



www.oimsa.com



BANDA ELÁSTICA



RESORTE



SENCO



ACCESORIOS DE TAPICERÍA



RECLINABLES



PATAS METÁLICAS



PATAS MADERA



SOFÁ CAMAS

ventas@oimsa.com

Guadalajara, Jalisco
Av. 8 de Julio 2338
Zona Industrial
Tel. (33) 38120756
ventas@oimsa.com

Monterrey
José María Pino Suárez Nte. 2904
Bellavista C.P. 64410
Tel. (81) 22-61-69-09
ventasmonterrey@oimsa.com

Puebla
Cel. (222) 7661806
ventas@oimsa.com

Torreón
Amalia López No.350
Pequeña Zona Industrial
Torreón, C.P. 27019
Tel. (871) 7505542
ventas@oimsa.com

Ciudad de México
Victoria 59
Col. Alce Blanco
Naucalpan 53370
Edo. de México
Tel. (55) 50253083
ventas@oimsa.com

“La estructura es compleja porque el objetivo final era evitar el pago de impuestos”, sostiene.

En diciembre de 2017, esta estructura captó la atención de Bruselas. Desde entonces, la Comisión Europea investiga si el grupo se ha beneficiado de subvenciones estatales de forma ilegal. Pero, dado que la Comisión sólo puede investigar países, Inter Ikea no está siendo investigada, y se defiende diciendo que Kamprad creó esta estructura no para evitar impuestos, sino para mantenerse alejado del control de los bancos a los que detestaba. El principal objetivo de Interogo Foundation, propietario de Inter Ikea, es garantizar la independencia y longevidad del concepto Ikea.

Y la familia Kampra -compuesta por los tres hijos del fundador, Peter, Mathias y Jonas- ocupa dos de los cinco puestos del consejo de administración de la fundación, pero nunca una mayoría. “La empresa tiene la influencia de la familia, pero no su control”, afirma uno de los ex subordinados de Kamprad. Poco antes de fallecer, Kamprad no quiso conceder ninguna entrevista, y la última vez que sus hijos concedieron una fue en 1988.

La única ocasión en la que vi a Kamprad fue en otoño de 2012. Ikea inauguraba una nueva tienda en Almhult, su ciudad natal de solo 9.000 habitantes, para sustituir a su primera tienda, que había cerrado días antes. Este fue el evento en el que mejor quedó plasmada la singular cultura de Ikea, y la influencia de Kamprad en el grupo.

A la apertura acudió el alcalde de la ciudad. Sus habitantes hicieron cola durante toda la noche soportando las bajas temperaturas para ser los primeros en entrar al establecimiento, donde les esperaban los empleados para darles la bienvenida. Kamprad llegó incluso a repartir abrazos entre los clientes. Pocos años después, el fundador de Ikea regresó a su ciudad natal, después de un exilio autoimpuesto en Suiza por motivos fiscales. La ciudad está totalmente dominada por Ikea. Su principal hotel tiene una copia del catálogo de la empresa en las habitaciones, junto a la Biblia. Kamprad renunció al cargo de consejero delegado en 1986. Los directivos de Ikea aseguran que su desaparición no debería afectar a la dirección de la compañía. “Llevábamos tiempo preparándonos para ese momento; nos las arreglaremos”, dice uno. Sus tres hijos están presentes en las distintas

divisiones del imperio. Mathias en Inter Ikea, Peter en Ikano, la división de servicios financieros, y Jonas en Ikea Group.

Aunque se intuye que no harán grandes cambios en el grupo, en Ikea son conscientes de la tarea que tienen por delante, con la amenaza de las compras online y el cambio en los hábitos de los consumidores. El director financiero de la cadena, Martin Van Dam asegura que “es un momento importante. Si no reaccionamos rápido, pagaremos las consecuencias”.

Aun así, Ikea inicia este periodo desde una posición de fortaleza. Su enorme éxito, alimentado por el auge de la clase media, fomentó su expansión en el siglo XX. Ahora la empresa espera repetir esta estrategia, primero en China -el mercado en el que crece más rápido- y después en India. Muchos ejecutivos creen que la entrada en India será una prueba de fuego: si consigue despegar allí, tendrá que bajar mucho los precios e ir apostando por nuevos mercados, como el África subsahariana.

En esta nueva etapa, Ikea se enfrenta a numerosos retos para los que asegura estar buscando soluciones. De momento la compañía es de las pocas del sector que sólo vende bombillas LED que protegen el medio ambiente y quiere reorientar su modelo de negocio hacia la economía circular, apostando por el reciclaje de productos. Esto incluye la posibilidad de que sus clientes vendan, reparen o donen sus muebles a organizaciones benéficas. De cara al futuro, Loof evoca el espíritu de Kamprad asegurando que “Ikea está preparada para la longevidad. Queda mucho por hacer”.

Fuente: Ikea



PARA LA FABRICACIÓN DE MUEBLES

SOMOS UNA EMPRESA **100% MEXICANA** QUE NACE DE LAS NECESIDADES DE UN CAMBIO EN EL RAMO DE LA **INDUSTRIA MUEBLERA Y DE LA CARPINTERÍA.**

GRACIAS A TI CUMPLIMOS **21 Años!**



LÓPEZ DE LEGAZPI (CALLE 7) NO 1006 ZONA INDUSTRIAL
TELÉFONOS: 31 62 07 79 CON 10 LÍNEAS
VENTAS@HERRAJESYMATERIALES.COM.MX



TEL: 3162-0779
CON 10 LÍNEAS



/herrajesymateriales
www.herrajesymateriales.com.mx

Muebles y madera entre las industrias que ya deben aplicar la robótica



y 2013, y se produjo un fuerte repunte a principios de 2014. Las inversiones de capital también han experimentado aumentos dramáticos en los últimos años.

Una razón detrás de la creciente aceptación de los robots es su versatilidad. Las fábricas pueden modificar o actualizar fácilmente nuevos diseños para acomodar cualquier herramienta o hardware que necesiten para el trabajo, incluidos los compresores de aire. Como el equipo neumático es necesario para muchas etapas de la fabricación automatizada, tiene sentido que esta industria esté entre

Los fabricantes e ingenieros tienden a tener una relación de amor-odio con la robótica. Los Millennials suelen favorecer la robótica de próxima generación debido a su eficiencia y facilidad de uso, pero las generaciones anteriores son más escépticas acerca de sus beneficios. Para ellos, el temor de que la automatización industrial se haga cargo de los trabajos de los trabajadores humanos ya es muy tangible.

contrapartes humanas, por lo que los robots que se almacenan en el almacén tienen el potencial de reducir significativamente los costos a largo plazo.

2. Aeroespacial

La industria aeroespacial también está explorando aplicaciones nuevas y avanzadas en robótica

industrial. Aunque los investigadores humanos y los equipos de desarrollo son necesarios para conceptualizar los avances, visualizar nuevos planos y verificar la operatividad, la industria ha delegado gran parte del trabajo pesado a los robots industriales.

las primeras en sacar a los robots de la línea de ensamblaje y en roles de mayor alcance y responsabilidad.

Si bien algunos de estos temores son preocupaciones legítimas, la mayor automatización industrial generalmente es vista favorablemente por nuestra sociedad, asegura la experta Kayla Matthews. Como resultado, la tecnología de nueva generación está llegando a casi todos los rincones de la industria manufacturera y, a su vez, a lo largo de nuestra vida cotidiana.

Robótica, ¿Dónde?

1. Logística de almacén

Históricamente, la mayoría de las aplicaciones de robótica se limitaban a operaciones de línea de montaje. A medida que los robots industriales se vuelven más sofisticados y capaces de asumir más responsabilidad, los fabricantes han comenzado a explorar su uso en el almacén.

Los robots automatizados navegan en grandes almacenes y planos de planta complejos de forma mucho más rápida, segura y eficiente que sus



Boeing, que comenzó a operar en 1916 como Boeing Airplane Company, se centra en la automatización que “mejorará la seguridad de los empleados al eliminar los riesgos ergonómicos”, según el portavoz Nate Hulings. La compañía fue una de las primeras en implementar robots en el sector aeroespacial.

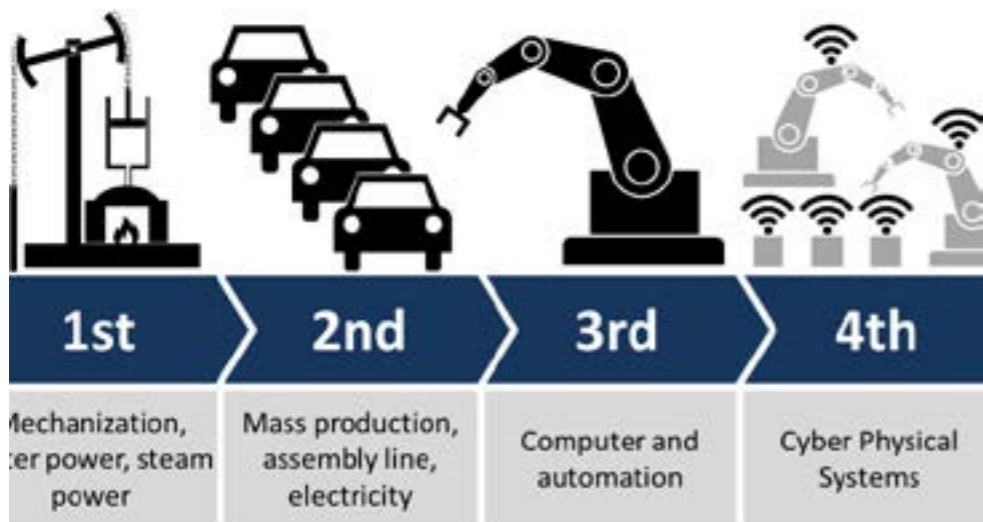
3. Fabricación Automotriz

Los principales fabricantes de automóviles han utilizado la robótica durante décadas, y la tendencia aumenta a medida que los robots se hacen más asequibles y eficientes. América del Norte recibió más de 20,000 nuevas unidades entre 2011



4. Carpintería y construcción

Los almacenes de madera y los sitios de construcción pueden albergar docenas de trabajadores individuales en cualquier momento dado. Entre contratistas y subcontratistas, trabajadores especializados y trabajadores en general, estos son entornos de trabajo agitados y acelerados. Para reducir parte de este caos organizado y ayudar a reducir costos, las empresas han trasladado gran parte del trabajo que solían hacer en el sitio a un taller o instalación de fabricación.



Ya sea que acepte la idea o se oponga firmemente a ella, no se puede negar que la integración generalizada de robots ya está sucediendo. Los expertos en este campo coinciden en que, al menos por ahora, los robots están atrapados en los trabajos monótonos y mundanos que los trabajadores humanos calificados preferirían dejar

Los robots construyen pallets fácilmente, cortan la madera a medida y lijan la madera de acuerdo con los requisitos exactos. Las casas manufacturadas están creciendo en popularidad, muchas de las cuales las ensamblan robots de próxima generación, al menos en parte. En algunos casos, los constructores incluso traen robots al sitio de construcción para trabajos simples de enmarcado.

pasar.

Abrazar el movimiento y trabajar en conjunto con la tecnología es necesario para descubrir el verdadero potencial de la robótica de próxima generación y para determinar el papel exacto que los humanos jugarán en la fabricación automatizada.

FSM Alliance

5. Muebles para el hogar y la oficina

Los consumidores a menudo ahorran dinero en muebles nuevos comprándolos en kits sin montar. Algunas piezas son más fáciles de ensamblar que otras, y algunos diseños complejos requieren herramientas especiales o hardware, que pueden o no venir con la compra.

Pero muchos fabricantes, incluido Steelcase, fabricante de muebles de oficina, son capaces de manejar la mayor parte de este trabajo antes del envío. Recientemente implementaron múltiples robots colaborativos controlados por computadora (o 'cobots') en su instalación de producción en Grand Rapids, Michigan.

En lugar de quitarles el trabajo a los trabajadores actuales, trabajan junto a ellos para manejar las tareas más arduas o mundanas, y al final resulta en un producto mejor.

Trabajando junto a robots, cobots y tecnología de próxima generación



EH
CORTINEROS

Prestige Hardware

NUEVO

ITALHOME

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

FINCSA
Fundición Inyectada del Centro S.B. de C.V.

www.fincsa.com

Suma 43 ediciones Expo Ocotlán Mueblera

Del lunes 12 al sábado 17 de Febrero de 2018 en la ciudad de Ocotlán, Jalisco, se realizó la edición 43 de Expo Ocotlán Mueblera en su tradicional sede de Expo Eventos.

A la realización acudieron más de 100 empresas expositoras que presentaron una extensa propuesta de muebles para el hogar, accesorios, complementarios, línea blanca y electrónica, colchones, decoración y accesorios para el hogar que se extendieron en más de 10 mil metros cuadrados de área de exhibición.



Entre las entidades representadas por los expositores destacaron las originarias de Jalisco, Michoacán, Estado de México, Cd de México, Coahuila, Guanajuato, San Luis Potosí, Aguas Calientes y Nuevo León.



La afluencia de visitantes superó a las 3,000 personas con clientes que llegaron principalmente del bajo y centro del país, así como reconocidas tiendas del norte y sur de la República. A destacar la labor de comité organizador por invitar compradores de Centro y Sudamérica; Belice, Guatemala, Honduras, El Salvador, Nicaragua, Costa Rica, Panamá, Colombia, así como mueblerías de los Estados Unidos de Norte América.



En el acto inaugural, el presidente del Consejo Directivo de la Asociación de Fabricantes de Muebles de Ocotlán (AFAMO), Sr. Pedro Jaime Zúñiga, puntualizó: "Esta exposición sigue manteniendo a Ocotlán como uno de los principales centro de producción de muebles del país... sabedores de la exigencia que tenemos como fabricantes de tener cada día más creatividad para satisfacer las necesidades del comprador."

Expositores y compradores llevan lo mejor de Ocotlán a todos los rincones del país...es un orgullo exhibir muebles y productos 100% hechos en México", afirmó.



En su intervención el presidente municipal de Ocotlán, Sr. Paulo Hernández, subrayó la relevancia del sector muebles para la región: "en función de los registros del Seguro Social (Imss), el grupo económico que más empleos genera, y lo digo en tiempo presente, dentro del municipio de Ocotlán, es la fabricación y reparación de muebles de madera, que en diciembre de 2015 registró un total de cuatro mil 720 trabajadores asegurados, concentrados en el 22.88% del total de trabajadores en el municipio. Hoy, tres años después, seguimos siendo punta de lanza con un incremento del 1.5% de gente que se incorpora a este sector industrial"

La próxima edición de Expo Ocotlán Mueblera se realizará del 13 al 18 de Agosto 2018.

Fuente: AFAMO

SANAIRE
Campanas para cocina
y Extractores para baño

LÍNEA COLONIAL CENTRAL
MODELO "HUATULCO"

Crea, diseña, colorea
Sanaire, especialista
en campanas

Oriente 225 #167, Col. Agrícola Oriental, Del. Iztacalco, C.P. 08500, Ciudad de México.
Tel: 5763.3591, 5763.3209, 01.800.704.8500, Fax 5558.3849
www.sanaire.com info@sanaire.com ventas@sanaire.com

Expo Mueble Internacional:

confirmó ser la feria mueblera más importante de América Latina.



En un ambiente de fiesta, negocios y un sinfín de gratos anécdotas, así se realizó la edición 37 de Expo Mueble Internacional que en su edición Invierno 2018 se realizó del 14 al 17 de febrero en Expo Guadalajara, recinto que resultó insuficiente para atender las peticiones de empresas deseosas de presentarse en la celebración de la feria del mueble más importante de Latino América

“Cada año tenemos innovaciones importantes, este año 2018 fue el Pabellón Textil” Roberto Quiñones Cornejo, coordinador del Comité de Exposiciones de Afamjal

Así lo subrayó la presidente del Consejo Directivo de la Asociación de Fabricantes de Muebles de Jalisco (Afamjal), Lic. Mercedes Abundis Sánchez en su discurso inaugural: “Gracias a la confianza que nuestros expositores han depositado en Afamjal, nuestra feria consolida año tras año su crecimiento. En esta edición, logramos cifras históricas en todos los aspectos: incrementamos



12% la superficie de exhibición y prevemos recibir a más de 15 mil compradores...

Lo mejor del mueble mexicano y una muestra representativa del extranjero llena todos los salones de Expo Guadalajara...cerca de 500 las empresas expositoras en un área de más de 65 mil metros cuadrados. Lamentablemente, por falta de espacio, nos fue imposible darle lugar a más de 20 empresas que se quedaron en lista de espera.

Es importante destacar que, tomando en cuenta sus dos ediciones, Invierno y Verano, la Expo Mueble Internacional rebasa ya los 115 mil metros cuadrados en superficie de exposición, lo que nos lleva a superar a ferias internacionales de países como Brasil, España,



Francia, Singapur, Malasia y Tailandia, entre otros.

Los números de la edición Invierno 2018 no tienen precedente. Sin embargo, para Afamjal, más importante que las cifras es el beneficio que nuestras ferias traen a las empresas participantes y, mucho más allá, a la economía de las familias de Jalisco y del país.

“Expo Mueble Internacional se ha confirmado como la mejor plataforma de negocios para nuestro sector”: Lic. Mercedes Abundis

Nuestros expositores llegan de 23 estados de la República y de países como Estados Unidos, Canadá, Turquía y Brasil, pues los industriales mexicanos del mueble hemos demostrado que sabemos competir leal y abiertamente en este mundo globalizado, con base en nuestra eficiencia,





calidad y creatividad.

Con los logros alcanzados en su trayectoria de 30 años, la Expo Mueble Internacional se ha confirmado como la mejor plataforma de negocios para nuestro sector: las ventas que en ella se realizan aseguran para las empresas expositoras su producción de los próximos tres y hasta cuatro meses. La derrama económica que se genera para la ciudad también es muy importante”.

Integrados a la nueva Revolución Industrial 4.0

“En nuestro avance continuo hacia el desarrollo de la industria mexicana del mueble, los empresarios estamos atentos a las tendencias de esta era digital y, por ello, trabajamos para integrarnos a la nueva Revolución Industrial, la Industria 4.0, a fin de mantenernos a la vanguardia y satisfacer las demandas y los deseos de un consumidor cada vez más exigente e informado.

Desde hace varios años, estamos empeñados en modernizar nuestra tecnología, adoptar nuevos procesos, utilizar materiales innovadores e impulsar aún más el diseño propio, herramientas que nos harán crecer en competitividad a nivel internacional.

Como puede observarse, la industria del mueble en Jalisco y en México no ha bajado los brazos ante

los obstáculos y las dificultades. Hemos superado retos y seguiremos haciéndolo en el futuro, porque nuestra vocación de emprendedores así nos lo exige.

Sin embargo, no podemos menos que señalar que existen factores negativos que afectan a la industria y a toda la sociedad, como es el grave nivel de inseguridad que se vive en gran parte del país...

Por supuesto, estos problemas no impedirán que los empresarios de la cadena productiva del mueble continuemos trabajando por el progreso de Jalisco y de México. En Afamjal haremos, como siempre, nuestra parte y por ello hoy reiteramos nuestro compromiso de mantener el liderazgo de Expo Mueble Internacional a nivel Latinoamérica.

A la vez, seguiremos impulsando al mueble mexicano para que sea cada vez más conocido y apreciado en el mundo y redoblabemos el esfuerzo para seguir creando riqueza y empleos”, así se expresó la líder de los industriales del mueble de Jalisco.

“Es un evento de innovación y diseño, con Jalisco líder en la fabricación de muebles; aquí están los principales fábricas de muebles de paneles”: Roberto Quiñones Cornejo

NUMERALIA

37va. Expo Mueble Internacional

- SUPERFICIE** +65,000 m2
- CANTIDAD DE STANDS** + 2,600
- NUMERO DE EXPOSITORES** + 480 empresas
- PAISES REPRESENTADOS** México, Estados Unidos, Canadá, Brasil Y Turquía
- COMPRADORES ESPERADOS** + 15,000 procedentes de México, Estados Unidos, Canadá, Brasil, Alemania, Italia, España y Centroamérica
- SALONES DE EXPOSICIÓN** Salón Jalisco, Salón Guadalajara, Salón de Eventos, Desfilia y Salón México.

Fuente: AFAMJAL



SALÓN INTERNACIONAL COMPONENTES, SEMIACABADOS Y ACCESORIOS PARA LA INDUSTRIA DEL MUEBLE

16 -19 DE OCTUBRE DE 2018

FERIA DE PORDENONE

Exposicam srl
Tel: +39 02 86995712
info@exposicam.it

www.exposicam.it



4^a 

convención
SMUEBLERÍA

7 - 10 Junio Puerto Vallarta
Hotel Villa Premiere



contacto@smuebleria.com
www.smuebleria.com



DESCUBRE
el mueble mexicano

EXPO
MUEBLE
BAJA CALIFORNIA

EN BAJA CALIFORNIA CENTER, PLAYAS DE ROSARITO

10-13 MAYO 2018

EXPOMUEBLEBAJACALIFORNIA.COM 

expos@afamjal.com.mx | ventasexpomueble@gmail.com



BAJA CENTER

Preparan 2ª. Expo Mueble en Panamá

La Cámara de Comercio, Industrias y Agricultura de Panamá (CCIAP) y la Asociación Nacional de Mueblerías e Instituciones de Crédito (ANAMIC), organizan la segunda edición de "EXPO MUEBLE, HOGAR Y OFICINA" que se llevará a cabo del 21 al 23 de septiembre del 2018 en el Centro de Convenciones ATLAPA en la Ciudad de Panamá.

EXPO MUEBLE, HOGAR Y OFICINA es una feria dirigida a compradores profesionales de la industria del mueble y accesorios nacional e internacional. Entre nuestros compradores se encuentran dueños de mueblerías, tiendas departamentales, tiendas comerciales, boutiques de diseño, cadenas hoteleras, diseñadores de interiores, arquitectos, brokers y proyectistas independientes, entre otros, así como al público en general.

Entre los productos que se estarán exhibiendo: salas, recamaras, comedores, mobiliario de oficina, mobiliario de exteriores, accesorios y complementos, muebles metálicos, iluminarias, lámparas, colchones, sillas, mesas, equipo en general de oficina, tecnología y equipos electrodomésticos entre otros que guarden relación con el hogar y la oficina.

Objetivos de la feria:

- Que las mueblerías y similares muestren los productos que tienen a la venta y puedan concretar ventas en sitio.
- Utilizar la plataforma como Outlet y liquidar mercancía de temporadas pasadas, últimas existencias y/o saldos.
- Dar a conocer las mueblerías y afines al público general para que visiten sus diferentes sucursales.
- Promocionar todo equipo de hogar y oficina para el cliente final.
- Que las empresas promocionen sus productos y servicios en materia de decoración.
- Ofrecer al público en general productos en buen estado que tengan en sus bodegas con poca rotación.

Para participar en el área de exhibición, lo podrá hacer en módulos de 9m2; estaciones de 36m2 y estaciones de 54m2.

Para participar como expositores solo deben confirmar recibido para que estén en lista de espera prioritaria. En cuanto el plano sea aprobado se les enviará primero a empresas confirmadas para que elijan su módulo según disponibilidad.

Más información con Itzel Gálvez:
Email: igalvez@panacamara.org
www.panacamara.com



EXPOS 2018

MARCH 18 - 21

China International Furniture Fair CIFF
Guangzhou, China
www.ciff-gz.com/en

28 - 31

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

APRIL 2 - 5

Wood Taiwan
Taipei, Taiwan
www.woodtaiwan.com

17 - 22

SALONE DEL MOBILE
MILANO, ITALY
www.salonemilano.it

MAY 8 - 12

Xylexpo
Milán, Italy
www.xylexpo.com

10 - 13

Expo Mueble Baja California
Rosarito, Baja California
www.expomueblebajacalifornia.com

JUNE 19 - 21

Expo AMPIMM
Ciudad de México
www.expoampimm.org

JUL 10 - 13

ForMobile
Sao Paulo, Brasil
www.feiraformobile.com.br

11 - 13

Expo Mueble San Luis Potosi
San Luis Potosi
www.expomueblesanluis.com

Jul 29 - Aug 2
Las Vegas Market
Las Vegas, USA
www.lasvegasmarket.com

AUGUST 13 - 18

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

15 - 18

Expo Mueble Internacional Verano
Guadalajara, Jalisco
www.expomuebleinternacional.com.mx

15 - 18

Tecno Mueble Internacional
Guadalajara, Jalisco
www.tecnomueble.com.mx

22 - 25

IWF ATLANTA
Atlanta, Georgia, USA
www.iwfatlanta.com

SEPTEMBER 11 - 14

FMC
Furniture Manufacturing China
Shanghai, China
www.furniture-china.cn

11 - 14

42th CIFF
Shanghai, China
www.ciff-sh.cn

OCTOBER 16 - 19

Expo SICAM
Pordenone, Italy
www.exposicam.it

2019

JANUARY 16 - 18

Magna Expo Mueblera Industrial
Magna Expo Mobiliario e Interiores
Ciudad de México
www.hfmexico.mx

Xylexpo, la feria italiana para maquinaria e insumos para muebles

La actividad vuelve a estar en pleno apogeo para la próxima edición de Xylexpo, la exposición internacional bienal de tecnología para la madera y suministros para la industria del mueble que se celebrará en FieraMilano-Rho del martes 8 de mayo al sábado 12 de mayo de 2018.

Todas las grandes marcas (Homag, Weinig-Holz Her, Cefla, Ima Schelling, Scm y Biesse, en esta secuencia) han presentado sus registros, algunos de ellos con una expansión significativa de su área de stand. Como resultado, los organizadores han decidido agregar una sala, hall 4.

Los pabellones 1 y 3 albergarán compañías especializadas en la producción de maquinaria y herramientas de procesamiento de paneles, acabados superficiales y productos relacionados, ferretería, materiales semielaborados y suministros; los pabellones 2 y 4 estarán dedicados a maquinaria y herramientas de procesamiento de paneles y madera maciza, equipos y herramientas de operación primaria, materiales semielaborados y accesorios complementarios.

De nuevo este año, en línea con un enfoque que Xylexpo adoptó hace varios años antes de todas las principales exposiciones internacionales, cada sala tendrá un "punto focal" representado por uno o más "gigantes" de la industria. En el pabellón 1, Biesse y Barberán jugarán este papel; en el pabellón 2, será Scm Group. Homag y Cefla serán el centro de atención en el pabellón 3, Ima y Weinig en el pabellón 4.

Numeralia edición anterior 2016

441 expositores, 122 del extranjero
29,189 metros cuadrados netos
17,415 visitantes únicos, 14.2% más que en 2014
29.1% de participación de visitantes internacionales

Con esta edición 2018 se cumplirá el 50 Aniversario de la primera edición de Xylexpo que se realizará en un momento macro positivo para la industria de maquinaria para la madera y de la industria del mueble en Italia, acto que favorece el aumento de la competitividad en estos sectores, recordando que Italia se encuentra en el Top 3 de los principales exportadores de muebles en el mundo, solo atrás de China y muy cerca de Vietnam que ocupa la segunda posición.

Xylexpo llega en buen momento para la industria internacionalmente y por ello se esperan visitantes de cerca de 60 diferentes países. La cita 8 al 11 de mayo de 2018 en Milán, Italia.

www.xylexpo.com



DISCOVER THE
EXTRAORDINARY

En el horizonte les espera nuestra espectacular colección de muebles y productos atractivos para cada hogar y estilo de vida.



LAS VEGAS MARKET
DEL 29 DE JULIO AL 2 DE AGOSTO

Regístrate ahora www.LasVegasMarket.com
International@lasvegasmarket.com



LAS VEGAS
MARKET™

Muebles | Accesorios de Decoración | Artículos de Temporada | Textiles para el Hogar | Muebles de Exterior
Accesorios de Moda | Table Top | Artículos de Cocina | Productos hechos a Mano | Antigüedades | Artículos de Regalos

IMAGINA TODO

EN IWF 2018

EXHIBIR O ASISTIR
www.iwfatlanta.com

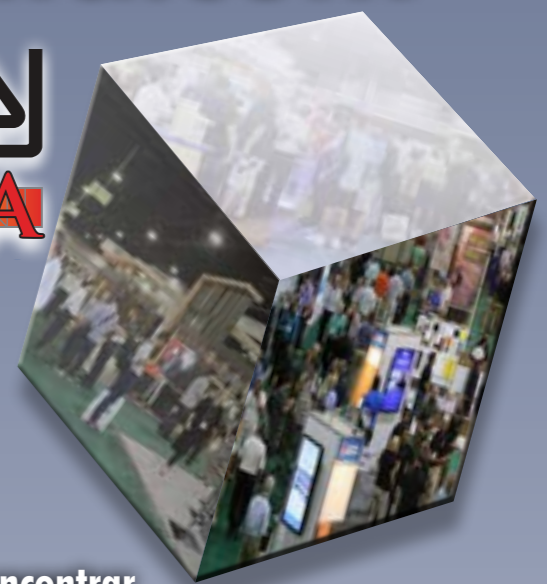


IWF
ATLANTA

2018

404.693.8333

404.693.8350



La mejor oportunidad para encontrar

- Constructores • Arquitectos • Instaladores
- Muebleros • Carpinteros • Diseñadores • Gabineteros
- Distribuidores • Instituciones • Fabricantes

Miércoles - Sábado Agosto 22 al 25 de 2018
Georgia World Congress Center - Atlanta, Georgia, USA



International Woodworking Fair, LLC®
is owned and sponsored by:





Deslizamiento ligero y suave: **ArciTech** Sistema de cajones con confort de deslizamiento

Con ArciTech logrará deslizar de manera elegante cargas de hasta 80 kg, ya que funciona con la corredera Actro la cual provee el funcionamiento ligero y suave gracias al exclusivo principio de prisma.

www.hettich.com Tel. (55) 5592 2212

Technik für Möbel

**Hettich**