

NotiMueble

EL PERIÓDICO DE LA INDUSTRIA MUEBLERA

Ikea apuesta por México: estrenará flagship store en Guadalajara con una inversión de 100 MDD

► México ha adquirido una ventaja competitiva en costos frente a China, esto puede cambiar las tendencias de importaciones de compañías de EU y Europa, dice un reporte de Bain & Company



La personalización y la innovación se han convertido en las estrategias más poderosas para llegar a los consumidores. Por ello, desde hace un tiempo las grandes empresas han volcado sus

esfuerzos en darle prioridad al servicio destinado al cliente, así como en mejorar la calidad de la experiencia que éste recibe.

El gigante sueco Ikea está comprometido en

apostarle a este modelo de estrategia en México: se conoció recientemente que estrenará una flagship store en Guadalajara, cuya inversión será de 100 MDD aproximadamente. **Pág.13**

Muebleros de Ocotlán denuncian afectaciones en sus ventas por inseguridad en estados vecinos

Los fabricantes de muebles del municipio de Ocotlán, expresaron y denunciaron la inseguridad que viven ante la violencia en Jalisco, junto con estados vecinos como Michoacán al transportar sus productos.



Famsa tiene nuevos dueños, los acreedores bancarios

► El grupo de control, que ahora recaerá entre los acreedores bancarios reconocidos, tras la celebración de un Contrato de Fideicomiso Irrevocable de Administración y Garantía "10678" **Pág.18**



CONTENIDO

Línea Editorial	4
Mueblerías	12
Informueble	22
Alrededor del Mundo	30
Interiorismo	38
Marcas	40



40 Años de informar al sector del mueble y proveeduría

► Dimos inicio en octubre de 1982, en la ciudad de Guadalajara y tenemos presencia en varios países del mundo del mueble, como la publicación mas relevante y seria del sector

NotiMueble

EL PERIÓDICO DE LA INDUSTRIA MUEBLERA



El tiempo pasa volando, quien iba a pensar que aquel octubre de 1982, se convertiría en un junio del 2022, cuando se ha estado editando, ininterrumpidamente, la publicación especializada

líder del SECTOR DEL MUEBLE.

NOTIMUEBLE, desde su fundación, en el marco de los directivos de la Asociación de fabricantes de muebles de Jalisco, se ha distinguido por ser el

medio especializado mas importante de América Latina, por su contenido, su periodicidad y seriedad con que se ha manejado su política, puertas abiertas en su contenido editorial.

Pág.14

Empresa china invertirá 200 mdd en nueva planta en Salinas Victoria

► Se trata del fabricante de muebles Kuka Home, que edificará su centro de producción en el Interpuerto; iniciará operaciones en el segundo trimestre de 2023



Hisense invierte 250 mdd en su segunda planta en México

► La segunda planta de Hisense en México se construye en Nuevo León, desde donde planea exportar electrodomésticos a todo el continente



Claves de la decoración de estilo escandinavo



Pág.28

Andrés Gutiérrez

Licenciado en Diseño Ambiental por la Universidad La Salle, con tan solo 33 años se trata de uno de los rostros más frescos del interiorismo en el país

Pág.38

Sealy

Posturepedic™

GOOD-NIGHT-MASTERS

NotiMueble

EL PERIÓDICO DE LA INDUSTRIA MUEBLERA

DESDE 1982

NUESTRA INFORMACIÓN Y NUESTRA CIRCULACIÓN
SON TU MEJOR DECISIÓN

Te ayudamos
a levantar pedidos



www.notimueble.com.mx
notimueble@notimueble.com.mx

Conoce esta nueva forma de informarte y descubre
por que Notimueble es mucho más que un impreso

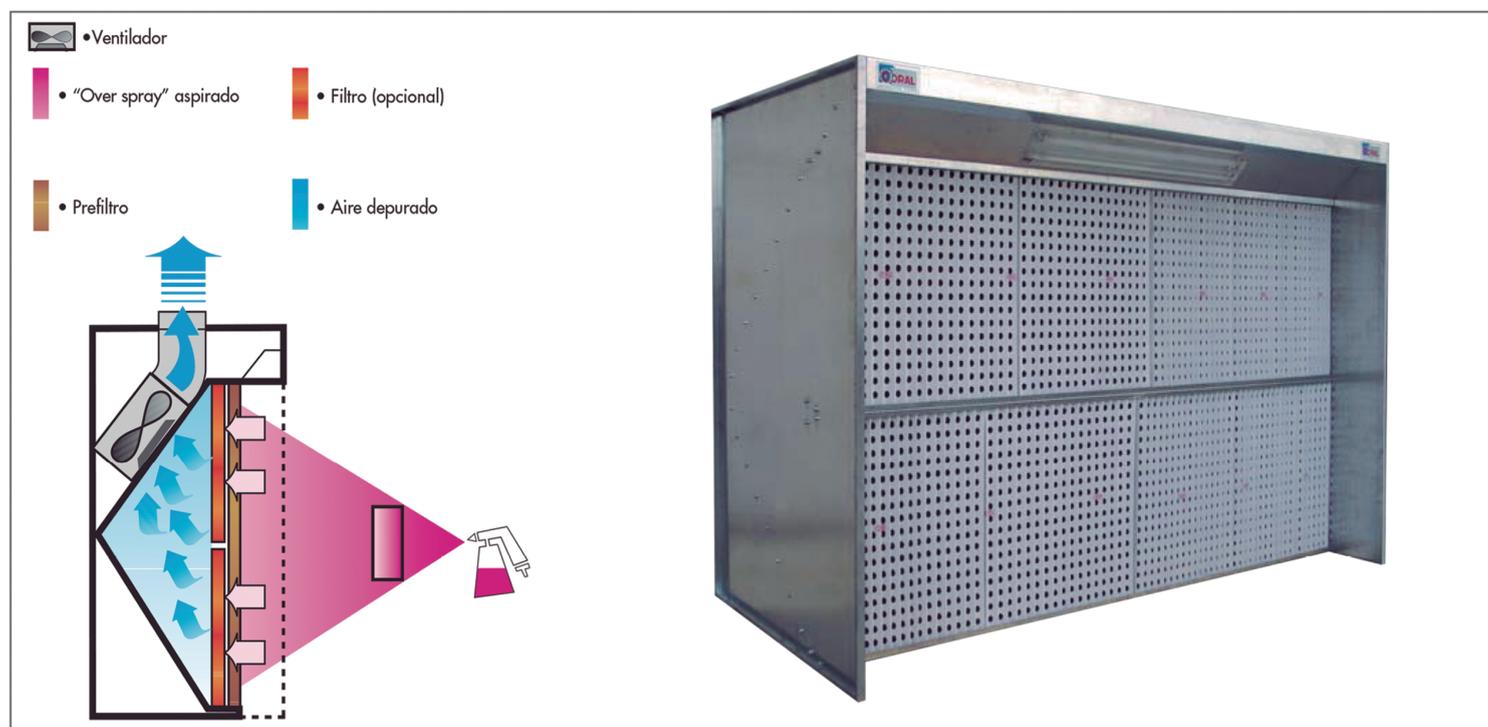
Argentina #822 Col. Moderna
C.P. 44190 Guadalajara, Jal.
Tels: (33) 3810-6790
3812-9324

Cabinas de Aspiración



Cabinas Italianas apropiadas para la pintura continua de piezas, incluso de grandes dimensiones, con ventiladores dotados de paletas giratorias de alto rendimiento anti-chispas que llevan a los más altos niveles la velocidad de captación a una distancia de 1 metro desde el frente aspirante.

Disponible también bajo pedido especial los siguientes accesorio: Paredes y Techo prolongados con dotación de serie de lámparas, Filtro Adicional de Papel y/o Filtro Adicional de Fibra de Vidrio.



1)	m ³ /h - c.f.m Caudal	n° Ventilador	Hp/Kw	mm Altura total	mm Ancho	mm Profundidad	mm Altura útil
ZV-8003 Cabina NB3 Coral	10000 - 5885	1	3/2,2	2146	3066	1375/2375*	1965

2)	m ³ /h - c.f.m Caudal	n° Ventilador	Hp/Kw	mm Altura total	mm Ancho	mm Profundidad	mm Altura útil
ZV-8004 Cabina NB4 Coral	14000 - 8240	2	2/1,5	2068	4068	1375/2375*	1965

Precios sujetos a cambios sin previo aviso.
No incluye IVA.

www.gruposayer.com

[f /SayerLack](#) [y /Gruposayer](#) [t @Gruposayer](#)

Sayer Lack  [®]
Barnices

EDITORIAL

40 Años de informar al sector del mueble y proveeduría

► Dimos inicio en octubre de 1982, en la ciudad de Guadalajara y tenemos presencia en varios países del mundo del mueble, como la publicación más relevante y seria del sector

El tiempo pasa volando, quien iba a pensar que aquel octubre de 1982, se convertiría en un junio del 2022, cuando se ha estado editando, ininterrumpidamente, la publicación especializada líder del SECTOR DEL MUEBLE.

NOTIMUEBLE, desde su fundación, en el marco de los directivos de la Asociación de fabricantes de muebles de Jalisco, se ha distinguido por ser el medio especializado más importante de América Latina, por su contenido, su periodicidad y seriedad con que se ha manejado su política puertas abiertas en su contenido editorial.

Notimueble, se ha recuperado de algunos ataques de solo unos cuantos directivos de agrupaciones muebleras, por haber cometido el "pecado" de no hacer lo que ellos indicaban. La política de puertas abiertas, desde un inicio, le ha dado a la publicación, una gran aceptación, debido a cubrir las necesidades de información sobre lo que sucede en el sector del mueble, la madera y artículos relacionados en proveeduría y tecnología.

Nació en el marco de la primera Expomueble de Guadalajara, que organizará Afamjal, bajo la dirección de Jorge Alarcón Collignon, quien fuera artífice del éxito del primer evento en su tipo en marzo de 1982. Varios industriales muebleros miembros del consejo directivo de Afamjal, fueron testigos y dieron su total apoyo a la creación, en forma independiente, de NOTIMUEBLE, una vez habiendo presentado la edición especial, sobre la primera exposición, realizada en el estacionamiento de Plaza del Sol. Mario Ascencio García, Arturo Torres, Esteban Solo, Jesús Gamboa, Leonardo Placencia, entre otros directivos dieron su visto



bueno para apoyar la aparición de Notimueble, una vez que la edición especial de la primera expomueble, resultara todo un éxito. Nosotros entregamos 5 mil ejemplares a Jorge Alarcón, para que sus ejecutivos, la enviaran a los compradores asistentes o no, de la primera Expo mueble.

La respuesta de los lectores, fue tal, que preguntaron, cada cuando se editaría la publicación. Por lo tanto Jorge Alarcón, convocó a una reunión, para dialogar sobre el particular. Arturo Torres, Mario Ascencio y el propio Jorge Alarcón, negociaron con Juan Manuel Reyes Brambila, sobre de que forma nacería una publicación similar a la enviada a los compradores del evento, editada por lo que al final se convertiría en Notimueble.

Una vez acordada la forma en que se iba a publicar NOTIMUEBLE, nombre sugerido por Jorge Alarcón, se determinó que Notimueble, sería una publicación independiente, pero apoyada por Afamjal, no de forma económica, sino anunciando la exposición y la contratación de anuncios por parte de los miembros de la asociación.

La primera Expo mueble,

se realizó en el mes de marzo y en mayo los directivos de Afamjal, se comunicaron conmigo para dialogar sobre lo anteriormente señalado en párrafos atrás.

Justamente, en el marco del primer seminario de la industria mueblera, realizada en las instalaciones de la Universidad Autónoma de Guadalajara, llegamos casi al final, con la primera edición de NOTIMUEBLE, y ahí inició una larga carrera editorial, con muchas dificultades y cambios en la manera de pensar de algunos ejecutivos de la agrupación.

Notimueble como publicación independiente, como se acordó, empezó a dar cabida a agrupaciones similares de otros estados del País, como Ciudad de México, SLP, Nuevo León, Durango, Chihuahua y algunas otras de Estados Unidos, España, Italia, Alemania, y mas ciudades en donde se realizaban exposiciones del ramo.

A estas alturas, varios industriales ya han sido llamados a la casa del Padre, como Mario Ascencio, Esteban Soto, Germán Lupercio, por mencionar algunos.

El romance entre Afamjal y Notimueble, duró muchos años de forma estrecha, sin

embargo, algunos directivos no les agradó que en sus páginas, también le diéramos espacio a otros organismos. Sin embargo durante 13 años la relación fue muy buena, entendible y corresponsable.

Expomueble, nunca hubiera sido la misma, sin el apoyo de Notimueble, debido a que la información del evento, trajo a mas expositores y por supuesto a mas compradores.

Hoy día a casi 40 años de distancia, Notimueble se sigue editando, ahora en forma digital, debido al impacto de la pandemia "chinavirus", en donde muchas empresas del sector cerraron sus puertas y otras mermaron su actividad.

Llegar a 40 años no ha sido fácil, sin embargo, aquí estamos comunicando a los empresarios del sector, con nuestros propios recursos, a pesar de bloqueos, y discriminaciones de directivos que en su momento tomaron este tipo de acciones, no obstante, Notimueble, sigue, continúa ejerciendo un periodismo, objetivo, con amplia información nacional e internacional del acontecer de la industria, proveeduría y comercio.

De este sector, que no ha aprovechado del todo bien,

Directorio
Notimueble
EL PERIÓDICO DE LA INDUSTRIA MUEBLERA



Miembro de la:
Unión Internacional de Prensa Profesional de Amueblamiento

Director general / editor:

Jorge A. Reyes L. Malo

- Edición y diseño: Raúl Fernando Villarreal Macías.

Publicidad: Salvador Molina

- Redacción: José Humberto Burgos, Paola Pérez Baltazar

Circulación y suscripciones:

Salvador Ocegueda

- Administración y

Contabilidad: C.P. Daniel Pérez

- Fotolito: Francisco Aldaba

- Impresión: José C. Aldaba.

Distribuido por: Servicio Postal Mexicano

Oficinas

y Talleres: Argentina 830

Col. Moderna 44190

Guadalajara, Jalisco.

Tel. 3812 9324

Las opiniones y los artículos

filmados por sus colaboradores

no son de responsabilidad de

esta casa editora

Visítenos en Internet:

www.notimueble.com.mx

Escribanos en: notimueble@

notimueble.com.mx

Es una publicación mensual

editada por: Promobiliario

Internacional, S.A., de C.V..

Argentina 830 Col. Moderna

C.P. 44190.

No. de Certificado de Licitud de

Contenido 1214 No. de Reserva

de Título de Derechos de Autor

04-2018-111419101200-102

las facilidades que se les han ofrecido, como incrementar sus exportaciones al vecino país del norte, donde sus exportaciones no causan impuestos y la cercanía territorial con el mercado más grande y lucrativo del mundo.

A partir de este ejemplar, daremos seguimiento a una serie de artículos relacionados con la aparición de la publicación líder en nuestro sector NOTIMUEBLE, el periódico del sector del mueble.



GOOD-NIGHT-MASTERS



Luis Pazos

Igualdad de ingresos, mito que da votos

Entredicho

*Política energética inhibió inversión en México:
International Chamber of Commerce*

ENTREDICHO

Política energética inhibió inversión en México: International Chamber of Commerce

► El presidente de esta organización calificó como “desafortunada” las consecuencias, pues debido a ello se incumplieron las expectativas económicas

Claus von Wobeser, presidente de la International Chamber of Commerce lamentó que las nuevas políticas del Gobierno Federal en materia energética hayan inhibido un mayor número de inversiones extranjeras hacia México.

“Hemos visto desafortunadamente una disminución en el número de las inversiones que se esperaban, claramente se incumplieron las expectativas, hablo de datos oficiales del propio Banco de México y del INEGI”, precisó el dirigente de la ICC México.

Comentó que en el actual gobierno, México se ha instalado en el quinto lugar entre los países con mayor número de disputas comerciales, derivado de las nuevas políticas en el sector energético.

En el marco de la Conferencia de la Corte Internacional de Arbitraje de la ICC global,



expuso que las inversiones que se esperaban eran muy necesarias y hubieran beneficiado la economía mexicana en una época de recuperación de pandemia, en donde, por cierto, “aún no hemos recuperado los niveles de crecimiento que teníamos antes de ella”.

Por su parte, Alexander Fessas,

secretario General de la Corte Internacional de Arbitraje de la ICC, aseguró que México tiene una prominencia muy particular para la Corte de Arbitraje Internacional; porque comenzó a ser frecuente la utilización del arbitraje por las empresas en contra de las agencias (dependencias o instituciones)

del Estado Mexicano en 2021, a tal grado que se colocó entre los primeros 10 lugares y más recientemente llegó al top de los 5 con más litigios.

“México ocupa el quinto sitio en número de disputas, sólo detrás de los Estados Unidos, Brasil, España y Emiratos Arabes”, confirmó al referirse a los litigios.

Acerca del tema: arbitraje internacional, afirmó que es, esencialmente, el mecanismo de resolución de disputas para los negocios entre fronteras, donde la Corte Internacional de Arbitraje de la ICC juega un papel importantísimo porque más de 80 % de los negocios en el mundo, de acuerdo a una encuesta, “dijeron que prefieren el arbitraje de la ICC sobre cualquier otro método de resolución de disputas”.

LA OPINIÓN DE LUIS PASOS

Igualdad de ingresos, mito que da votos

La experiencia nos enseña que generalmente el proceso de la reducción de la pobreza va acompañado de un aumento de la desigualdad.



progresivos de impuestos a los ricos y con esos recursos, reducir teóricamente la desigualdad mediante la repartición de dinero por los gobernantes a los pobres. Ese objetivo no solo está en la agenda de la izquierda, hay sacerdotes, empresarios e intelectuales de buena fe que ven como un mal social la lógica desigualdad de ingresos en el camino hacia el progreso.

El verdadero problema social a superar no es la desigualdad de ingresos, sino la pobreza. La experiencia nos enseña que generalmente el proceso de la reducción de la pobreza va acompañado de un aumento de la desigualdad.

Los pobres quieren progresar, no ser iguales, aunque gobernantes demagogos los hacen creer que la repartición igualitaria de la riqueza por el Estado es más equitativa que la del mercado y justifican con ese mito el capitalismo de Estado.

La igualdad que se debe buscar en un país democrático es ante la ley y de oportunidades, no la mítica, pero redituable políticamente, igualdad de ingresos.

China, en 1981, todavía con la estructura socialista de Mao, según el Índice de Gini, tenía un 28.8 de desigualdad, lo que significa que prevalecía una gran igualdad. En el

Índice de Gini, entre menor es el número, más igualdad, y a mayor número, más desigualdad. Al abandonar de hecho el socialismo, abrir las Zonas Económicas Especiales o islas de capitalismo, que implican bajos impuestos, flexibilidad laboral y libertad de producción, China aumentó la desigualdad hasta al 38.5 (2016), según el Índice de Gini, pero salieron de la pobreza más de 700 millones de chinos.

El estado de California tiene un alto grado de desigualdad, un 48.9, mayor al de México, 45.4, pero con un ingreso promedio por habitante nueve veces

mayor al de México. En ese estado de la Unión Americana millones de mexicanos ganan en una hora lo que muchos mexicanos reciben de salario por varios días en su país. Los envíos de dólares por trabajadores mexicanos en California representan casi 50 por ciento de las remesas que llegan a México, más de lo que recibimos por exportaciones de petróleo. Hay que reducir la pobreza, y no engañar al pueblo con el mito de la igualdad de ingresos, que solo justifica más impuestos y una repartición de dinero por los gobernantes para ganar votos, sin reducir estructuralmente la pobreza.

Una bandera utilizada por muchos políticos es la reducción de la desigualdad y alcanzar una igualdad de ingresos. Esa retórica sirve para justificar aumentos

WENDY[®]

COLCHONES

Descanso para afrontar cada día.[®]



**UNA ACTITUD COMIENZA
POSITIVA CON UN BUEN
DESCANSO**
POR ESO ELEGÍ WENDY

Colchones Wendy S.A. de C.V. Calle 3 #1401 Zona Industrial, Guadalajara, Jalisco CP 44940
Tel. 01 800 96 11000 www.wendy.com.mx



facebook.com/ColchonesWendy

Colores que triunfarán en 2022 en decoración

► Con el mobiliario adecuado y una buena organización se pueden aprovechar al máximo todos los espacios de las viviendas pequeñas

La tendencia por crear ambientes acogedores y armónicos, que pegó fuerte en 2021, seguirá en alza este año. Por eso, los colores más serenos y cálidos del círculo cromático como el blanco roto, el beige o el arena estarán de moda en 2022. Pero no serán los únicos.

En esa misma línea de buscar nuestro bienestar emocional, sentiremos especial predilección por los tonos tierra y terracota, así como por gama de los azules y los verdes, colores que nos conectan con la naturaleza. Además, nuestro deseo por recuperar el optimismo y la vitalidad después de los dos años tan convulsos que dejamos atrás, nos llevará a introducir pinceladas de colores alegres como rosas, naranjas, amarillos y morados, que aportarán un soplo de aire fresco a la decoración. ¿Por qué crees, si no, que el Very Peri fue elegido color Pantone 2022?

BLANCO CON UN PUNTO CALIDO

Sereno, elegante, luminoso... El blanco lo tiene todo para convertirse en uno de los colores que arrasarán en 2022, pues pocos como



él contribuyen a crear esa atmósfera relajada, natural y confortable que buscamos para nuestra casa. Pero como sabes no todos los blancos son iguales: apuesta por tonos con matices amarillos, beige o marrones que aporten calidez.

¿Crees que puede quedar soso o aburrido? Elige un blanco roto para las paredes y para las piezas más voluminosas del mobiliario y añade

contrapuntos de color a través de los complementos. Elígelos en dos o tres tonos más subidos y en tejidos y texturas de distinto tipo para sumar riqueza visual.

BEIGE CLARO PARA AMBIENTES RELAJADOS

Este tono es ideal para sumarse a la tendencia del minimalismo cálido. Aporta calma, es natural y muy versátil, ya que encaja en todos los espacios de la casa y es muy fácil de combinar con otros colores y materiales. Queda genial con blanco, pero también con tonos contrastados, como grises o verdes oscuros, sin duda, una mezcla de lo más relajada y elegante.

Si en tu salón o en tu dormitorio predominan los muebles de madera, reserva el beige para pintar las paredes y lograrás que este fondo realce la decoración.

TONOS TIERRA, UN PLUS DE NATURALIDAD

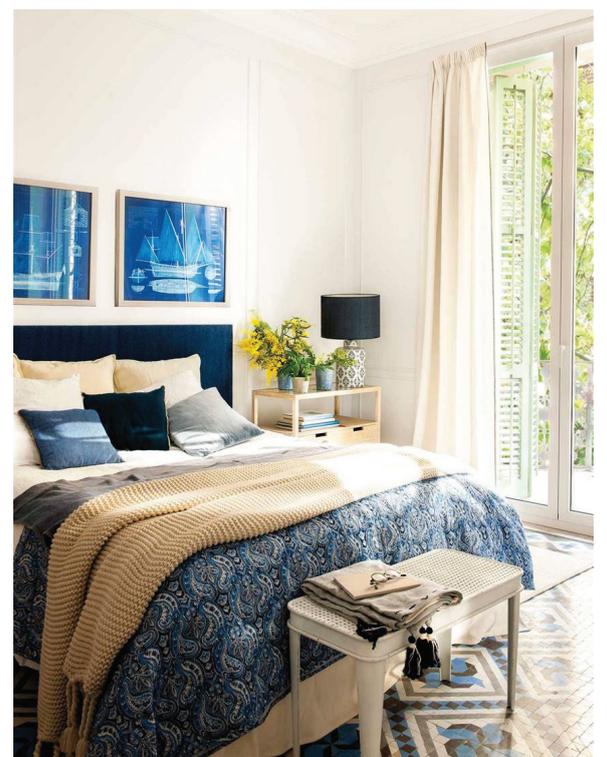
Esta gama cromática va mucho más allá del beige y el crema. También los verdes, marrones y mostaza son tonos tierra y te ayudarán a lograr un



TERRACOTA, UN COLOR CON MUCHA PERSONALIDAD

look natural en cualquier estancia de tu casa. Si tienes dudas sobre cómo usarlos, acertarás seguro si pintas las paredes en una tonalidad suave y eliges las telas y tapicerías en uno o dos tonos más subidos. ¿Quieres aportar un plus decorativo al conjunto? Añade pinceladas en un tercer color de la misma gama.

Con este tono rojizo, conseguirás atmósferas cálidas, relajadas y naturales. Se trata de un color intenso con mucha personalidad y un cierto aire entre rústico y étnico que, además, queda bien con todo. Eso sí: al ser un color





azules también serán tendencia. En las paredes, se llevan los tonos suaves y apagados como el Aire Fresco –elegido color del año 2022 por la firma Bruguer– o los azules grisáceos, perfectos para lograr atmósferas serenas.

Si las paredes de tu casa son blancas, introduce el azul a través de los muebles y complementos. Juega con tonalidades oscuras, como el marino, el azul navy o el índigo, y conseguirás un ambiente con una fuerza y una elegancia sorprendentes.

EL ROSA VUELVE A PISAR MUY FUERTE

Si la temporada pasada uno de los colores tendencia fue el rosa empolvado, pastel, nude o clarito (llámalo como quieras), en 2022 el color

con mucha presencia, lo ideal combinarlo con otras tonalidades naturales, como beiges y arenas y verde musgo o celadón, que relajen y envuelvan más el ambiente. Y si no te atreves, ya sabes: siempre puedes reservarlo a pequeños detalles y complementos, como los cojines.

PAREDES EN VERDE

Aunque mejor si optas por tonalidades suaves, que incluyan unas notas de negro para matizar su intensidad y lograr un efecto más sereno y elegante. Recuerda también que conviene equilibrar el ambiente con tonos neutros y muebles de madera clara. Si además incluyes complementos en un color de contraste (como en este salón, donde el sofá se animó con unos cojines en amarillo y terracota), lograrás dinamizar el conjunto.

DEL VERDE AGUA ALESMERALDA

Pasando por tonalidades musgo, bosque o helecho, lima y manzana. El verde, quizás por simbolizar la esperanza, el optimismo, la armonía y el progreso, además de la naturaleza, será uno de los colores que tendrá mayor protagonismo en 2022. Solo tienes que entrar en las webs de tiendas de decoración como La



Redoute, Maisons du Monde y Kave Home para ver la enorme variedad de muebles y complementos en distintas tonalidades de verde que nos proponen para este año.

¿Por qué no llevas esta tendencia a tu dormitorio? Decora la cama con cojines en distintas tonalidades de verde, lisos y estampados. Juega con tres o cuatro tamaños diferentes y procura no utilizar más de tres prints distintos o el ambiente quedará recargado.

LA GAMA DE LOS AZULES

El azul es uno de los colores más utilizados en la decoración de interiores. Y en 2022, las tonalidades

más dulce del círculo cromático arrasará en toda su gama de tonalidades: desde los tonos pastel hasta los neones, pasando por el rosa fresa, el fucsia y el magenta. ¿Sabes con qué otras tonalidades lo vas a combinar? Con pinceladas verdes o violeta.

ATRÉVETE CON EL NARANJA

¿Qué ganas tenemos de respirar optimismo y vitalidad! Y se nota en otro de los colores que estarán de moda en 2022: el naranja, un color vibrante, alegre, juvenil que pondrá una dosis de energía y entusiasmo en cualquier estancia de tu casa. Puedes comenzar



con pequeñas pinceladas en cojines, mantas o plaid.

¿Con qué otros colores combina? Con marrones, azul, negro, blanco y grises. Y si la timidez no es lo tuyo, siempre puedes pintar las paredes en este color. Tú decides si un solo frente o toda la estancia, en un tono intenso o en uno más apagado y sereno. Sea cual sea tu elección, de lo que no hay duda es de que lograrás un espacio con una estética alegre y viva.

AMARILLO + FLORES: DOBLE DE ENERGÍA Y VITALIDAD

Al igual que el naranja, el color amarillo se asocia con la luz, la alegría y la prosperidad y también crea ambientes positivos y agradables. Va bien con azules, morados, naranjas y blancos; con muebles lacados en blanco y con casi todo tipo de maderas

(mejor evitar los acabados muy claros) y encaja con cualquier propuesta decorativa.

Quizás una pared de color amarillo liso no sea apto para todos los gustos, pero ¿qué te parece si es el fondo de un estampado de flores? La dosis de buen rollo está asegurada.

VERY PERI; VIDA, ALEGRÍA Y DINAMISMO

Según el Pantone Color Institute, este color violeta, una tonalidad azul fusionada con un rojo violáceo, predominará en el mundo de la moda y el diseño de interiores en 2022. Así que, como seguro que, tarde o temprano, acabas llevando a casa algún que otro complemento en este color, mejor que tengas en cuenta con qué otros colores queda bien: negro, blanco, fucsia, tonos tierra y gris. ¡Incluso el amarillo!



¿QUÉ HAY DE NOVEDADES?

Por: José Humberto Burgos

✓ Novedosos estilos de muebles y otros artículos formaron parte de la Expo Mueble que se realizó en el Centro de Convenciones Baja California Center.

Durante el acto inaugural, la directora de la Expo Mueble, dijo que después de 2 años de ausencia debido a la pandemia, este día fue posible llevar a cabo este importante evento en su quinta edición.

Detalló que más de 100 expositores se han sumado al evento, no solo de la región sino de otros estados del País, como Jalisco, Ciudad de México, Puebla, Oaxaca, Coahuila, Chihuahua y Guanajuato, entre otros.

También contaron con expositores de Estados Unidos mencionó, que participaron en este evento.

Al respecto el Secretario de Turismo en el Estado, Miguel Aguiñiga Rodríguez, mencionó que en plena recuperación de la pandemia, eventos como éste fortalecen la actividad económica.

Mencionó que contaron con la presencia de más de 6 mil personas durante los días que duro la exposición, por lo creo una expectativa alta, sobre todo por la cantidad de expositores que hay, que son obras de arte hechos muebles y ofrecen a la gente comprar a precios directos.

La alcaldesa de Rosarito Araceli Brown, dijo por su parte que este evento coloca a la ciudad como punta de lanza en todo México, por lo que la expo contribuirá para que la economía se siga fortaleciendo.

✓ La empresa fabricante de muebles para el hogar Kuka Home, de origen chino, colocó la primera piedra de lo que será su centro de producción en el Interpuerto, Salinas Victoria, Nuevo León.

Para esta nueva planta la empresa invertirá más de 200 millones de dólares.

Rain Jin, vicepresidente de negocios internacionales de Kuka Home México, explicó que el inicio de operaciones será en el segundo trimestre del 2023, siendo el principal mercado el norteamericano, aunque un porcentaje de la producción se quedará en México, dado que tienen como clientes a Liverpool y otras tiendas departamentales.

La superficie donde estará la nave industrial será de 36 hectáreas y vendrá a generar unos cuatro mil empleos.

“Un porcentaje de los insumos serán nacionales y otros los traerán en China, aunque se prevé que vendrá proveeduría china. Está previsto convertir esta base en la base de fabricación más grande de Kuka Home en América del Norte, dentro de los próximos tres años, integra investigación, producción y ventas”.

La planta que estará en el Interpuerto, la cual representará un 28 por ciento de las ventas globales de la corporación Kuka Home, es el fabricante líder mundial en el diseño, desarrollo y producción de muebles tapizados cómodos, elegantes y de alta calidad, indicó la vicepresidente.

“Ofrecemos la selección más grande de la industria de sofás y seccionales fijos y móviles, sillones reclinables, camas tapizadas, sillas decorativas y colchones que se venden en más de 120 países y

regiones”.

Kuka Home tiene fábricas en China, Vietnam y México, sus ventas globales al año ascienden a más de dos mil millones de dólares en el 2020.

Por su parte, Iván Rivas, secretario de Economía de Nuevo León, consideró que los factores que llevaron a Kuka Home a elegir al estado como su base de producción son: el capital humano altamente capacitado, la posición geográfica y la cercanía con el Puente Colombia, lugar donde realizarán las exportaciones a Norteamérica.

Destacó que en el centro de producción Kuka Home contempla integrar un centro de investigación y desarrollo.

“Para esta factoría la empresa requerirá de técnicos especializados e ingenieros, en este momento son mil 500 empleados lo que han generado en otra planta que tiene la empresa en el municipio de Apodaca, se estima que para finales de 2023 serán en total cinco mil empleos solo en Nuevo León”.

Por su parte, Raúl Cantú de la Garza, alcalde de Salinas Victoria, mencionó que la posición geográfica que tiene el municipio es lo que ha hecho que las diferentes empresas extranjeras volteen a ver. “Salinas Victoria es tierra fértil, tierra de oportunidades y donde encontrarán mano de obra”, añadió.

✓ Organización Soriana inaugurará el próximo miércoles dos nuevas tiendas en Chiapas, mismas que requirieron una inversión de 870 millones de pesos.

La apertura de las tiendas de los formatos Soriana Híper y el club de precios City Club aumentarán la oferta comercial de la plaza al inaugurar y formar parte de un nuevo centro comercial denominado ALAIA ubicado al sur de la ciudad de Tapachula, Chiapas.

Con ello, la compañía de la industria de autoservicios sumará 800 unidades en operación en el país.

Entre enero y marzo de este año, los ingresos de Organización Soriana reportaron fueron de 37 mil 408 millones de dólares, cifra que representó un incremento de 7.2 por ciento a tiendas iguales (es decir, aquellas con más de un año de operación).

De acuerdo con su reporte financiero enviado a la Bolsa Mexicana de Valores (BMV), a unidades totales (contemplando las aperturas de los últimos 12 meses) la cifra es 7.7 por ciento superior al primer trimestre del año pasado.

La firma destacó que durante el periodo abrió cuatro tiendas en el país; en sus resultados positivos formaron parte también un buen dinamismo en el formato supermercado y City Club, así como una constante recuperación en los ingresos inmobiliarios por rentas de locales comerciales, que se relaciona con la reactivación generalizada en el tráfico de centros comerciales.

En el primer cuarto del año, el flujo operativo (Ebitda, por su sigla en inglés) de Soriana se ubicó en 2 mil 879 millones de pesos, que significa un alza de 1.9 por

ciento en comparación con el mismo periodo de 2021.

✗ Los fabricantes de muebles del municipio de Ocotlán, expresaron y denunciaron la inseguridad que viven ante la violencia en Jalisco, junto con estados vecinos como Michoacán al transportar sus productos.

El director general de Salas Carcho, Jorge Ulises Carrillo Cholico, comentó a lo que se enfrentan con la inseguridad y cuáles son las pérdidas que tienen:

“Desafortunadamente se está viviendo una ola de inseguridad, prácticamente en todo el territorio de México. Esto nos afecta más porque a ciertos lugares no entregamos. Tristemente dejamos ir clientes tanto mayoreo como menudeo porque existe un riesgo muy latente de robo al día y a los clientes, les afecta el hecho de no tener el producto de calidad como el que se oferta aquí en Ocotlán”.

La mayoría de los muebleros han vivido experiencias bastantes desagradables desde pérdidas de productos, transporte, amenazas, incluso pagos forzados para poder pasar su mercancía por cierta área.

Por otro lado, otro mueblero que decidió hablar bajo el anonimato compartió que más de una vez en el Estado de Zacatecas su equipo de trabajo ha tenido que abandonar su producto junto con el vehículo de transporte por amenazas y golpes.

“Es algo muy delicado pues realmente no hay alguien que ponga un alto a veces están otras no, en lo personal nuestras derramas económicas son altas más de una ocasión hemos perdido camiones enteros y nadie nos repone eso. También nosotros pagamos los daños físicos y materiales de nuestros choferes cómo de la empresas”.

Las medidas que deben tomar los muebleros son varias desde no entregar en dicho lugar, cambiar horarios, buscar otros proveedores, forma y el cliente tiene que venir por su producto para no arriesgar ni mercancía ni personal, comentaron los empresarios.

✓ La personalización y la innovación se han convertido en las estrategias más poderosas para llegar a los consumidores. Por ello, desde hace un tiempo las grandes empresas han volcado sus esfuerzos en darle prioridad al servicio destinado al cliente, así como en mejorar la calidad de la experiencia que éste recibe.

El gigante sueco Ikea está comprometido en apostar a este modelo de estrategia en México: se conoció recientemente que estrenará una flagship store en Guadalajara, cuya inversión será de 100 millones de dólares (MDD) aproximadamente.

La flagship store de Ikea en Guadalajara

Ricardo Pinheiro, director comercial de Ikea México, detalló que la cifra destinada a la flagship store de Guadalajara es equivalente a la que utilizaron para levantar el primer establecimiento físico de la marca en nuestro país, ubicado

específicamente en Ciudad de México.

En cuanto a los siguientes pasos de la compañía, confirmó que serán los siguientes:

- Crear una tienda dedicada exclusivamente al comercio electrónico, que beneficiará a los habitantes de Puebla.

- Reforzar la plantilla de la fábrica levantada en Saltillo, la cual dispone de más de un millón de metros cuadrados de terreno y confecciona colchones, sofás y almohadas: pasará de 500 colaboradores a 1000 personas en los próximos meses.

- Expandir la tienda digital en Monterrey, con el propósito de cubrir el triángulo de la capital mexicana a Guadalajara y Nuevo León.

- Suministrar materiales y productos, desde la fábrica de México, a países vecinos tales como Colombia y Perú.

“México es uno de los mercados más importantes para la expansión y está entre los 10 países en muebles para decoración del hogar y a partir de ahí, el país toma una posición estratégica en el plan de inversión y es la primera vez que nos expandimos en América Latina con la entrada en México, pues el potencial es enorme y es una economía fuerte”, destacó Pinheiro.

✗ Reynaldo Porras Meléndez, presidente de la Asociación Única de Fabricantes de Muebles de Delicias, estimó que el 30% de las fábricas de muebles en esta zona cerró desde octubre de 2020, por el aumento de hasta un 100% en los costos de las materias primas.

Sin dar un número preciso, el presidente de los industriales del mueble señaló que cerca de la tercera parte de las empresas del ramo cerraron sus puertas, al encarecimiento de las maderas y tableros industrializados como el MDF, aglomerados, triplay y enchapados, que son la materia prima principal.

El costo de dichos materiales, que se producen tanto en los estados de Chihuahua, Durango y Estado de México, como en países extranjeros como Chile, se elevó entre un 80 y un 100% desde hace casi dos años, a lo cual se sumó la falta de abastecimiento.

“Las materias primas siguieron a la alza, eso no se paró, obviamente ya en porcentajes menores; lo que sí es que ya no hay problemas de abastecimiento, son mínimos... porque se conjugaron ambas cosas: no había insumos y también los incrementos altísimos, por lo menos el abastecimiento está bien”, destacó Porras.

El impacto de lo mencionado anteriormente tuvo como primer impacto la subida en los precios de los muebles. En Delicias, los empresarios se especializan en la fabricación de recámaras, pero también hay quienes elaboran comedores, cocinas, salas y centros de entretenimiento.

La crisis, dijo el entrevistado, está golpeando al cien por ciento de los industriales de esta zona, quienes han visto sus ventas reducidas a la mitad. “Nada que ver con el 2020, o con el año pasado”, lamentó Reynaldo Porras.



Natural Leather Furniture Factory Design



Plaza Sinfonía Lomas de Angelópolis

sinfonia@naturalleather.mx 222 283 80 28

Arte Cuero Diseño Confort



PROYECTOS ESPECIALES: HOTELES, RESTAURANTES, HOSPITALES.

LASDDI especialistas en mobiliario de diseño con gran nivel de acabados

Por: Paola Pérez

LASDDI es una marca registrada de Atelier de Estudios Metropolitanos S.A. de C.V. En Lasddi se dedican a la fabricación e importación de mobiliario. Contando con un equipo de diseñadores que continuamente está en busca de innovaciones y actualizándose en tendencias para satisfacer las necesidades de nuestros clientes de diseño y decoración.

Se especializan en mobiliario de diseño, réplicas con gran nivel de acabados, así como una atención personalizada e integral para proyectos de cualquier escala, ayudando a seleccionar el mobiliario más adecuado las necesidades, acompañando a sus clientes en la experiencia de compra hasta lograr tu completa satisfacción.

Su Showroom se encuentra muy cerca del corredor cultural Chapultepec, donde el cliente puede agendar una visita para ver y sentir la calidad de sus muebles.

También cuentan con su exclusivo servicio de Mobiliario Contract, mediante

el cual pueden ofrecer a clientes mayoristas, mobiliario a la medida para proyectos de interior y exterior en hotelería, turismo y gastronomía, adaptándose a las necesidades y especificaciones de cada proyecto.

Diseños Simples, excelente calidad, alta funcionalidad, así como también la accesibilidad, son las bases que dirigen el curso de la empresa y productos.

En el Workshop moldeamos diseños que remiten a los años dorados del movimiento moderno, así como a la estética Escandinava que influyó en gran medida dentro de nuestra sociedad contemporánea. Lasddi Workshop funciona como un colectivo de diseño, donde todo su equipo participa y comparte conocimientos y técnicas de la industria, mientras evolucionan e introducen nuevas ideas y materiales, desarrollando productos que mantienen viva la esencia y los valores del Movimiento Moderno.

Es ésta clara visión y compromiso, la que les permite ser una referencia en cuanto a



mobiliario moderno en México.

Para LASDDI, la calidad es lo más importante en la elaboración de sus diseños, además de la estética se aseguran de utilizar materiales de la más alta calidad para la fabricación de los muebles, teniendo un fuerte compromiso de satisfacer las necesidades del cliente, por lo que desarrollan una serie de diseños que se pueden personalizar, fabricando muebles hechos a la medida para cumplir las necesidades de cada proyecto.

Los principios de LASDDI son simples: Precios accesibles, construcción de alta calidad y

una gama de características personalizables.

Este compromiso con la calidad es lo que les permite garantizar todos los productos que fabrican.

Cuentan con un catálogo online de muebles de diseños exclusivos, así como también una amplia variedad de estilos de diseños modernos en sillas, salas, comedores, mobiliario de oficina, iluminación, accesorios y más.

Sus productos son accesibles porque creen en la idea de que se puede tener un espacio con mobiliario moderno y de alta calidad,

sin tener que recurrir a piezas impagables.

También cuentan con servicio B2B, por lo que, si el cliente se dedica a la compra/venta de mobiliario, puede registrarse como empresa y de esta manera le harán llegar promociones exclusivas, atención especializada y siempre tendrá el respaldo de la marca.

En Lasddi se esfuerzan por brindar un excelente servicio a sus clientes, creen que la calidad en el servicio es un aspecto que los distingue y se enfocan en dar atención personalizada, contando con un grupo de asesores en quienes se pueden apoyar para cualquier consulta que se tenga sobre el proceso o productos, ya sea por medio del chat en su página web, correo electrónico o vía telefónica, para LASDDI, es un gusto atender y dar seguimiento en todo momento para que se tenga la mejor experiencia de compra. Además de contar con su Showroom donde pueden visitar para ver y comprobar la calidad de los productos.

Galerías El Triunfo cumple 3 años en Hermosillo

► Con la llegada de la tienda a Hermosillo hace tres años sumas 45 tiendas en las principales ciudades de México, de las cuales 44 son físicas y una es virtual

Por: Paola Pérez

Con una diversidad de muebles y artículos de decoración únicos, novedosos y creativos, Galerías El Triunfo llegó a Hermosillo hace tres años como parte de la expansión de la cadena que cuenta con 45 sucursales en todo el País, y ha sido todo un éxito para los habitantes.

La misión con la que se creó Galerías El Triunfo hace 38 años es brindar felicidad y satisfacción a cada uno de los clientes al momento de realizar una compra con los mejores y más novedosos artículos, detalló Guillermo López López, especialista en decoración de interiores de la firma.

“La empresa se fundó en 1981 en la Ciudad de México, en ese entonces se llamaba Librería y Papelería; tenemos 45 tiendas en las principales ciudades de México, de las cuales 44 son físicas y una

es virtual.

“En la Ciudad de México tenemos 17 tiendas y de ahí tenemos en Guadalajara, Monterrey, Puebla, Cancún, Mérida, Villa Hermosa, Tuxtla, Veracruz, Querétaro, León, San Luis (Potosí), Morelia, Vallarta (Riviera Nayarit), Culiacán, Saltillo y Hermosillo”, indicó.

López López precisó que la cadena de mueblerías y decoración tiene cerca de 880 empleados en todo el País, de los cuales 20 conforman la plantilla de personal de la sucursal ubicada en la capital sonoreense.

La inauguración de Galerías El Triunfo, ubicada en bulevar Eusebio Francisco Kino número 1114 de la colonia Pític, se realizó y estuvo a cargo de Priscila Sánchez, encargada de Recursos Humanos en Hermosillo y Guillermo López López.

Opciones para todos



“El concepto es totalmente decorativo, conceptual también en algunas áreas porque está dirigido a restauranteros, hoteleros, también tenemos una parte de ventas para decoradores que se dediquen a decorar salones de fiesta y eventos especiales como bodas”, expuso el interiorista.

Señaló que todos los artículos son 100% importados de China, Indonesia y Alemania, y los productos que más buscan los clientes son de las áreas

de jardín y florales.

“También los espejos, candelabros, vendemos mucho plato de presentación, de vidrio, básicamente todo lo que es iluminación, que va desde un candil a una lámpara de buró o de pie.

“Constantemente nos está llegando mercancía y eso es lo que a nuestros clientes les gusta, tener una variedad para escoger”, describió.

La idea es seguir creciendo y que esperan

continuar con su expansión tanto a nivel nacional, como dentro de Sonora, entidad en la que apenas incursionan, indicó.

“Es una empresa sin género donde nuestro rango de edades es muy amplio y eso es la parte importante o el ‘boom’ de nosotros; son artículos que no vas a encontrar en ninguna otra cadena, eso la hace diferente, tenemos las cosas más raras que te puedas imaginar”, destacó.

Casa Colomos vistiendo a los hogares más bellos de México



Por: Paola Pérez

En Casa Colomos además de fabricar muebles, se enfocan en innovar para ofrecer a todos sus clientes una opción más "Chic" que sea capaz de cumplir con las necesidades del mercado en cuanto a diseño, precio y calidad.

La empresa esta formada por los y las mejores interioristas y arquitectos del País, su objetivo principal no solo es vender muebles, sino ayudar a sus clientes a crear espacios espectaculares con personalidad y mucho estilo.

Los expertos de Casa Colomos pueden ir al hogar del cliente y realizar el proyecto de interiorismo sin ningún costo

extra, servicio que se extiende a todo el territorio mexicano.

Todos los muebles diseñados y fabricados en Casa Colomos están totalmente certificados para asegurar la satisfacción del cliente desde el primer contacto con el vendedor hasta la finalización de la compra con la entrega del producto en perfectas condiciones.

Casa colomos esta conciente de que de nada sirve tener diseños espectaculares, sino cuentan con materiales hermosos y de la mejor calidad, es por eso que los muebles están hechos con los mejores tejidos y las maderas más exquisitas y resistentes que hay en el mercado mueblero.

Nordika distribuidor de 50 marcas de origen danés

Por: Paola Pérez

Nordika fue establecida en México en noviembre de 2001 bajo el nombre de Scandinavian Design Center S.A. de C.V. por el danés Brian Bielenberg Sørensen.

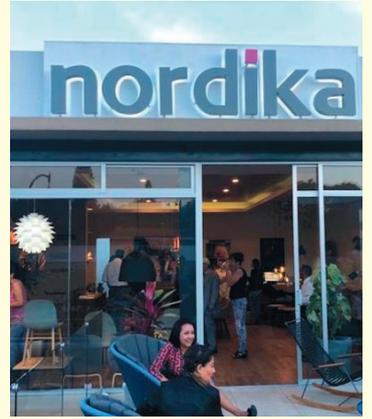
Distribuyendo inicialmente cuatro marcas, Nordika empezó a crecer rápidamente debido a la demanda de artículos de la mejor calidad y diseño que existe por parte de arquitectos, diseñadores y amantes del diseño en general.

Hoy en día manejamos más de 50 marcas, de origen danés con distribución exclusiva.

Nordika es el primer y único Centro Integral de Diseño Escandinavo en América Latina. Dirigido a decoradores, arquitectos, constructores y particulares que buscan los más exclusivos artículos con calidad superior y diseño para complementar sus proyectos de diseño de interiores y exteriores.

El objetivo es traer estos objetos de suprema calidad a tu alcance, ofreciendo siempre los mejores costos del mercado; con precios iguales o más bajos que en Estados Unidos o Europa.

Es una empresa de proyección



internacional especialista en productos de diseño y origen escandinavo, brindando soluciones para espacios de alto diseño.

Además de encontrar lo mejor del diseño escandinavo en nuestros showrooms de Guadalajara, Mérida, Puerto Vallarta, Querétaro y por supuesto, en nuestra webshop, ahora también podrás encontrar nuestros muebles de diseñador más cerca de ti, ya que podrás localizar una variedad de tiendas partners de Nordika en toda la República Mexicana, que pondrán a tu alcance muchas de nuestras principales marcas.

Casa Home Muebles, con 5 sucursales en la zona metropolitana de Guadalajara y 23 años en la industria

Por: Paola Pérez

Casa Home Muebles es una empresa mexicana con más de 23 años en la industria, produciendo y comercializando muebles para el hogar y artículos de decoración.

En cualquiera de sus 5 sucursales ubicadas en la Zona Metropolitana de Guadalajara, se puede encontrar antes que todo, atención,

servicio y asesoría personalizada, además de una gran diversidad de productos y modelos con estilo contemporáneo y vanguardista ideales para tu estilo de vida.

¿Qué los distingue de otras mueblerías?

En Casa Home Muebles estas en tu casa, literalmente, tu presencia es tan importante como

tus gustos y preferencias. Relájate mientras nosotros te ayudamos a materializar esas ideas que traes en mente para vestir tu hogar; nuestro equipo de Diseño de Interiores te ayudará con el desarrollo de tu proyecto, ofreciéndote la facilidad no solo de imaginarlo, sino de presenciarlo de manera digital.

Ponemos toda la experiencia diseñando interiores al servicios de tu espacio y de tus proyectos. ¡Vive el Diseño!



El cliente que visita Casa Home Muebles puede relajarse mientras ellos le ayudan a materializar esas ideas que el cliente trae en mente para vestir su hogar.

El equipo de diseño de Interiores le ayudará con el

desarrollo de su proyecto, ofreciéndole la facilidad no solo de imaginarlo, sino de presenciarlo de manera digital.

Ponen toda la experiencia diseñando interiores al servicios del espacio y de sus proyectos.

Sofi's Home dedicados a la creación de proyectos que surgen de los sueños

Por Paola Pérez

En Sofi's Home se han dedicados a la creación de proyectos que surgen de los sueños de sus clientes, donde cada mueble y accesorio habla de la personalidad y estilo de vida de cada uno de ellos.



Su éxito se basa en interpretar y realizar estos sueños, de forma creativa y original, porque entienden que todas las personas y todos los espacios son diferentes.

A través de esta creatividad, diseño y mezcla de elementos, épocas y estilos, proyectan interiores cálidos, acogedores y con gran fuerza estética. Guardando un gran respeto hacia el espacio, al buscar maximizar sus posibilidades y conservar todos aquellos elementos que tengan un valor conceptual.

Cuentan con un área de consultoría en el cual cuentan con un equipo de interioristas y arquitectos expertos que acompañarán en la concepción de la idea del cliente para su desarrollo.

Contando con tapiceros, costureras, herreros, armadores, carpinteros... todo su equipo de desarrollo en la fábrica trabajan día a día con esfuerzo y dedicación para crear no sólo muebles, sino verdaderas obras de arte, únicas hechas de forma personalizada con este trabajo artesanal 100% mexicano que es verdaderamente valioso.

Especializados en la venta de mobiliario para oficinas, restaurantes y escuelas

Por Paola Pérez

Muebles y Equipos para oficina del Querétaro ofrece a sus clientes mobiliario innovador, colores y texturas de vanguardia, así como brinda asesoría especializada en imagen de espacios laborales buscando su total satisfacción a través del servicio personalizado.

Posicionándose ampliamente en el mercado, buscando la satisfacción total de las necesidades de sus clientes, se

ha convertido poco a poco y con paso firme en la empresa líder en la región.

En este sitio encontrarás todo lo relacionado con la industria de muebles para oficinas, escuelas y restaurantes

Siendo expertos en la optimización de espacios, contando con experiencias de diseño en 3D hacen que la experiencia del cliente termine en la satisfacción total.



Aragón Muebles con más de 30 años en el mercado regiomontano

Por: Paola Pérez

Aragón Muebles, nació de una forma espontánea o por azares del destino, hace más de 30 años donde vendieron las primeras sillas, las cuales les abrieron el camino para seguir vendiendo más y más, esto permitió agregar más productos a su catálogo, que hoy en día ya suma más de 600 productos, los cuales comprende, Salas, Recámaras, Comedores, Bufeteros, Sillas,

Sofás, Love Seat, etc. 100% de madera, gran diversidad de telas y colores, para el gusto de nuestros clientes.

Desde esa fecha al día de hoy, han comercializado los productos para todas las familias de Monterrey, y en el área metropolitana, así también en los municipios circunvecinos, colocando a Aragón Muebles en un lugar distintivo para el confort de sus hogares.



InCasa fabricante de muebles con propuestas frescas y nuevos materiales de la más alta calidad

Una empresa realmente comprometida con el servicio al cliente en todos los sentidos. Transformamos y damos forma para crear espacios de vanguardia acordes a la personalidad y gusto de cada cliente. Se dedicamos a buscar propuestas frescas con nuevos materiales, formas y colores que se mezclan en mobiliario de la más alta calidad para aportar soluciones eficientes.

InCasa fabrica muebles elaborándolos gracias a manos especializadas y todo un equipo de trabajo que en conjunto ponen en práctica sus mejores habilidades, su objetivo es obtener productos modernos de las más alta calidad, funcionalidad, estética y los precios más bajos del mercado por ser muebles que vienen directo de fábrica.

Es imprescindible hacerle saber que la relación con los clientes es una interacción humana que se desarrolla en un espíritu de buen trabajo, respeto, confianza, servicio, responsabilidad y todo el



compromiso con sus consumidores con el fin de hacerlas sentir en un lugar donde consienten a sus clientes, están preocupados por escuchar sus ideas y así mismo ayudarlas a satisfacer sus necesidades. Todo el Mobiliario es Fabricado 100% en MDF Chileno con Madera de Pino. Productos con acabado profesional laqueado (pintura). Terminado Brillante o Mate según sea su elección. Ningún producto es forrado de melamina o etiqueta.

Cierran fábricas de muebles por alza en materias primas

► Sin dar un número preciso, el presidente de los industriales del mueble señaló que cerca de la tercera parte de las empresas del ramo cerraron sus puertas, al encarecimiento de las maderas y tableros industrializados como el MDF

Reynaldo Porras Meléndez, presidente de la Asociación Única de Fabricantes de Muebles de Delicias, estimó que el 30% de las fábricas de muebles en esta zona cerró desde octubre de 2020, por el aumento de hasta un 100% en los costos de las materias primas.

Sin dar un número preciso, el presidente de los industriales del mueble señaló que cerca de la tercera parte de las empresas del ramo cerraron sus puertas, al encarecimiento de las maderas y tableros industrializados como el MDF, aglomerados, triplay y enchapados, que son la materia prima principal.

El costo de dichos materiales, que se producen tanto en los estados de Chihuahua, Durango y Estado de México, como en países extranjeros como Chile, se elevó entre un 80 y un 100% desde hace casi dos años, a lo cual se sumó la falta de abastecimiento.

“Las materias primas siguieron a la alza, eso no se paró, obviamente ya en porcentajes menores; lo que sí es que ya no hay problemas de abastecimiento, son mínimos... porque se conjugaron ambas cosas: no había insumos y también los incrementos altísimos, por lo menos el abastecimiento está bien”,



destacó Porras.

El impacto de lo mencionado anteriormente tuvo como primer impacto la subida en los precios de los muebles. En Delicias, los empresarios se especializan en la fabricación de recámaras, pero también hay quienes elaboran comedores, cocinas, salas y centros de entretenimiento.

La crisis, dijo el entrevistado, está golpeando al cien por ciento de los industriales de esta zona, quienes han visto sus ventas reducidas a la mitad. “Nada que ver con el 2020, o con el año pasado”, lamentó Reynaldo Porras.

No obstante, los empresarios

del mueble no se desalientan, pues están afinando los preparativos del evento Expo Mueblera 2022, que se llevará a cabo los días 1 y 2 de junio en el Centro de Convenciones y Exposiciones de la ciudad de Chihuahua.

Se espera que a esta exposición asista un centenar de clientes y participen alrededor de 150 empresas productoras de muebles, principalmente de Delicias. También anima a los industriales el hecho de que ya confirmaron su asistencia clientes nuevos de los estados de Puebla, Hidalgo y Jalisco, que se suman a los de diez entidades del norte del país.

Igualmente, se sienten alentados por el apoyo de la Secretaría de Economía para atraer clientes de los Estados Unidos, por lo que tienen expectativas de convertirse en exportadores de muebles, de los cuales hay pocos en esta zona.

Según datos de la Secretaría de Innovación y Desarrollo Económico, en 2017 el estado de Chihuahua aportó más de 500 millones de pesos respecto al valor de las ventas del sector mueblera.

Asimismo, un análisis publicado por investigadores de posgrado de la Facultad de Ciencias Agrícolas y Forestales, refiere que en 2020 el 53% de las empresas muebleras contaba con una antigüedad en el mercado de 31 a 40 años, lo cual demuestra su experiencia en la industria y capacidad emprendedora y potencial para transformar de manera competitiva en diseño y calidad de sus productos.

Cabe resaltar que el municipio de Delicias fue en 2014 el primer productor nacional de muebles de madera, según la Sección Especializada de Mueblerías de la Cámara Nacional de Comercio, delegación Chihuahua.

IKEA abrirá tienda en Monterrey

En búsqueda de lograr una importante expansión en Latinoamérica y, por supuesto, en México, IKEA confirmó que próximamente estará abriendo nuevas tiendas en las ciudades de Monterrey, Guadalajara y Puebla.

La noticia fue lanzada por Ricardo Pinheiro, director de Ventas de IKEA México, quien aseguró que más tardar para verano ya estaría montada la próxima sucursal a abrir en la Angelópolis.

De acuerdo con Pinheiro, IKEA ha tenido gran éxito en México, país al cual llegó el año pasado en la zona de Oceanía, al oriente de la Ciudad de México, bajo

una inversión aproximada de 500 millones de pesos.

“Hemos tenido en la tienda más de dos millones de visitantes el primer año y es aún más positivo si tomamos en consideración que hemos abierto la primera tienda en México en plena pandemia”, apuntó.

El hecho que esta empresa sueca haya decidido abrir una segunda tienda en México significa que la marca tiene solidez y que el plan es a largo plazo, sin embargo, Ricardo Pinheiro recordó que el mercado es complicado debido a la acumulación de competidores.



Expo Habitat Impulsa construcción a diseño de interiores

El sector de diseño de interiores crecerá este año entre 4 y 5 por ciento, alentado por una recuperación de la construcción, consideraron Tradex y la Asociación Mexicana de Remodelaciones (Amermac).

Marcos Gottfried, director general de Tradex, organizador de Expo Habitat, destacó que en esta industria participan 40 mil empresas que se dedican a acabados como muebles, tapices, alfombras, iluminación, cocinas, entre otras.

Durante la inauguración de la Expo, Tania Díaz, directora de la Amermac, dijo que la industria de interiores tiene un valor de mercado de 24 mil millones de pesos y antes de la pandemia venía creciendo 8 por ciento.

Durante 2020, la caída fue de 15 por ciento, y no fue tan pronunciada por las remodelaciones y adecuaciones que hizo la gente para acondicionar sus hogares al home office.

“Muchos se dieron cuenta de lo importante que es remodelar y

adecuar sus hogares y eso apoyo un poco al sector”, destacó Gottfried.

Añadió que el impacto en las cadenas de proveeduría provocaron que los precios de los productos importados se encarecieran hasta tres veces a mediados de 2020, pero han ido disminuyendo en forma gradual.

Gottfried explicó que en la Expo Habitat es el evento más completo en la industria del interiorismo, diseño y arquitectura en México.



Grupo Dico, quien comenzó vendiendo colchones, no le teme a Ikea y fortalece su e-commerce para la venta de muebles

► Una pareja de migrantes judíos vio la oportunidad de hacer negocio con artículos para el hogar y en 1969 abrieron su primera tienda como Almacenes Ritz, actualmente, Muebles Dico tiene 200 de las 300 tiendas que tenía cuando llegó la pandemia.

En 1969 fue el año en que el Sistema de Transporte Colectivo Metro comenzó a dar servicio. También, cuando el grupo estadounidense The Doors dio un concierto en un pequeño club de la Ciudad de México. Ese mismo año fue cuando un matrimonio de la capital del país decidió crear Muebles Dico, que inició operaciones como Almacenes Ritz.

Inspirados por la moda francesa que comenzó a llegar a México en la década de 1950, la pareja — un matrimonio de migrantes judíos — decidió que podían hacer negocio con artículos para el hogar. Comenzaron con la venta al menudeo de lámparas, literas y colchones.

“En ese momento había solamente dos tiendas en el centro de la ciudad y se llamaba La Distribuidora de Colchones; de ahí nace el nombre de Dico. Luego, en 1979 —respondiendo a la necesidad del mercado que les gusta el precio y diseño— se convirtió en Muebles Dico”, contó Yolanda Loría, directora general de Grupo Dico.

Sin embargo, el espíritu de Dico era la creación de muebles que tuvieran un sello mexicano que se adaptara a las modas de cada década. “Entré a Dico en 1980, cuando tenía apenas seis sucursales. Trabajé en diferentes áreas del negocio como el kardex de costos, en la mesa de control —hoy call center—; después en compras y seis años estuve como asistente de presidencia”, dijo Loría de sus 42 años en esa empresa.

También, participó en el departamento de diseño de producto. “En estas cinco décadas hemos entendido lo que significa decorar los espacios no solo por el estilo sino del

precio por funcionalidad y calidad”, dijo Loría.

LOS MUEBLES MEXICANOS DE DICO FRENTE A LA COMPETENCIA

Aunque la oferta de mueblerías es amplia y hasta con nuevos jugadores como Ikea, Dico no teme a la competencia. De hecho, la industria tiene buenas perspectivas de crecimiento, a diferencia de otros sectores que se vieron gravemente afectados por la pandemia.

“Solo hablando de muebles, a diferencia de Dico —que construye sus muebles a partir del espacio, las necesidades y el bolsillo de los clientes—, Ikea tiene un mueble mundial (estándar). Sabemos que esa es parte de nuestra fortaleza en el mercado de clase media”, señaló la directora.

Pocos meses después del inicio de la pandemia en marzo, para junio de 2020 ya se veía de nuevo el ánimo de los consumidores por adquirir bienes duraderos, entre ellos muebles. De acuerdo con MEM Industrial, feria de muebles organizada por Deutsche Messe, el “mercado nacional del mueble tiene un valor aproximado de 40,000 millones de pesos —con un crecimiento anual de 3% en promedio—; y emplea a 100,000 mexicanos”.

Actualmente, Dico cuenta con 200 tiendas y opera también con su e-commerce en todo el país.

“Tenemos diferentes rangos de precios y tamaños que responden a las necesidades de los clientes. Esa es una de nuestras ventajas competitivas y en verdad no hemos sentido la presencia



de Ikea”, dijo Loría.

Business Insider México comparó dos muebles similares en Ikea y Dico. Mientras que en la tienda sueca un sofá cama se vende por 7,999 pesos, en Dico se vende por 4,349 pesos por descuento.

DICO SUPERA LA PANDEMIA CON LAS VENTAS DE MUEBLES ONLINE

Sin embargo, la pandemia tuvo consecuencias para esta empresa familiar con la que Loría lleva trabajando por tres generaciones. En entrevista con Business Insider México, la directora señaló que aunque el e-commerce de la mueblería tenía 10 años operando, en los últimos dos años su sitio llegó a recibir un millón de visitas al mes.

Además, la pandemia implicó el cierre de tiendas por casi cinco meses,

esto provocó el recorte de algunos puestos de trabajo. No obstante, ahora la mueblería les pide volver. “Retomamos nuestro ritmo de ventas y la capacidad de contratación para cada una de nuestras tiendas”, dijo.

Pese a la caída de ventas de aproximadamente 15% en ese periodo, Dico encara la recuperación con el lanzamiento de su propio marketplace. “Cerramos las tiendas menos rentables (100 unidades) porque crecimos de tal manera que teníamos un Dico cerca de otro”, señaló.

Ahora, Todomuebles —su marketplace— aglutina las diversas marcas de Dico y este año cumple dos en funcionamiento. Aunque Loría admitió que se vendieron más escritorios y sofás camas que otros años, las salas y los colchones son las piezas favoritas de sus consumidores.

Famsa tiene nuevos dueños, los acreedores bancarios

► El grupo de control, que ahora recaerá entre los acreedores bancarios reconocidos, tras la celebración de un Contrato de Fideicomiso Irrevocable de Administración y Garantía “10678”

Grupo Famsa informó en días pasados el cambio en el grupo de control, que ahora recaerá entre los acreedores bancarios reconocidos, tras la celebración de un Contrato de Fideicomiso Irrevocable de Administración y Garantía “10678”, entre los accionistas que ejercían el control de la empresa y los acreedores bancarios reconocidos en el convenio concursal.

En un comunicado emitido a la BMV, Grupo Famsa dijo que la celebración del fideicomiso es resultado de lo estipulado en el convenio concursal, que fue aprobado el pasado 4 de febrero, y que en consecuencia implica un cambio en el grupo de control que recaerá entre los acreedores bancarios reconocidos en proporción a su participación en

la deuda de la emisora.

La constitución del fideicomiso implicó la transmisión de un total de 402 millones 320 mil 037 acciones, de las cuales 373 millones 681 mil 606 fueron transmitidas en propiedad y son representativas del 65.57 por ciento del capital social de la emisora, mientras que 28 millones 638 mil 431 fueron transmitidas en garantía.

El contrato de fideicomiso fue firmado entre los accionistas que ejercían el control de Grupo Famsa en su carácter de “Fideicomitentes y Fideicomisarios en Segundo Lugar”, los acreedores bancarios reconocidos mediante el Acuerdo de Acreedores autorizado por el juez segundo de distrito en materia civil y del trabajo del cuarto circuito con el carácter de “Fideicomisarios en Primer Lugar”



y, Banco Nacional de Comercio Exterior, como “Fiduciario”.

En febrero pasado, Grupo Famsa concluyó su Concurso Mercantil tras más de un año y medio.

El pasivo reconocido en el Concurso Mercantil es de unos 10 mil millones de pesos, excluyendo pasivos con partes relacionadas.



10 años sirviendo a la industria Mueblera



Maquilas de cortes en CNC

Kordina. Empresa con más de 10 años de experiencia en el ramo mueblero. Dedicada a otorgar los servicios especiales de corte y grabado de todo tipo de madera, acrílico, aluminio, etc.

Nos caracterizamos en realizar trabajos que cumplan con los objetivos de nuestros clientes para su satisfacción.

Ofrecemos nuestros servicios a todos los fabricantes de muebles, mueblerías, fabricación de stands sobre diseño o cualquier trabajo solicitado.

Contamos con varios routers CNC de alta tecnología para trabajar en tiempo y forma de acuerdo a las necesidades de nuestros clientes.

Ofrecemos nuestros servicios a toda la República.



Redes sociales:  Kordina.mx

 Kordina.mx

 Kordina.mx

 Kordinaproyectos@gmail.com

 33 3138 8460

Coppel duplicará ventas digitales

► En los dos últimos años, el crecimiento de las ventas en línea de la empresa, desde que inició la pandemia, ha sido de 200 o 300 por ciento

La cadena mexicana de tiendas para la base de la pirámide Grupo Coppel duplicará sus ventas digitales en dos o tres años, de acuerdo con Diego Coppel Sullivan, director de Mercadotecnia y Ventas Digitales, quien revela que ese canal de distribución ya representa 8 por ciento de las ventas totales del grupo, pero “quisiéramos acelerarlo más”. Diego señala que los últimos dos años han sido particularmente sólidos en ese canal: “el crecimiento de las ventas digitales desde que inició la pandemia ha sido de 200 o 300 por ciento”.

La estrategia y proyectos de Coppel para el mediano y largo plazos están anclados al propósito del Grupo, lo que se resume en la frase “Mejorar la vida de los clientes”. Esto se



traduce en la identificación y puesta en el mercado de productos para varias categorías, como telecomunicaciones, mobiliario, ropa, decoración o zapatos: “Siempre hay muchas tendencias con las que hay que estar al día. En México, Coppel es un detonante de tendencias, pues las traemos

del mundo para nuestro país y constantemente tenemos que estar buscando qué es lo que sigue. Es parte de la obligación que tenemos nosotros”.

Coppel es un grupo de la mayor relevancia en el país.

La empresa está presente en 300 ciudades y su segmento

meta es “la mayoría del mercado mexicano”; es decir 50 millones de personas. Es el segmento que suele denominarse como la base de la pirámide.

Diego lo dimensiona así: “La escala del Grupo atiende a más de 15 millones de clientes; tenemos más de mil 600 tiendas en todo el territorio nacional...”. Diego menciona que “México coyunturalmente tiene muchos retos en términos de digitalización, importaciones, en temas de inclusión social y financiera, y además la parte de comercio electrónico.

Hay muchas brechas que todavía falta cerrar con respecto al resto del mundo. Yo creo que ahí es donde Coppel tiene la oportunidad y un reto grande por delante”.

El Hot Sale puso a prueba las tiendas digitales de Liverpool y Palacio de Hierro

► Para los analistas el Hot Sale fue una buena oportunidad para que las empresas se liberaran del stock fuera de temporada

En la semana de descuentos retó la capacidad de las departamentales de ofrecer descuentos atractivos pese a la inflación y de otorgar financiamiento sin incrementar su lista de clientes morosos.

Liverpool y Palacio de Hierro estuvieron en el Hot Sale. Las cadenas de tiendas departamentales arrancaron la semana con el despliegue de descuentos y promociones en sus canales en línea, en la antesala a las Ventas Nocturnas y promociones por el Día del Padre.

Para los analistas el Hot Sale fue una buena oportunidad para que las empresas se liberen del stock fuera de temporada, además de un incremento en el volumen de las transacciones digitales, lo que resulta en un beneficio para las empresas.

Carlos Hermosillo, analista bursátil independiente, comentó que si bien el Hot Sale es un esfuerzo promocional interesante, en comparación con las Ventas Nocturnas, tanto de Palacio de Hierro como de Liverpool, el efecto en ventas es menor. Esto porque mientras las noches de ofertas solo ocurren en las tiendas de estas empresas, en el Hot Sale participan más marketplaces en donde se pueden adquirir productos en oferta o promoción.

“En comparación con las ventas nocturnas, el Hot Sale deberá ser menos pronunciado en su venta promedio diaria. A pesar de ello, al tener una duración más extendida sí debería tener un efecto positivo sobre los ingresos de las departamentales y también generar algo de tráfico

adicional y mejorar el ticket”, refiere.

¿Ropa, zapatos o bienes duraderos? Para los compradores, el Hot Sale 2022 también fue una oportunidad. Ramón Martínez Juárez, académico de la Escuela Bancaria Comercial (EBC), comenta que los más buscados son las mercancías de categorías como tecnología o línea blanca, ya que este tipo de promociones dan la oportunidad de adquirirlos en pagos diferidos sin intereses en un entorno inflacionario. El especialista, sin embargo, advierte también un riesgo de sobreendeudamiento.

“Si sabemos ocupar la tarjeta de manera adecuada, nuestros costos financieros por hacerlo se pueden ajustar a cero, por eso estas parcialidades son una buena alternativa y resulta atractivo- Es la forma en la cual una persona puede hacerse de bienes que en ocasiones son onerosos y que podrías comprar con estas facilidades”, declara.

El académico añadió que, además de las ofertas y promociones, otros de los beneficios que fueron atractivos para los consumidores son las compensaciones de determinado porcentaje de las compras.

Descuentos de Liverpool Desde el inicio del Hot Sale, el 23 de mayo, Liverpool comenzó a difundir sus ofertas en sus redes sociales y también en correos electrónicos que envía a los usuarios de sus tarjetas departamentales.

La cadena que dirige Graciano Guichard anunció 50% de descuento en muebles y hasta 51% de descuento



en línea blanca. Los descuentos se extienden a departamentos como relojes, infantil, mercancías de audio, foto y video.

Las pantallas también tuvieron descuento, pero es por modelo y marca. Por ejemplo, una Samsung LED Smart TV de 50 Pulgadas 4K redujo su precio a 10,999 pesos, desde los 19,999 pesos, de acuerdo con la información de su web.

La empresa, que despliega su oferta para Hot Sale con el slogan «Descuentos sin cuentos», no ha podido escapar del ojo inquisidor de los consumidores durante las temporadas de rebajas o de promociones especiales. Algunos de ellos han advertido que en la aplicación Liverpool Pocket hay descuentos de apenas uno o dos pesos.

Además de los descuentos, la departamental también busca incentivar las compras con sus tarjetas durante el Hot Sale. Liverpool bonificó 500 pesos en compras acumuladas de 5,000 pesos, bajo algunas condiciones, como que la compra se realice con la tarjeta

del titular, no con las adicionales. También ofreció meses sin intereses.

Ofertas y descuentos de Palacio de Hierro

Palacio de Hierro no se ha quedado atrás con las promociones y ofrece puntos cuádruples en las compras acumuladas de 7,000 pesos realizadas con su tarjeta de crédito. En las compras de más de 5,000 los puntos son triples. Los pagos se pueden diferir hasta 18 meses sin interés.

Además, ofreció productos con hasta 50% de descuento en categorías como bolsas, y se elevan a 60% en categorías como pantallas. Por ejemplo, una smart tv LG de 55 pulgadas oled, 4k de alta definición redujo su precio de 69,999 pesos a 22,049.55.

Las ofertas se extendieron a otras categorías: 25% en telefonía móvil, 50% en calzado, 30% en tenis y 50% en bolsos, por referir algunos.

El Hot Sale se desarrollo desde el 23 y hasta el 31 de mayo. Se trató de una iniciativa de la Asociación Mexicana de Venta Online (AMVO).

¿Más competencia para Elektra? Suburbia entra al esquema de 'pagos chiquitos'

► Suburbia comenzó a desplegar este año un nuevo esquema de pago en parcialidades semanales con el que hará competencia a la oferta financiera de empresas como Coppel o Elektra.

Por: Paola Pérez

Suburbia ha puesto la mira en los compradores que adquieren productos con parcialidades semanales. Un esquema del que han echado mano empresas como Elektra y Coppel para conquistar a un segmento de mercado que acepta pagar 'abonos chiquitos' durante plazos largos, aunque, en ocasiones, el monto total duplica o triplica el precio de contado debido a los intereses altos.

La cadena de tiendas departamentales, que pertenece al Puerto de Liverpool, ve en este esquema de pago una oportunidad para atraer a clientes que se ubican en la base de la pirámide y que buscan este tipo de alternativas financieras para poder adquirir bienes durables, como electrodomésticos, motocicletas o electrónicos.

Suburbia arrancó con el despliegue del proyecto piloto de 'pagos chiquitos' en 21 tiendas el año pasado y calcula que hacia el cierre de 2022 se sumen 80 unidades más. Será en 2023 cuando sus 190 tiendas ya otorguen esta oferta de crédito a



los consumidores.

Analistas consultados por Expansión advierten que Suburbia puede ser un duro competidor para Elektra y Coppel debido a la cobertura geográfica y a su posicionamiento en algunos segmentos.

"La ventaja que le veo a Suburbia, que ya tenía un amplio catálogo de moda, es que han incursionado en la venta de bienes durables. Ahora, acompañar ese catálogo de productos con crédito y con facilidades de pago, es una fórmula que puede impulsar las ventas", declara Marcela Muñoz, subdirectora de análisis fundamental

de Vector.

Carlos Hermosillo, analista bursátil independiente, considera que por la mezcla de las ventas, que tienen más ropa y menos bienes durables, el esquema de 'pagos chiquitos' de Suburbia competiría directamente con la oferta financiera de Coppel, dado que "el modelo de negocio es más parecido", mientras que Elektra tiene una fuerte apuesta por los bienes durables. "Suburbia no tiene la variedad que Elektra, así que no creo que en esos nichos sea un competidor que les haga mucho ruido", declara.

Pero el Puerto de Liverpool, que adquirió las tiendas Suburbia en 2017, ha orientado sus esfuerzos por hacer cambios en el retailer. Ha sido un proceso paulatino, que empezó con la remodelación de las tiendas buscando una distribución similar a la de los almacenes de Liverpool, y que siguió con la incorporación de nuevas categorías como línea blanca, juguetes, electrónicos, electrodomésticos y artículos de cuidado personal. Suburbia hoy ya ofrece motos en su piso de venta, uno de los productos estrella de Elektra.

Estos movimientos han dado resultados. En el primer trimestre del año, las ventas a mismas tiendas de Suburbia registraron un incremento de 24.1%, como resultado de una posición de inventario más sana, con una reducción significativa de mercancía de lento movimiento. En tanto, los ingresos totales ya casi están al mismo nivel de 2019.

"El punto fuerte de Suburbia es la diversidad de la oferta y la calidad", dice Muñoz.

Por fin llega la departamental Palacio de Hierro a León

► El edificio destinado para la popular tienda contará con tres pisos y con una zona de estacionamiento que tendrá 100 cajones para autos

La tienda departamental Palacio de Hierro tenía desde hace cerca de dos décadas la posibilidad de venir a instalarse a León.

Sin embargo, esta situación no se había dado hasta recientemente que inició su construcción en las instalaciones de la Plaza Mayor.

Fuentes cercanas a la llegada de la tienda han informado que una de las principales razones por las que esta construcción se pudo haber tardado es porque entre los directivos se dudaba que en la ciudad hubiera un mercado adecuado para ella.

Incluso, el hecho ha sido un tema de discusión en redes sociales, pues mientras algunos ciudadanos piensan que pueden adquirir productos en la tienda, otros se inclinan a otras donde los precios son menores.

Entre ellas, se mencionan establecimientos como supermercados, e incluso mercados en las colonias y tianguis

"Qué orgullo, ya tenemos un palacio en León", expresó una de ellas, mientras otra agregó: "Por fin, Dios mío, gracias", comentó otra.

Otros se manejaron con



perspectivas más negativas, y señalaron "Pues no creo que vendan mucho. Una engrapadora de hasta cinco mil pesos", expresó un usuario.

"Como que quieren dejar de ser pueblo y convertirse en ciudad. Lo que sí, es que no creo que tengan muchas ventas, no sé si son más tacaños los regios o esos panzas verdes", expresó otro, refiriéndose a los leoneses.

"Ya no hay humildad. Se les olvida el poderosísimo Coppel", expresó otro de los comentarios.

Anteriormente, se contemplaba que la tienda se instalaría en el City Center, que se ubica sobre el libramiento José María Morelos, situación que finalmente no se dio.

Desde hace 20 años Plaza Mayor ha buscado traer a la tienda a la ciudad, pero

recientemente llegó a instalarse.

El edificio contará con tres pisos y con una zona de estacionamiento que tendrá 100 cajones para autos, los cuales ya se encuentran delimitados.

La obra inició el 28 de octubre de 2021 y termina el 28 de octubre de 2023. Se contempla que para la navidad de 2023 ya esté en operaciones.

Decoración y diseño de interiores de casas pequeñas

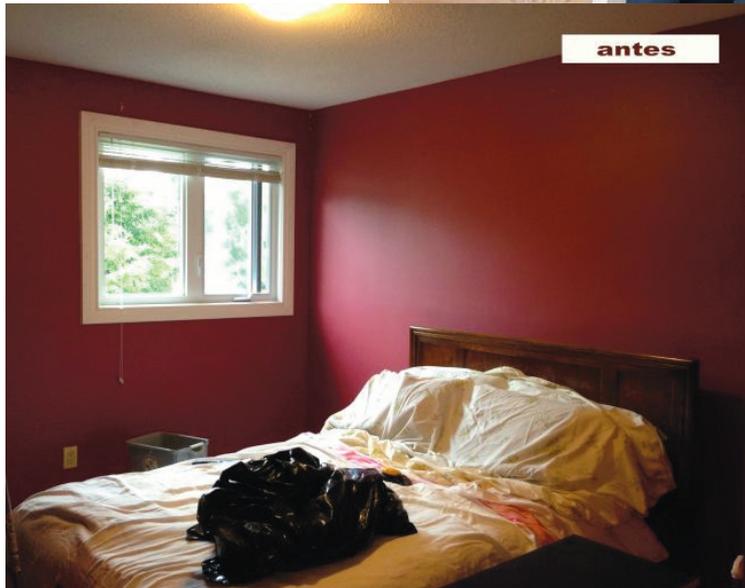
Hoy en día, son pocos los que tienen la suerte de vivir en casas con espacios grandes. Las nuevas construcciones, en su afán de aprovechar el espacio, dan como resultado viviendas con interiores pequeños, donde la decoración muchas veces es un desafío..

Tenemos que lograr que las habitaciones sean funcionales y bonitas, pero a la vez, tratar de crear un efecto de ampliación, todo un reto. Aquí te daremos ejemplos de casas pequeñas concretos y sencillos, fáciles de aplicar en la realidad, para que tomes ideas de decoración de interiores de casas pequeñas.

COLORES

Siempre conviene utilizar colores claros, como el blanco o colores pastel. Esto sin duda ayudará a crear una sensación de espacio más amplio.

Debes considerar la utilización de colores fríos. El azul y verde darán la impresión de mayor espacio, mientras que el rojo y el amarillo cálido pueden hacer exactamente lo opuesto, por lo que



no se recomienda una tonalidad cálida como el color primario en las paredes y los techos, pero sí se pueden utilizar en los accesorios.

Además de proporcionar elegancia a la vivienda, el color blanco también ofrece la impresión de espacio y armonía, por lo que se puede utilizar para pintar la pared. Si lo usas en techos elevarás la percepción de estos.

Usar colores contrastantes para habitaciones pequeñas es agradable a la vista y también da una sensación de amplitud. Por ejemplo, cuando se utiliza el blanco en paredes y techos y el color negro en puertas, ventanas, cortinas, muebles, lámparas u objetos decorativos en negro, se llega a mostrar elegancia y orden.

Utiliza colores similares para unificar y encontrar el equilibrio adecuado para crear espacios únicos sin abrumar con muchos colores diferentes. Los colores blancos y el pastel tienden a ofrecer una mejor sensación de espacio. Los colores pálidos avanzan, expandiendo la habitación, mientras que los colores oscuros retroceden, encogiéndola.

ACCESORIOS EN DECORACIÓN DE INTERIORES DE CASAS PEQUEÑAS

CORTINAS

En vez de usar persianas, una gran elección son las cortinas. Además de ser decorativas, cumplen la función de hacer que un espacio parezca más grande. Colgándolas largas hasta el suelo, y en lo posible, que estén lo más arriba posible, ayudarán a crear un efecto de más altura en la habitación, creando la sensación de amplitud.

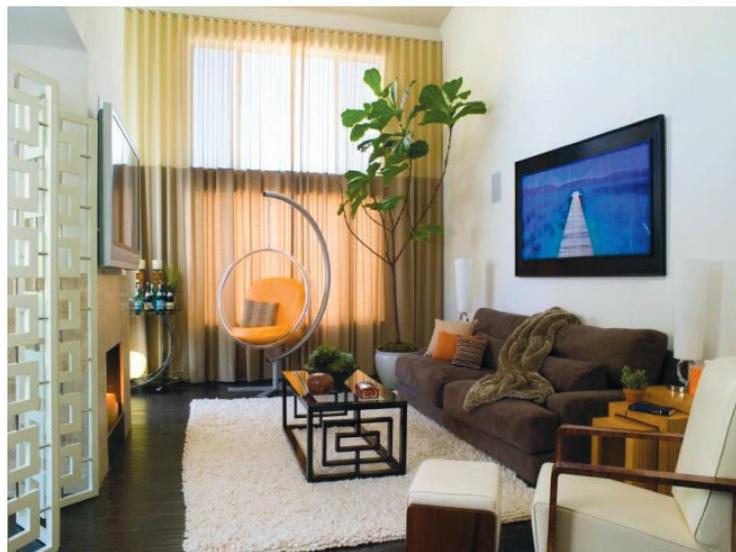
Cuelga las cortinas en alto, permite que la tela caiga libremente y atrae la mirada hacia arriba. Cuadros y otros objetos decorativos de pared también a gran altura.

Ten especial cuidado con los estampados. Los diseños abrumadores llaman la atención sobre ellos mismos, y no en el de la habitación. Elige telas simples que filtren la luz solar y brinden privacidad, y que combinen con el resto de los muebles.

ALFOMBRAS

Una alfombra luminosa hace que una habitación se abra y parezca más grande. Si tienes paredes oscuras, prueba con una alfombra de un tono claro.

Mantén la continuidad en el suelo. Mantener el mismo material en el piso de toda la casa da una



sensación de continuidad, el ojo no salta de una habitación a otra, sino que vaga rápidamente por el espacio, haciendo que parezca más grande. Por esta razón, si utilizas

alfombras, éstas deben ser grandes, deben ocupar la mayor superficie del suelo posible. Este error lo vemos en la imagen de abajo. La alfombra utilizada es muy bonita, pero reduce el espacio, al separar el suelo en dos zonas.

que necesitas. De lo contrario, terminarás creando un espacio abarrotado e incómodo.

MUEBLES A ESCALA

Si quieres colocar un sofá en un espacio pequeño, sería bueno optar por un tamaño moderado o incluso un mobiliario ligeramente pequeño. El truco está en elegir los muebles a escala con la habitación.

Si los techos son bajos, crea la ilusión de espacio vertical utilizando muebles bajos.

MUEBLES CON CURVAS

Uno de los trucos para los espacios pequeños es elegir los muebles con curvas. Por ejemplo, una mesa redonda, sillas con una curvas, alfombras que acompañen la forma y adornos con formas de espirales y puntos..

ESPEJOS

Los espejos son un viejo truco utilizado para ampliar espacios. El reflejo de los cristales y los espejos dan una sensación de amplitud a las habitaciones cuando están estratégicamente ubicados para reflejar algo hermoso.

Sé creativo con los espejos. Los espejos pueden duplicar instantáneamente el aspecto de una habitación, pero no hay razón para que tengas que seguir su utilización tradicional.

Muebles en interiores pequeños Trata de no abarrotar la casa. Un espacio recargado parece mucho más pequeño. Compra los muebles



Celebra Expo Mueble en Baja Center de Rosarito, su quinta edición, post pandemia

► Más de 100 expositores se han sumado al evento, no solo de la región sino de otros estados del País, como Jalisco, Ciudad de México, Puebla, Oaxaca, Coahuila, Chihuahua, Guanajuato, entre otros

Novedosos estilos de muebles y otros artículos formaron parte de la Expo Mueble que se realizó en el Centro de Convenciones Baja California Center.

Durante el acto inaugural, la directora de la Expo Mueble, dijo que después de 2 años de ausencia debido a la pandemia, este día fue posible llevar a cabo este importante evento en su quinta edición.

Detalló que más de 100 expositores se han sumado al evento, no solo de la región sino de otros estados del País, como Jalisco, Ciudad de México, Puebla, Oaxaca, Coahuila, Chihuahua y Guanajuato, entre otros.

También contaron con expositores de Estados Unidos mencionó, que participaron en este evento.

Al respecto el Secretario de Turismo en el Estado, Miguel Aguiñiga Rodríguez, mencionó que en plena



recuperación de la pandemia, eventos como éste fortalecen la actividad económica.

Mencionó que contaron con la presencia de más de 6 mil personas durante los días que duro la exposición,

por lo creo una expectativa alta, sobre todo por la cantidad de expositores que hay, que son obras de arte hechos muebles y ofrecen a la gente comprar a precios directos.

La alcaldesa de Rosarito Araceli

Brown, dijo por su parte que este evento coloca a la ciudad como punta de lanza en todo México, por lo que la expo contribuirá para que la economía se siga fortaleciendo.

Entrada de Amazon en México redujo hasta 28% los precios en tiendas físicas: estudio de El Colmex

► Tanto a nivel nacional, como por ciudades y categorías de productos, Amazon ha ocasionado una reducción en los precios del comercio en tiendas físicas, según un análisis del Centro de Estudios Económicos del Colegio de México (Colmex)

La llegada en 2015 del gigante del comercio electrónico Amazon a México ha ocasionado un efecto que beneficia a la competencia de la industria del retail, lo que ha provocado una reducción en los precios de productos como la ropa y los muebles en tiendas físicas que alcanza hasta 28% a nivel nacional.

Los investigadores Raymundo Campos, Aurora Ramírez, del Centro de Estudios Económicos del Colegio de México (Colmex) y el consultor independiente Daniel Ruiz presentaron en el seminario "El impacto de la entrada de Amazon a México sobre los precios de las tiendas físicas" los resultados del análisis de los efectos que ha tenido la llegada de Amazon a los precios del comercio en físico.

El análisis está basado en la comparación de los precios de diferentes productos (ropa, muebles, alimentos, salud y entretenimiento) en las series del Índice de Precios al Consumidor (IPC) con la entrada de estos productos en el marketplace (mercado digital) de Amazon. La comparación se hace tanto a nivel nacional, como en un desagregado según la cantidad de usuarios del comercio electrónico en ciudades de todos los estados del país.

"Encontramos fuerte evidencia de que la entrada de Amazon en el mercado mexicano tuvo un efecto procompetitivo que ha forzado a las tiendas físicas a reducir sus precios", dijo Raymundo Campos.

REDUCCIÓN DE PRECIOS



De acuerdo con el estudio, cuando un producto comienza a venderse en Amazon, los precios del mismo en tiendas físicas disminuyen. Aquellos productos que son vendidos y entregados por Amazon registran una disminución de precios de 1 a 28% en las tiendas físicas; mientras que los productos que son vendidos por terceros en el marketplace de Amazon registran una disminución de 1 a 7% en sus precios en tiendas físicas.

La primera vez que un producto entra a venderse en Amazon, sin importar si es vendido por Amazon o por un tercero, genera una reducción de precios en las tiendas físicas en México de entre 1 y 24 por ciento.

Los investigadores también optaron por comparar las ciudades con mayor porcentaje de usuarios de comercio electrónico y aquellos con un menor nivel. Los primeros lugares los ocupan

Colima, La Paz, Tijuana, Mexicali y la Ciudad de México; mientras que en los últimos lugares están Acapulco e Iguala, en Guerrero, Oaxaca y Tehuantepec, en Oaxaca y Tapachula, en Chiapas.

Cuando se considera el Índice de Precios al Consumidor general no se observa un efecto de la llegada de Amazon a México en los precios de los productos. Lo mismo ocurre en las categorías de alimentos y salud y entretenimiento; no obstante, se muestra una clara reducción en los precios del IPC de los productos pertenecientes a las categorías de ropa (-2.391%) y muebles (3.647) con la entrada de Amazon al país.

CORRELACIÓN NO ES CAUSALIDAD

Los investigadores advierten que una correlación entre la entrada de productos en el marketplace de Amazon y un

descenso en los precios de algunos productos del IPC no implica una relación de causalidad. Por esta razón, decidieron realizar un análisis de microdatos que analiza la variación de los precios del IPC agregando variables como la ciudad, fecha y el tipo de producto, en relación con la entrada y evolución del producto en el comercio electrónico.

Se eligieron los 500 productos más equilibrados, es decir aquellos de los que el IPC cuenta con más información antes y después de su llegada a Amazon México.

El análisis encontró que, en el caso de los productos de salud, en el primer año de la entrada de un producto a Amazon no se encontró una reducción significativa de los precios en las tiendas físicas; sin embargo, a partir del segundo año, sin importar si el producto es vendido por Amazon o por un tercero, hay una disminución significativa en los precios de 10 por ciento.

"Este análisis de microdatos sugiere que hay evidencia causal de que cuando un producto empieza a estar disponible en Amazon genera una presión competitiva en tiendas físicas", dijo la investigadora del Colmex, Aurora Ramírez.

Además, a través de un análisis de diferencias en diferencias, los investigadores lograron determinar que en aquellas ciudades con mayor exposición al comercio electrónico hubo una disminución de precios mucho mayor que llegó hasta 36% en los precios de los productos en general.

Necesario fortalecer industria del mueble: Canacintra Chihuahua

► *El presidente de la CANACINTRA señaló que la creación de diseños representa un nicho de oportunidad para fortalecer a la industria del mueble*

La Cámara Nacional de la Industria de la Transformación delegación Delicias (CANACINTRA) consideró que es inaplazable tomar acciones para fortalecer a la industria del mueble, debido a que se trata a una de las principales actividades económicas de la región y porque hay señales de una próxima recesión.

Héctor Bermúdez, presidente de la CANACINTRA en este municipio, comentó que desde hace varios años la industria local ha enfrentado dificultades debido a la competencia extranjera (de China sobre todo) y, en tiempos recientes, por el alza en los costos de los insumos y materias primas, por lo cual propuso que debe generarse innovación en los diseños.

“Se vio muy afectado (el sector) cuando entró todo lo que es el mueble chino, mueble que ya no es de madera, que es de MDF, que son de materiales compactos; eso afectó mucho la industria mueblera”, expuso Bermúdez.

Igualmente, señaló que la industria local ha sido bastante afectada por la falta de diseño en los muebles, pues hay mucha piratería en este sentido porque



la mayoría de los fabricantes imita los modelos de otros.

“Si es un problema que tienen los muebleros identificado: hay una faltante de ingenio, de arquitectura mueblera que les ayude a generar nuevos diseños. Tengo entendido que la Asociación de Muebleros tenía la intención de mandar gente a estudiar fuera, para que traigan nuevos diseños a la región”, refirió.

El presidente de la CANACINTRA señaló que la creación de diseños

representa un nicho de oportunidad para fortalecer a la industria del mueble, ya que el tener modelos propios daría un valor agregado a sus productos elaborados.

“Innovar nuevos diseños es un área de oportunidad enorme para todas las mueblerías de aquí, de toda la región centro sur... le daría un plus competitivo mientras sigan innovando diseños. Existe mucha piratería de diseños, entonces quienes tendrían la ventaja

de desarrollar ese diseño, en lo que el diseño se vuelve popular, ellos tendrían que seguir trabajando y ya tener listo el nuevo diseño para estar un paso delante de la competencia”, sostuvo.

Bermúdez señaló que, dentro de las actividades económicas secundarias, son tres las que tienen mayor peso en la región: la agroindustria, que genera la mayor parte de los ingresos, la industria láctea y la fabricación de muebles.

Destacó que la industria del mueble tiene como ventaja el haber adoptado tecnología novedosa, lo cual ayuda a mejorar los procesos de producción en serie. Esto ha generado una disminución en el requerimiento de personal, pero aún representa una fuente de empleos y uno de los pilares de la comunidad, por lo cual Bermúdez consideró necesario fortalecer a la industria.

“Pues aquí en Delicias sigue siendo un sector muy importante: aquí en Delicias hay desde mueblerías familiares muy pequeñas hasta gigantes muebleros aquí en la región, de hecho la región centro sur”, afirmó el entrevistado.

Va Yucatán por digitalización de la industria del mueble

► *Agrupaciones del sector y representantes del gobierno local, presentaron en Mérida, Yucatán, el “Encuentro de Profesionales del Sector Mueblera” para impulsar procesos sostenibles y digitales que impacten en la competitividad del sector en el entorno nacional e internacional*

La Asociación Mexicana de Proveedores de la Industria Maderera y Mueblera, la Cámara Nacional de la Industria Maderera (CANAINMA) delegación sureste y MEM industrial presentaron hoy en Mérida, Yucatán, el “Encuentro de Profesionales del Sector Mueblera”.

Este encuentro tiene como objetivo acercar a toda la cadena de valor de la industria maderera y del mueble local con las innovaciones, mejores prácticas, uso de materiales y tecnologías de la Industria 4.0.

Sebastián Huisman, Director General de Hettich México y Consejero de AMPIMM, dijo durante la presentación del encuentro que la proveeduría de la industria mueblera local podrá conocer “las nuevas tecnologías, procesos, tendencias, maquinarias y herramientas para ayudarlos a optimizar su producción, calidad, rentabilidad y sustentabilidad”.

A la presentación del encuentro, celebrada en el Hyatt Regency Mérida, también asistieron Joaquín Mier y Terán Puerto, Subsecretario de Planeación, Promoción y Proyectos de la Sefoet de Yucatán; y José Luis Martínez Semerena, Director de Desarrollo Económico y Turismo del ayuntamiento de Mérida.

José Luis Martínez, del ayuntamiento de Mérida, subrayó que la capital yucateca “es un polo importante de atracción de inversiones en el ramo maderero, pues la ciudad ya es la cuarta con mayor crecimiento inmobiliario del país, y presentamos un crecimiento anual del 7% del inventario inmobiliario; además de que somos la ciudad más segura de América Latina”.

Edgardo Martínez, presidente regional de la CANAINMA delegación sureste, dijo que el encuentro busca que los actores del sector mueblera y maderero de Yucatán “sean parte de la modernidad y el ecosistema de oportunidades que estamos propiciando para el Estado en alianza con el gobierno estatal, municipal y el sector privado”.

Por su parte, Azul Ogazón, Directora de MEM Industrial, destacó la importancia de la alianza entre la AMPIMM, la CANAINMA y MEM industrial, pues permite la profesionalización del sector. En este sentido, explicó que MEM Industrial es una exhibición en la que expositores y visitantes acceden a tecnologías, conocimientos, inspiración creativa y vinculación intersectorial para adaptarse



a nuevas tecnologías y al acelerado proceso de la digitalización.

Al respecto, Ogazón refrendó la invitación a toda la industria de la transformación de la madera y el mueble de Yucatán a participar en la edición 2023 de MEM Industrial, que

se celebrará en marzo en CDMX, y contará con la participación de más de 200 marcas líderes de toda la cadena de valor de la industria, desde el sector forestal, maquinaria y proveeduría, hasta la Industria 4.0.

Empresa china invertirá 200 mdd en nueva planta en Salinas Victoria

► Se trata del fabricante de muebles Kuka Home, que edificará su centro de producción en el Interpuerto; iniciará operaciones en el segundo trimestre de 2023

La empresa fabricante de muebles para el hogar Kuka Home, de origen chino, colocó la primera piedra de lo que será su centro de producción en el Interpuerto, Salinas Victoria, Nuevo León.

Para esta nueva planta la empresa invertirá más de 200 millones de dólares.

Rain Jin, vicepresidente de negocios internacionales de Kuka Home México, explicó que el inicio de operaciones será en el segundo trimestre del 2023, siendo el principal mercado el norteamericano, aunque un porcentaje de la producción se quedará en México, dado que tienen como clientes a Liverpool y otras tiendas departamentales.

La superficie donde estará la nave industrial será de 36 hectáreas y vendrá a generar unos cuatro mil empleos.

“Un porcentaje de los insumos serán nacionales y otros los traerán en China, aunque se prevé que vendrá proveeduría china. Está previsto convertir esta base en la base de fabricación más grande de Kuka Home en América del Norte, dentro de los próximos tres años, integra



investigación, producción y ventas”.

La planta que estará en el Interpuerto, la cual representará un 28 por ciento de las ventas globales de la corporación Kuka Home, es el fabricante líder mundial en el diseño, desarrollo y producción de muebles tapizados cómodos, elegantes y de alta calidad, indicó la vicepresidenta.

“Ofrecemos la selección más grande de la industria de sofás y seccionales fijos y móviles, sillones reclinables, camas

tapizadas, sillas decorativas y colchones que se venden en más de 120 países y regiones”.

Kuka Home tiene fábricas en China, Vietnam y México, sus ventas globales al año ascienden a más de dos mil millones de dólares en el 2020.

Por su parte, Iván Rivas, secretario de Economía de Nuevo León, consideró que los factores que llevaron a Kuka Home a elegir al estado como su base

de producción son: el capital humano altamente capacitado, la posición geográfica y la cercanía con el Puente Colombia, lugar donde realizarán las exportaciones a Norteamérica.

Destacó que en el centro de producción Kuka Home contempla integrar un centro de investigación y desarrollo.

“Para esta factoría la empresa requerirá de técnicos especializados e ingenieros, en este momento son mil 500 empleados lo que han generado en otra planta que tiene la empresa en el municipio de Apodaca, se estima que para finales de 2023 serán en total cinco mil empleos solo en Nuevo León”.

Por su parte, Raúl Cantú de la Garza, alcalde de Salinas Victoria, mencionó que la posición geográfica que tiene el municipio es lo que ha hecho que las diferentes empresas extranjeras volteen a ver.

“Salinas Victoria es tierra fértil, tierra de oportunidades y donde encontrarán mano de obra”, añadió.

Ikea apuesta por México: estrena flagship store en Guadalajara con una inversión de 100 MDD

► México ha adquirido una ventaja competitiva en costos frente a China, esto puede cambiar las tendencias de importaciones de compañías de EU y Europa, dice un reporte de Bain & Company

La personalización y la innovación se han convertido en las estrategias más poderosas para llegar a los consumidores. Por ello, desde hace un tiempo las grandes empresas han volcado sus esfuerzos en darle prioridad al servicio destinado al cliente, así como en mejorar la calidad de la experiencia que éste recibe.

El gigante sueco Ikea está comprometido en apostarle a este modelo de estrategia en México: se conoció recientemente que estrenará una flagship store en Guadalajara, cuya inversión será de 100 millones de dólares (MDD) aproximadamente.

La flagship store de Ikea en Guadalajara

Ricardo Pinheiro, director comercial de Ikea México, detalló que la cifra destinada a la flagship store de Guadalajara es equivalente a la que utilizaron para levantar el primer establecimiento físico de la marca en nuestro país, ubicado específicamente en Ciudad de México.

En cuanto a los siguientes pasos de la compañía, confirmó que serán los siguientes:

- Crear una tienda dedicada exclusivamente al comercio electrónico, que beneficiará a los habitantes de Puebla.
- Reforzar la plantilla de la fábrica levantada en Saltillo, la cual dispone de más de un millón de metros cuadrados de terreno y confecciona

colchones, sofás y almohadas: pasará de 500 colaboradores a 1000 personas en los próximos meses.

- Expandir la tienda digital en Monterrey, con el propósito de cubrir el triángulo de la capital mexicana a Guadalajara y Nuevo León.
- Suministrar materiales y productos, desde la fábrica de México, a países vecinos tales como Colombia y Perú.

“México es uno de los mercados más importantes para la expansión y está entre los 10 países en muebles para decoración del hogar y a partir de ahí, el país toma una posición estratégica en el plan de inversión y es la primera vez que nos expandimos en América Latina con la entrada en México, pues el potencial es enorme y es una economía fuerte”, destacó Pinheiro.

AFECTADOS POR EL CONFLICTO EN UCRAINA

El conflicto de Ucrania ha complicado el tema del traslado de maderas y materias primas, por lo que se solicitó apoyo (con más suministro local). “Tenemos un proyecto para empezar a abrir más proveedores mexicanos. Ya lo hacemos con proveedores de iluminación (lámparas) y sillas, muebles y comedores. Estamos muy abiertos para que en los próximos 12 meses tengamos más proveedores”,



agregó Pinheiro.

QUÉ ES UNA FLAGSHIP STORE Y QUÉ ASPECTOS LA CARACTERIZAN

Una flagship store no es más que un establecimiento que se erige como el buque insignia de una marca. Es decir, su tienda más representativa. Veamos, a continuación, cuales son los aspectos que la caracterizan.

- Normalmente cuenta con un espacio muy grande, debido a que se acostumbra a ofrecer todos los

productos disponibles de la marca en ella. Asimismo, siempre están situadas en las calles más emblemáticas y comerciales de las ciudades.

- Su diseño suele estar cuidado al detalle. ¿Por qué? Se trata de un “aspecto vital” para la imagen de la empresa en cuestión. Debería, entonces, transmitir sus valores.
- Ofrecen un valor añadido. Es decir, pretende ofrecer una experiencia distinta o especial al consumidor. Por ejemplo, zonas de ocio en las que el cliente puede ir a relajarse y conocer a otras personas.

Soriana invierte 870 mdp para nuevas tiendas en Chiapas

► Con la apertura de estas tiendas, Organización Soriana sumará 800 unidades en operación en México

Organización Soriana inaugurará el próximo miércoles dos nuevas tiendas en Chiapas, mismas que requirieron una inversión de 870 millones de pesos.

La apertura de las tiendas de los formatos Soriana Híper y el club de precios City Club aumentarán la oferta comercial de la plaza al inaugurar y formar parte de un nuevo centro comercial denominado ALAIA ubicado al sur de la ciudad de Tapachula, Chiapas.

Con ello, la compañía de la industria de autoservicios sumará 800 unidades en operación en el país.

Entre enero y marzo de este año, los ingresos de Organización Soriana reportaron fueron de 37 mil 408 millones de dólares, cifra que representó un incremento de



7.2 por ciento a tiendas iguales (es decir, aquellas con más de un año de operación).

De acuerdo con su reporte

financiero enviado a la Bolsa Mexicana de Valores (BMV), a unidades totales (contemplando las aperturas de los últimos 12 mese)

la cifra es 7.7 por ciento superior al primer trimestre del año pasado.

La firma destacó que durante el periodo abrió cuatro tiendas en el país; en sus resultados positivos formaron parte también un buen dinamismo en el formato supermercado y City Club, así como una constante recuperación en los ingresos inmobiliarios por rentas de locales comerciales, que se relaciona con la reactivación generalizada en el tráfico de centros comerciales.

En el primer cuarto del año, el flujo operativo (Ebitda, por su sigla en inglés) de Soriana se ubicó en 2 mil 879 millones de pesos, que significa un alza de 1.9 por ciento en comparación con el mismo periodo de 2021

Inauguran tienda Walmart en Tulancingo

El 26 de mayo se realizó la apertura del nuevo Walmart en Tulancingo, empresa que contrató a más de 200 personas del municipio.

El protocolo de inauguración oficial fue presidido por el alcalde municipal, Jorge Márquez Alvarado, diferentes empresarios del municipio, así como trabajadores de la tienda y público en general.

En el mensaje de apertura, se informó que los alimentos que no sean aptos para su venta, pero sí para el consumo humano, serán donados

al Banco de Alimentos de Hidalgo.

En el acto inaugural se informó que más del 20 por ciento de los proveedores de la tienda pertenecen a la región con el fin de apoyar la economía de los tulancinguenses.

Cabe mencionar que una importante cantidad de personas esperaban desde temprana hora de hoy, la inauguración de este establecimiento, aunque también este Walmart ha generado polémica en la sociedad tulancinguense, respecto al comercio.



Inauguran en Galerías Tabasco 2000 nueva tienda departamental

► El nuevo comercio generará 70 empleos directo y 200 indirectos.



En representación del gobernador Carlos Manuel Merino Campos, el secretario para el Desarrollo Económico y la Competitividad (Sedec), José Friedrich García Mallitz, inauguró una tienda de la cadena Suburbia, ubicada en Galerías Tabasco 2000.

Junto a Rafael Robles Zajos, Director de Operaciones Zona 5 Sur de Suburbia, cortó el listón inaugural de la nueva tienda, en la que el Grupo Liverpool invirtió 50 millones de pesos, y que generará 70 empleos directos y 200 indirectos, en beneficio de tabasqueños.

En la ceremonia, se informó que la empresa actualmente ejecuta un plan de inversión y expansión en el estado

de Tabasco, que en su primera etapa, involucra los municipios de Centro, Comalcalco y Paraíso.

La apertura de la tienda Galerías, se suma a la realizada este año con otra tienda en Comalcalco (52 millones), y se proyectan inversiones a fin de año en los proyectos Suburbia Las Galas (60 millones) y un módulo Click&Collect de Liverpool Paraíso (4.5 millones).

Es decir, en este año, Grupo Liverpool estima una inversión total en Tabasco de 166.5 millones.

Luego del corte de listón inaugural, el titular de Sedec, el representante de Suburbia e invitados especiales, realizaron un recorrido por el nuevo establecimiento comercial.

Chedraui, ya es la segunda tienda más grande en la BMV

► Walmart es por mucho, la tienda de autoservicio más grande que opera en el país. Es 20 veces más grande que su más cercano seguidor.

Por: Paola Pérez

Al cierre del año pasado Soriana era la segunda cadena de autoservicios más grande en la Bolsa Mexicana de Valores (BMV), pero la pérdida que ha sufrido de 8,604 millones de pesos en valor de mercado en lo que va de 2022 hizo que fuera rebasada por Chedraui, colocándose ahora en el tercer lugar.

En la tabla de posiciones de los supermercados, en términos de capitalización en la BMV, se encuentra Walmart de México a la cabeza, que vale 1.2 billones de pesos; en segundo lugar, Chedraui, con una capitalización de 52,842 millones de pesos; en tercero, Soriana, que vale 38,160 millones de pesos, y en último lugar, La Comer, con 10,043 millones de pesos.

Al cierre del año pasado, Soriana valía 46,764 millones de pesos, mientras que el valor de Chedraui en Bolsa ascendía a 40,889 millones de pesos.

Analistas del sector coincidieron en que la caída de Soriana en la BMV se debe a que desde el año pasado perdió participación de mercado, tendencia que continuó hasta el primer trimestre del 2022.

En los primeros tres meses del 2020 la participación de Soriana en las ventas del sector era de 16.46%, para el periodo enero-marzo de 2021 bajó a 14.99%, mientras que para el primer trimestre del 2022 descendió a 14.64 por ciento.

La participación de Chedraui pasó de 8.69% en enero-marzo de 2020 a 9.42% en el primer trimestre de 2022. Las otras dos cadenas de autoservicios aumentaron su participación entre 2020 y 2022, Walmart pasó del 72.21 a 72.96% y La Comer que subió de 2.62 a 2.98 por ciento.

Carlos Hermosillo, analista independiente, dijo que factores que arrastraron a Soriana en la BMV son “la reducción de su piso de ventas, la percepción de presión en márgenes y un peor uso de capital de trabajo contra el de su competencia”, lo que provocó que “los inversionistas prefieren enfocarse en opciones más claras”.

Jerónimo Cavia, analista en Actinver, explicó que el ascenso de Chedraui en Bolsa -que ha ganado 11,953 millones de pesos durante el año- se debe al crecimiento que ha tenido la emisora en Estados Unidos, luego de que adquiriera en mayo de 2021 la cadena Smart & Final.

En 2022, Chedraui aumentó sus ventas en Estados Unidos 160.1%, al ingresar 36,388 millones de dólares sólo en la Unión Americana, con lo que superó sus ventas en México, que ascendieron a 24,063 millones de dólares en el periodo.



En el año, las acciones de Soriana acumulan el peor rendimiento de entre las cuatro cadenas de autoservicio, con una caída de 18.40%, a 21.20 pesos cada una.

Los títulos de Walmex llevan una pérdida en el 2022 de 8.96%; los de La Comer subieron 0.49%, los de Chedraui son los que mejor desempeño han tenido en el año, con un avance de 29.23 por ciento.

Marisol Huerta, analista de Consumo en Banco Ve por Más (BX+), anticipó que entre junio y julio Soriana podría recuperar parte del terreno perdido desde 2020 con la reactivación al 100% de las estrategias de descuentos en la temporada de verano, en la que la empresa tiene uno de sus periodos de ventas “más agresivos” en el año.

WALMEX, LA MÁS EFICIENTE; SORIANA BAJA PISO DE VENTAS; LA COMER Y CHEDRAUI LA AUMENTAN

Con el cierre de nueve de sus tiendas, el área de ventas de la cadena de autoservicios Soriana tuvo una disminución trimestral de 94,671 metros cuadrados (m²) entre enero y marzo de 2022, mientras que Walmart de México (Walmex), Chedraui y La Comer sumaron en conjunto 12,666 m².

Walmex abrió nueve tiendas en México en el primer trimestre de 2022 para un total de 2,765; Chedraui inauguró tres, con lo que su total ascendió a 357, y La Comer abrió una, para 78. Soriana cerró marzo con 798 supermercados.

Jerónimo Cavia, analista de Consumo y Comercio Minorista en Monex Casa de Bolsa, explicó que, la caída en el piso de venta de Soriana se debe a que “en su momento adquirió una gran cantidad de tiendas de Comercial Mexicana, y muchas no eran rentables y salía más caro tenerlas abiertas”, por lo que desde 2020 se ha deshecho de algunos establecimientos.

Respecto al mismo trimestre del 2021, las cuatro cadenas sumaron

164,626 m² de piso de ventas durante el primer tercio del 2022.

En términos absolutos, la que mayores ganancias anuales tuvo fue Walmex, que acumuló 111,273 m² en piso de ventas, para 6.5 millones de metros cuadrados, con lo que se consolida como la cadena de autoservicios con la mayor área de ventas en México

No obstante, en términos relativos fue La Comer la cadena cuya área de venta ganó más, con un crecimiento de 8.18% para un piso total de

335,985 metros cuadrados, aún en el cuarto y último lugar.

La empresa informó que en su expansión de piso durante enero-marzo de 2022, invirtió 2,404 millones de pesos.

Soriana reportó un aumento anual de su área de 20,734 m², para un total de 4 millones de metros cuadrados, suficiente para afianzarse en el segundo lugar en términos de piso de ventas.

Chedraui permaneció en el tercer lugar, al haber crecido su piso en 5,496 m², para una superficie total de 1.5 millones de metros cuadrados.

Pese a que es la cadena con la menor área y el menor volumen de ventas, La Comer fue la segunda más rentable durante el primer trimestre del año.

Por cada m² de su superficie, vendió 22,653 pesos, sólo por debajo de los 28,521 pesos de Walmex.

Chedraui fue la tercera menos eficiente con ventas de 15,992 pesos por cada m², mientras que Soriana se colocó en último puesto en esta categoría, al haber vendido 9,265 pesos.

Muebleros de Ocotlán denuncian afectaciones en sus ventas por inseguridad en estados vecinos

Los fabricantes de muebles del municipio de Ocotlán, expresaron y denunciaron la inseguridad que viven ante la violencia en Jalisco, junto con estados vecinos como Michoacán al transportar sus productos.

El director general de Salas Cacho, Jorge Ulises Carrillo Cholico, comentó a lo que se enfrentan con la inseguridad y cuáles son las pérdidas que tienen:

“Desafortunadamente se está viviendo una ola de inseguridad, prácticamente en todo el territorio de México. Esto nos afecta más porque a ciertos lugares no entregamos. Tristemente dejamos ir clientes tanto mayoreo como menudeo porque existe un riesgo muy latente de robo al día y a los clientes, les afecta el hecho de no tener el producto de calidad como el que se oferta aquí en Ocotlán”.

La mayoría de los muebleros han vivido experiencias bastantes desagradables desde pérdidas de productos, transporte, amenazas, incluso pagos forzados para poder pasar su mercancía por cierta área.

Por otro lado, otro muebleros que decidió hablar bajo el anonimato compartió que más de una vez en el Estado de Zacatecas su equipo de

trabajo ha tenido que abandonar su producto junto con el vehículo de transporte por amenazas y golpes.

“Es algo muy delicado pues realmente no hay alguien que ponga un alto a veces están otras no, en lo personal nuestras derramas económicas son altas más de una ocasión hemos perdido camiones enteros y nadie nos repone eso. También nosotros pagamos los daños físicos y materiales de nuestros choferes cómo de la empresas”.

Las medidas que deben tomar los muebleros son varias desde no entregar en dicho lugar, cambiar horarios, buscar otros proveedores, forma y el cliente tiene que venir por su producto para no arriesgar ni mercancía ni personal, comentaron los empresarios.



Tarjetas de crédito de tiendas, las favoritas de los mexicanos para endeudarse

► Un 20% de los adultos tiene un plástico de este tipo, aunque pueden ser casi tres veces más caras que las tarjetas bancarias

Austria García siempre suele hacer la compra de su ropa en las tiendas departamentales Suburbia, por lo que le pareció natural aceptar una tarjeta de la cadena cuando una de las dependientas se la ofreció. “No gasto mucho y como siempre compro aquí, prefiero aprovechar los descuentos”, comenta. Alrededor de 18 millones de mexicanos adultos tienen un producto de crédito al consumo emitido por una tienda departamental, en contraste con los 9,9 millones que tienen una tarjeta de crédito emitida por un banco, según dice la Encuesta Nacional de Inclusión Financiera (ENIF) 2021.

Lo cierto es que los mexicanos están dispuestos a asumir una deuda cuando se trata de consumir cosas. Por encima de créditos de vivienda o los de nómina, que pueden ser usados para adquirir bienes de largo plazo, solo los financiamientos ofrecidos por tiendas departamentales o los automotrices tuvieron un incremento entre 2018 y 2021, cuando se realizó el levantamiento de datos por parte del Instituto Nacional de Estadística y Geografía (Inegi) y la Comisión Nacional Bancaria y de Valores (CNBV).

Aunque pueden ser atractivas a primera vista por los descuentos y los programas de lealtad, las tarjetas de crédito departamentales suelen ser mucho más caras que los plásticos emitidos por los bancos u otro tipo de financiamiento. Según las fichas técnicas del Banco de México y de la Comisión Nacional para la Protección y Defensa de los Usuarios de Servicios Financieros (Condusef), las tasas de interés promedio para las tarjetas clásicas van del 28 al 65%, mientras



que las tarjetas departamentales pueden tener una tasa de interés mínima de 70% anual.

Caras, quizá, pero son un éxito. Una decena de tiendas ofrecen exitosamente tarjetas de crédito: Elektra, Coppel, Palacio de Hierro, Sears, Sanborns, Suburbia y Liverpool, por mencionar algunas, ofrecen este tipo de plásticos. Tan solo Liverpool posee una cartera de 4,9 millones de clientes con financiamiento, de acuerdo con el último reporte presentado a la Bolsa Mexicana de Valores, además de los 1,1 millones que otorga su filial Suburbia. “Las cadenas están impulsando de manera significativa el otorgamiento de crédito. Su clientela está muy bien identificada por hábitos, patrones de consumo, nivel de ingreso y cuánto gastan mensualmente”, dice en entrevista Marcela Muñoz, analista fundamental de consumo en Vector Casa de Bolsa.

Las tiendas departamentales, de autoservicio y especializadas tienen

una amplia ventaja respecto a las sucursales bancarias. De acuerdo con la Asociación Nacional de Tiendas de Autoservicio y Departamentales (Antad), en el país hay 3.284 tiendas de autoservicio (como Soriana, que ofrece tarjetas en sus sucursales), 2.507 departamentales como El Palacio de Hierro o Liverpool y 40.599 tiendas especializadas como C&A que también tienen sus propios plásticos, algunos de ellos ligados a instituciones bancarias y otros otorgados mediante sus propios medios financieros. En contraparte, según la CNBV, al cierre de 2021 había 11.527 sucursales bancarias en el país.

CRÉDITO VS INFLACIÓN Y TASAS DE INTERÉS ALTAS

El horno de la economía mexicana no está como para hacer bollos. Y menos cuando la tasa de interés de referencia (que sirve como referencia para determinar las tasas en la que los bancos y otras instituciones prestan

dinero) se ha ubicado al 7%. Sin embargo, la analista de consumo indica que aunque la tasa de interés es alta, lo que más perjudica a la decisión de adquirir este tipo de créditos departamentales es la disminución del ingreso real. “En términos generales, es la inflación y los menores ingresos los que impactan más en este desempeño”, comenta.

Fue el desempleo provocado por la crisis sanitaria por el coronavirus lo que más golpeó el modo de consumir de los mexicanos, sobre todo en gastos no fundamentales. La propia ENIF indica que 30% de personas solicitaron un crédito para solventar gastos y un 28% de las personas que ya contaban con endeudamiento se atrasó en sus pagos.

Enrique Ramos O'Reilly, director para América Latina de Temenos, una firma de servicios financieros en la región, señala que buena parte de la población en países como México, Perú o Chile tienen una buena adopción y uso de este tipo de productos. “Consumimos productos financieros casi sin darnos cuenta a través de estos productos”, dice Ramos, comenta Ramos. “Vemos en general un buen comportamiento o madurez de los usuarios, pero hay que monitorearlo para que no genere endeudamiento”, señala el experto financiero.

De acuerdo con los expertos, caer en un sobreendeudamiento es posible, pero los usuarios pueden hacer un empleo responsable de su capacidad de compra. “Si sé que no puedo pagar, no doy tarjetazo”, dice García, quien forma parte del 30% de los mexicanos que hacen uso de créditos formales.

Walmart México aumenta 50% anunciantes en plataforma Connect

Walmart (NYSE: WMT) Connect México, la división de comunicación y medios del minorista Walmart de México y Centroamérica, dijo que los anunciantes y las campañas publicitarias que registró aumentaron 50 y 80% durante el último año, respectivamente.

La compañía dijo que el potencial de su plataforma omnicanal en México se extiende a todos los sectores, ya que permite abrir un canal de comunicación para más de 300 marcas y generar vínculos con los clientes por medio de la ciencia de datos.

“En Walmart de México y Centroamérica tenemos el compromiso de seguir innovando y adaptarnos para cumplir con las

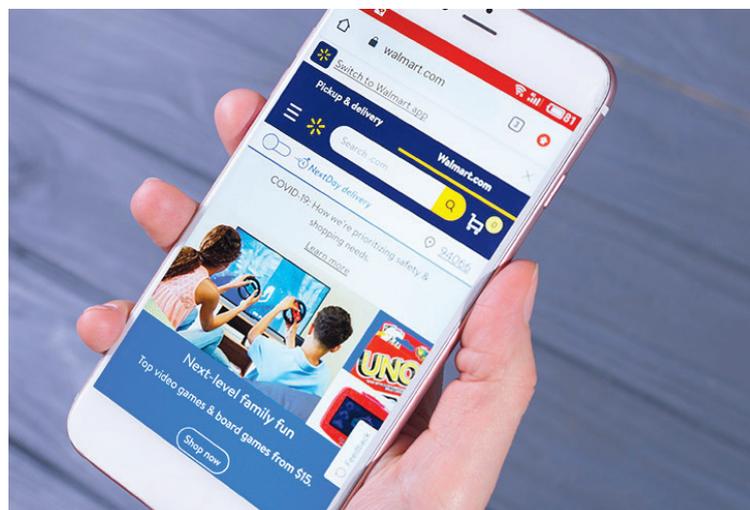
necesidades de nuestros clientes”, dijo Beatriz Núñez, vicepresidenta de Transformación de Walmart de México y Centroamérica, en un comunicado. “Por ello, en 2021 decidimos lanzar Walmart Connect, con el propósito de ampliar nuestras capacidades tecnológicas y crear oportunidades para mejorar las conexiones entre marcas y clientes”.

Walmart de México agregó que el ecosistema digital interconectado de la plataforma ayuda a generar cercanía con los más de cinco millones de clientes diarios en sus tiendas físicas y los más de 85 millones de cibernautas que visitan mensualmente sus plataformas digitales, además de los usuarios del servicio de

telefonía Bait y el sistema de pago Cashi.

El minorista cambió el nombre

de su división Walmart Media Group por Walmart Connect en enero de 2021.



Claves de la decoración de estilo escandinavo

El color blanco, la madera, los muebles ligeros... Los ambientes nórdicos están de plena actualidad. Hoy te contamos cuáles son las claves de su éxito, para que puedas crear en tu casa una decoración de estilo escandinavo..

Puede que sea por la sencillez de sus ambientes, por la delicadeza de la paleta cromática que usa, o por la calidez que transmite, pero el estilo escandinavo en decoración está triunfando, también en nuestro país. Y resulta curioso comprobar lo mucho que nos gusta la decoración nórdica en España, dadas las pocas similitudes que compartimos con los habitantes del norte de Europa, comenzando por el clima y continuando por el estilo de vida.

El caso es que lo nórdico triunfa decorativamente hablando, en todo el mundo y España no iba a ser menos. Hoy me gustaría contarte cuáles son las claves para recrear un ambiente escandinavo, aunque tu casa se encuentre en plena meseta castellana, que para eso vivimos en un mundo global.

DECORACIÓN DE ESTILO ESCANDINAVO, SOBRE TODO PRÁCTICA

¿Quién ha dicho que lo bello esté reñido con lo práctico? Todos sabemos que no es así, que no están reñidos, aunque nuestro sofá, que es una preciosidad con un diseño maravilloso, a veces nos

resulte un pelín incómodo... En fin, por regla general, es posible lograr una decoración llena de belleza que al mismo tiempo sea práctica y ligera.

Esto es lo que sucede con los interiores nórdicos, que además de ser realmente bonitos y acogedores, son siempre limpios y despejados, muy prácticos. No suelen estar abigarrados de cosas, sino que se cuida la circulación entre los muebles que, además, resultan funcionales.

LA LUZ, EL TESORO MÁS PRECIADO

La segunda clave que me gustaría destacar del estilo escandinavo es ese afán por potenciar la luz natural, lo cual no puede ser más lógico. En aquellos países de largos y oscuros inviernos, los habitantes de las casas le dan una gran importancia a cada rayo solar, por lo que visten las ventanas con cortinas ligeras (y muchas veces ni eso).

También la luz artificial tiene gran relevancia, por lo que las lámparas, colocadas a diferentes alturas (de techo, de sobremesa, de pie, etc.), se cuidan mucho. Las velas, que además aportan calidez, tienen también su hueco en los ambientes nórdicos.

EL COLOR BLANCO, TODO UN CLÁSICO... HASTA AHORA

El telón de fondo para la decoración de estilo escandinavo ha sido siempre el color blanco. De hecho,



la mayoría de las casas tenía paredes, techos y suelos immaculados, que se convertían en el escenario perfecto para el resto de elementos decorativos.

Después, el negro y el gris eran los tonos elegidos

para crear contrastes con muebles y objetos. Y no es que la cosa haya cambiado radicalmente, pero sí es verdad que el blanco está dejando paso a otros colores que, aunque también son suaves (lo que tiene que ver

con su interés por multiplicar la luminosidad), van tomando otros matices.

Y como detalles de color, triunfan los golpes de tonos flúor, los verdes y los amarillos. También las tonalidades metálicas se están haciendo un hueco en las casas nórdicas.

LA MADERA, SOLA O COMBINADA

Es uno de los elementos que no puede faltar en la decoración de estilo escandinavo. La madera es la estrella, no solo en los muebles, sino también en los suelos y estructuras. Incluso en los complementos.

Eso sí, siempre se trata de maderas claras, como el abedul o la haya, propias de aquellas latitudes. Y los acabados, muy naturales. Además, si antes triunfaba sola, ahora la madera se combina con otros materiales para crear juegos muy decorativos: con metal, con piedra, con fibras naturales, etc.





LOS MUEBLES: SENCILLOS, MODULARES, RETRO...

Ya hemos comentado la ligereza de los ambientes escandinavos, que apuestan por muebles sencillos y modulares. De esta forma, los ambientes de la casa van cambiando, creciendo o no, según las necesidades de sus moradores.

También hay que destacar el amor por lo retro y las piezas vintage que profesan las casas nórdicas. Me refiero, claro está, a una pasión por lo retro de estilo nórdico, con especial querencia por las sillas de diseño. Los grandes diseñadores y arquitectos que crearon sus modelos hoy convertidos en joyas mobiliarias tienen un hueco en las casas escandinavas: Arne Jacobsen, Alvar Aalto, etc. Y si no pueden ser originales, que sean reproducciones, creo yo.

Y otra de las cosas que

es común ver en una casa de estilo nórdico, es alguna pieza de estilo industrial, que también está ahora de plena actualidad.

LA IMPORTANCIA DE LOS TEXTILES

Es mucha la importancia que tienen los textiles en la decoración escandinava. De hecho, son los elementos que ponen color a los ambientes. Y no solo eso, sino que los textiles contribuyen a hacer la casa más cómoda, lo que se convierte en algo fundamental en el norte de Europa, donde tanto tiempo se pasa en ellas.

Una cosa que me encanta de los textiles nórdicos, es la belleza de los estampados geométricos, que tanto les gustan. Triángulos, franjas en zigzag al estilo Chevron, y un largo etcétera de patrones y esquemas que combinan frescura y elegancia a partes iguales.



La Feria del Mueble de Yecla vuelve en su LXI edición con “alma joven”

► Una industria que es la tercera más importante de la Región de Murcia
Este año buscan compradores internacionales de Egipto, Marruecos y Argelia

Tras la pandemia, la Feria del Mueble de Yecla abre sus puertas en su LXI edición. El eslogan que se ha elegido es “Alma joven” y nos recuerda que, aunque sea la feria del mueble más longeva de España, sigue buscando la innovación entre sus expositores. Los fabricantes presentan sus actualizaciones en diseño de mobiliario, interiorismo y decoración al que este año se incorpora la artesanía. Un sector en auge cuyas exportaciones han crecido un 26% en el primer trimestre del año, superando los cien millones.

Los empresarios se muestran optimistas, a pesar de los problemas derivados de la guerra

Más de siete mil profesionales se han inscrito en la feria con unas 100 empresas expositoras. Nos cuentan que la guerra en Ucrania está influyendo también en su sector, en donde hay problemas de transporte y abastecimiento de materias primas. Pero aún así, mantienen la esperanza. María Luisa Ortiz, de Muebles Orga vive la feria “con mucha ilusión y muchas expectativas, sobre todo en estos tiempos que corren con tantas dificultades económicas”.

“Puede ser una buena feria porque mostramos nuestras novedades”

Pepe Fuster, de Tayber



también ve la incidencia de la guerra en los clientes: “la gente se reserva a la hora de hacer compras, pero puede ser una buena feria porque mostramos nuestras novedades”. Este año, las mayores innovaciones se presentan en los tapizados y en los muebles polivalentes para el descanso. Ángel Iglesias, de Divano presenta un sofá cama que también puede ser litera. Ángel espera poder vender a otros países porque “La feria de Yecla ha pasado de ser una feria regional a ser algo

internacional”.

De hecho, Juan Miguel Zornoza, director de la feria del Mueble de Yecla, pone el acento en que el mueble es el tercer sector más importante de la Región de Murcia: “Damos trabajo a más de 8.000 personas de forma directa y genera un valor añadido muy importante en toda la Comunidad”.

“Hay una presencia especial de compradores de Marruecos, Egipto y Argelia”

La alcaldesa de Yecla, Remedios Lajara, subraya que

este año la feria llega a países muy diversos, “En esta edición hay una presencia especial de compradores de Marruecos, Egipto y Argelia” y cuentan, además con la plataforma virtual del Info para establecer relaciones comerciales con más compradores. Para sortear la crisis, muchas empresas han buscado el denominado “contract” o servicios integrales para dotar de todo el mobiliario a hoteles, restaurantes, hospitales o villas privadas. La industria del mueble se mantiene a flote..

La muy esperada Exposición de Muebles regresa a El Cairo

► En su edición 40 organizan una exposición de muebles con todo incluido que reunirá a las mejores marcas de muebles y artículos para el hogar de todo Egipto

Propietarios de viviendas en Egipto, esta es su última oportunidad de comprar todas sus necesidades relacionadas con el hogar de los mejores nombres de la industria a un precio con descuento. La Casa Furniture Exhibition está de vuelta en su edición 40 organizando una exposición de muebles con todo incluido que reunirá a las mejores marcas de muebles y artículos para el hogar de todo Egipto para ahorrarles a los clientes el tiempo y el esfuerzo que dedican a buscar y comparar diferentes marcas.

Lo que hace que esta exposición se destaque es que tiene algo para todos, ya sean muebles para interiores o exteriores, accesorios para el hogar, iluminación para el hogar o utensilios de cocina. La diversidad no se limita solo a los productos ofrecidos, sino que también se extiende al estilo. Desde lo clásico hasta lo moderno, y todo lo demás, La Casa tiene el mueble perfecto que servirá como el ancla

que mantendrá unida a su casa. Todo está bajo un mismo techo, y esa es la belleza de esto.

Allí estarán docenas de sus marcas de muebles favoritas, incluidas Richie, Mazloun Home, Divano, American Furniture, Caracole y muchas más.

Y para que esta maravillosa experiencia de compra sea más inclusiva para los egipcios de todos los ámbitos de la vida, La Casa Furniture Exhibition ofrece descuentos de hasta el 50 por ciento además de las cuotas de 10 meses sin interés de la Tarjeta Premium.

Si tiene alguna competencia, los mejores diseñadores de productos de Egipto presentan sus últimas innovaciones y piezas de muebles autóctonos/originales en Cairo Design Compas en La Cas. Asegúrese de pasar por su stand en la exposición para ver muebles únicos y votar por su mejor diseño.

El evento está patrocinado por



Richie, Mazloun Home, Oda, Premium Card y Paymob. La exposición se llevó a cabo del 26 al 29 de mayo y se

realizó en el Centro Internacional de Exposiciones en New Cairo.

Brasil y su interés por la industria de los muebles en Colombia

► La industria de Brasil en componentes, máquinas y herramientas de muebles exportó al mundo 3 mil millones de dólares. Colombia adquirió el 5 %, lo que corresponde a 150 millones de dólares

El 10 de mayo comenzó oficialmente interzum bogotá, feria Forestal Mueble y Madera, el encuentro de fabricación de muebles y procesamiento de madera más importante de Colombia y Latinoamérica.

El evento se desarrolló en Corferias y contó con la participación de más de 100 expositores, así como empresas que son referentes tecnológicos en el procesamiento de madera, fabricación de muebles y tecnología forestal.

La feria ofreció a los asistentes la oportunidad de ampliar sus ventajas competitivas con relación al comportamiento del sector, así como temas correspondientes a sus cadenas de producción.

UN MERCADO DE INTERÉS PARA BRASIL

En el 2021, la industria de Brasil en componentes, máquinas y herramientas de muebles exportó al mundo 3 mil millones de dólares. Colombia adquirió el 5 %, lo que corresponde a 150 millones de dólares, ubicándose en la decimotercera posición como destino



de las exportaciones de ese país.

En ese sentido, Colombia es cada vez más un mercado con mayor crecimiento y potencial para la industria del mueble y la madera. Por esta razón, una delegación conformada por representantes de 17 empresas brasileñas participa en interzum bogotá, feria Forestal Mueble y Madera para presentar sus proyectos de innovación.

En el evento estarán empresas como: Akeo, Allparts, Brasmacol, CPI Tegus, Crippa, Joelini, Lidear,

LRB Química, Lufati, Projepack, Promob, Sayerlack, Rometal, Tecbril, Tramontina de Colombia, Wirutex y Zen.

EL 'PROYECTO ORCHESTRA BRASIL'

Con el objetivo de incentivar las relaciones comerciales entre Brasil y Colombia, el programa de promoción de exportaciones 'Proyecto Orchestra Brasil' llega a interzum bogotá para

fortalecer vínculos con el sector nacional.

"Este vínculo es fundamental para aumentar la competitividad de la industria como un todo: se calcula que el 70 % del valor de la producción de muebles de Brasil lo constituyen los insumos y el consumo intermediario del sector", expresó en un comunicado Cristina Sant'anna Schneider, consultora del proyecto.

"DAR LUGAR A UNA ECONOMÍA VERDE EN EL PAÍS"

En el marco de la inauguración de la feria, la directora de Bosques, Biodiversidad y Servicios Ecosistémicos del Ministerio de Ambiente, Adriana Santa, manifestó que el paso que interzum bogotá está dando "es el paso a la innovación".

Por su parte, la directora Ejecutiva del Fondo Mundial Para La Naturaleza-WWF, Sandra Valenzuela, expresó que "interzum bogotá será una plataforma para generar negocios diferentes y dar lugar a una economía verde en el país"

Cómo Sleep Country Canadá ha convertido a su competencia en aliados

► En el mundo minorista del sueño de hoy en día, la omnicanalidad es más que importante; es una necesidad para la supervivencia.

Eso es según Stewart Schaefer, presidente y director ejecutivo de Sleep Country Canada, el minorista de 287 tiendas aquí que ha estado forjando alianzas con algunos socios poco probables, incluidos Walmart, Best Buy y Loblaws, una cadena de supermercados canadiense. Cada uno de esos minoristas se ha convertido en grandes compañeros de cama, a pesar de haber sido algunos de los mayores competidores de Sleep Country en los últimos años.

"Una vez que el mundo cambió y los canales de distribución, incluido el comercio electrónico, crecieron, ya no se trataba solo de nosotros", dijo. "Me dirigí a nuestro equipo y le dije que, para evolucionar en este negocio, debemos pensar y actuar de manera independiente del canal, lo que significa que queremos estar en tantos canales de distribución de vendedores de colchones en Canadá. Eso significa nuestras puertas, nuestro propio sitio web, así como los sitios de otros que habían sido nuestra competencia. Tuvimos que convencer a nuestra competencia para que uniera fuerzas con nosotros y descubriera propuestas de valor centrales mutuas".

El minorista de artículos para dormir más grande de Canadá abrió tiendas Sleep Country Express en

Walmart en diciembre y actualmente planea abrir 10 tiendas piloto adicionales este verano. Las tiendas dentro de una tienda están ubicadas cerca de las estaciones de caja y cuentan con empleados de Sleep Country Canada que entienden la combinación de productos. El concepto le da a Sleep Country Canada acceso a la amplia combinación del tráfico de clientes de Walmart, que de otro modo no entraría en una tienda independiente.

Otra ventaja, dijo Schaefer, es que mientras las tiendas del minorista son de gama media a alta, las tiendas Express en Walmart le permiten a la compañía llegar a un cliente diferente que puede estar buscando colchones de precio bajo a medio. Las tiendas Express también le dan a Sleep Country Canada una audiencia más grande.

"Hay más de 400.000 inmigrantes que llegan a Canadá al año", dijo. "Todos conocen Ikea y Walmart, pero no conocen Sleep Country Canada. Esta es una manera maravillosa de presentar nuestra marca a una nueva audiencia".

En Best Buy, la estrategia de la empresa es un poco diferente. En las tiendas impulsadas por la tecnología, Sleep Country busca mejorar su combinación de productos de tecnología del sueño.



Loblaw's, a la que Schaefer se refiere como el Kroger de Canadá, es una nueva asociación que brinda atención al tráfico y al consumidor con más de 2,5 millones de consumidores que ingresan a las tiendas al año.

"Echamos un vistazo a quién más vendía colchones en nuestro mercado que podrían convertirse en una amenaza formidable con el paso del tiempo",

dijo Schaefer, y agregó que Walmart y Best Buy llegaron a la cima. "Podimos demostrar que hacer negocios con nosotros sería tan exitoso para ellos como lo sería para nosotros".

Para obtener más detalles sobre los planes de expansión de Sleep Country Canada, consulte la edición impresa del 6 de junio de Furniture Today.

Agio establece 3 nuevas colecciones, y una nueva estrategia de abastecimiento para los mercados de verano

El fabricante internacional de exteriores Agio USA se está preparando para Casual Market Chicago, del 19 al 22 de julio, con tres nuevas colecciones de productos, así como nuevas estrategias para abordar los problemas actuales de la cadena de suministro y el tiempo de entrega.

LAS NUEVAS COLECCIONES INCLUYEN:

Dylan es una colección de transición que cuenta con marcos de aluminio con cubos de mimbre, cojines y mesas Resysta en las ofertas de comedor y asientos profundos, y cabestrillo para el comedor a la altura de la barra, así como el juego de comedor alto de siete piezas. En un sentido de tendencia, esta colección se aleja de la casa de campo y es una mezcla de elementos contemporáneos y tradicionales.

Sonata adquiere un atractivo moderno con curvas suaves y mesas de porcelana. Ofrece dos tamaños de mesa para sillas de comedor acolchadas para acomodar hasta ocho con algunas opciones versátiles de asientos profundos y un juego de chat para fogatas.

“El precio puede verse como favorable en las piezas de los asientos frente a las colecciones completamente tejidas”, dijo Todd Wingrove, vicepresidente de ventas. “En cuanto al precio, eso puede ser una ventaja en el comercio minorista porque el valor estará allí, especialmente cuando se visten con almohadas en la sala de exposición

del minorista”.

La colección Havana está agregando una nueva sección de mimbre que permite la flexibilidad de rodear el brasero de listones de 40 pulgadas con bancos curvos y/o bancos curvos con respaldo. También está disponible en La Habana un gran bar para fiestas con capacidad para 12 personas y un comedor redondo de 44 pulgadas con mesa para fuego. Ambos juegos de comedor altos cuentan con un azulejo crepuscular y taburetes de bar de espuma reticulada que no requieren mantenimiento.

Todos los juegos de Apricity by Agio se ofrecerán sin cojines decorativos debido a que el cliente puede elegir su preferencia entre los 10 cojines que ofrece Agio.

“Otra diferencia este año con respecto a lo que hemos hecho tradicionalmente es la adición de una línea de ‘núcleo suave’ o una ‘línea de acento’”, dijo Wingrove. “Estos son accesorios que los minoristas pueden mezclar en sus contenedores al realizar el pedido. Tendremos cojines decorativos en una variedad de patrones, suaves otomanas y mesas para bebidas”.

Las mesas de bebidas con pedestal estarán en toda la sala de exhibición de Agio en Chicago (espacio 1628 en Merchandise Mart) junto con las suaves otomanas que son modulares y funcionales, y ofrecen una personalización versátil. En general, los clientes pueden esperar ver una combinación ecléctica en el piso de la sala de exhibición de Agio en lugar de una combinación completa.



ABORDAR LA CADENA DE SUMINISTRO

Para esta próxima temporada al aire libre, Agio ha tomado medidas para abordar los retrasos en las telas, los aumentos en los precios de los materiales, la escasez de contenedores y los plazos de entrega más largos para garantizar que los envíos lleguen a tiempo y que pueda seguir siendo una fuente confiable para sus minoristas.

“Encontramos una manera durante estos tiempos difíciles de hacer el 100 % de lo que dijimos que haríamos”, dijo Wingrove a Furniture Today. “Hemos ido a una selección de telas de fábrica para ayudar a asegurar los envíos a tiempo. Nuestro control de calidad se ha evaluado en igualdad de condiciones con los otros fabricantes que hemos utilizado en el pasado. Estoy seguro de que nuestro suministro de telas que estamos comprando es comparable e igual a la tela de alto rendimiento

para exteriores en el mercado actual”.

Wingrove continuó señalando que muchos distribuidores de interiores tienen programas hechos a medida que ofrecen a los clientes plazos de entrega de seis a nueve meses para pedidos de telas personalizadas. Dijo que si un cliente realiza un pedido con Agio, ofrece un inventario de igual calidad, con la única diferencia de que el cliente no podrá elegir su propio color.

“Cuando el usuario final compra Agio, puede haber alternativas menos costosas, pero es probable que sean de calidad inferior”, dijo Wingrove. “Del mismo modo, puede haber alternativas más costosas en las que nuestra calidad sea acorde, pero la diferencia es que el minorista ha predeterminado el color y la tela como se ve.

“El lado positivo para el cliente es que obtiene su producto de inmediato si tiene un camión, o dentro de una semana si está esperando una entrega porque el minorista tiene inventario”.

4 expositores de blancos entre las nuevas salas de exposición del mercado de Las Vegas

► El interés online disminuyó el 28%, en la comparación entre enero de este año y el mismo mes del 2021.

Las Vegas Market incluirá 24 salas de exposición nuevas, ampliadas y reubicadas, junto con más de 60 expositores temporales en Las Vegas Market, del 24 al 28 de julio, en el World Market Center.

“El impulso de los muebles de Las Vegas Market se está acelerando con marcas nuevas y emocionantes, recursos ampliados y nuevos compromisos de los líderes de la industria”, dijo Scott Eckman, vicepresidente ejecutivo y director de ingresos. “La ropa de cama está mejor que nunca, y los muebles y la decoración ofrecen la colección más grande de Occidente. Será un mercado imperdible para la industria este verano”.

Cuatro recién llegados en la categoría de ropa de cama son Deluxe Home (colchones), Puffy (colchones), Sherwood Bedding (colchones) y Standard Fiber (ropa de cama y textiles para el hogar). Otros



expositores se trasladarán a salas de exposición más grandes, como Carpenter Co., Diamond Mattress, Kingsdown, Resident-Nectar, DreamCloud, Awara (que representa las marcas de colchones, alfombras y muebles Nectar, Dreamcloud y AWARA) y ViscoSoft.

En la categoría de muebles y decoración del hogar, el mercado de verano contará con más de 500

expositores, incluidas 15 marcas que actualizarán sus espacios para llegar a los diseñadores y minoristas de la Costa Oeste. Tres nuevas salas de exposición son Meva (muebles de madera maciza hechos a mano), Oriena Home (alfombras, mantas, almohadas, mesas y ropa de cama y otros textiles para el hogar) y Porch View Home (muebles para el hogar, accesorios y regalos).

Algunos expositores se están expandiendo: Forty West Designs, The Import Collections, Phillips Collection y Vanguard Furniture. Cuatro marcas se están mudando a salas de exhibición más grandes: Central Oriental, Fireside Lodge Furniture Co., Impressions Vanity y Pacific Silk Plants. Tres reubicaciones adicionales son Art Carpet: Art Home, Collective Home y Elite Home Fashions.

Las exhibiciones temporales en dos ubicaciones incluyen:

- B2: Home Furnishings Temporaries presenta casi 20 expositores de categorías cruzadas.
- La Expo ofrece más de 40 expositores de decoración en la categoría de hogar, así como dentro de las categorías de diseño, hecho a mano y entrega inmediata.

71 países asistieron a la exposición de muebles “Meble Polska” de Polonia

► En total, expusieron más de 230 empresas de 10 países: Dinamarca, Moldavia, Alemania, Polonia, Portugal, Rumanía, Serbia, Eslovaquia, Turquía y Ucrania.

Meble Polska, la exposición de muebles más grande de Europa Central y del Este, recibió visitantes de 71 países, con el 53% de sus asistentes provenientes del extranjero. El espectáculo se llevó a cabo del 16 al 19 de mayo.

“Incluso antes de la feria, se podía esperar que la participación de compradores extranjeros de muebles alcanzara un récord este año”, dijo Józef Szyszka, director de la feria. “No estábamos seguros de si, después de la pandemia, los compradores estarían listos para los viajes transcontinentales, especialmente en vista de la guerra en curso en Ucrania. Resultó que nuestros temores eran infundados”.

El número total de participantes en la feria ascendió a 11.491 personas.

“Obviamente, esto es en parte un efecto de la fortaleza del sector del mueble polaco y el gran interés en los muebles polacos en el mercado extranjero”, dijo Szyszka.

En total, expusieron más



de 230 empresas de 10 países: Dinamarca, Moldavia, Alemania, Polonia, Portugal, Rumanía, Serbia, Eslovaquia, Turquía y Ucrania.

“Una gran exposición de más de 25 empresas de Ucrania atrajo un

gran interés”, dijo Szyszka. “A pesar de la agresión de Rusia contra este país, decidieron mostrar su potencial en Poznań”.

Los muebles se exhibieron en muchas categorías, incluidos muebles

de madera maciza, muebles tapizados y colchones.

La próxima edición de Meble Polska tendrá lugar del 21 al 24 de febrero de 2023..

Natuzzi aumenta las ventas de muebles en el primer trimestre en un 16 %, pero advierte de un cliente ‘prudente’

► “Desde el mes de abril, estamos viendo un enfoque más prudente de los consumidores, principalmente por la incertidumbre global actual”.

Por: Paola Pérez

Las ventas han aumentado para el fabricante italiano de tapicería y artículos para muebles Natuzzi, pero las interrupciones en la cadena de suministro y la inflación están provocando que la empresa sea cautelosa.

Los pedidos escritos alcanzaron los 119,6 millones de dólares en el primer trimestre, un aumento del 35,4 % con respecto a 2021 y un aumento del 50 % con respecto a 2020.

“La demanda de nuestros productos de marca en el primer trimestre ha sido sólida”, dijo el presidente de Natuzzi, Pasquale Natuzzi. “Al mismo tiempo, el contexto que nos rodea invita a ser extremadamente prudentes. La inflación generalizada, las interrupciones persistentes de la cadena de suministro y el conflicto en Ucrania presentan múltiples desafíos para nuestra cadena de suministro.”

“Recientemente, vimos que el consumidor desarrollaba una actitud más prudente”, continuó Natuzzi. “Nuestro director ejecutivo y el equipo de administración están monitoreando constantemente la situación general para navegar a través de estos tiempos difíciles. La reciente aprobación de un nuevo plan de opciones sobre acciones de incentivos, así como el nombramiento de un director independiente, Gilles

Bonan, ex director ejecutivo de Roche Bobois con más de 20 años de experiencia en el sector del mueble, demuestran nuestra determinación de crear una gobernanza más fuerte y una gerencia comprometida para alcanzar nuestras metas a largo plazo.”

“Desde el mes de abril, estamos viendo un enfoque más prudente de los consumidores, principalmente debido a la incertidumbre global actual”, dijo el director general Antonio Achille. “Los pedidos escritos de las primeras 19 semanas del año terminaron 19,9% por encima del año pasado igual período, pero la actitud más prudente del consumidor está determinando recientemente un menor tráfico en nuestro retail y en las tiendas de nuestros socios mayoristas.”

“La persistente tendencia al alza en el costo de las materias primas sigue siendo una de las principales preocupaciones”, continuó. “Los componentes de nuestra producción, incluidos el cuero, la madera, el hierro, el aluminio, el acero, los envases de cartón y el polietileno, así como los costos de energía, han estado sujetos a aumentos de precios. Durante el primer trimestre, aplicamos más ajustes en la lista de precios de nuestros productos para mitigar esta presión inflacionaria. Sin embargo, generalmente existe un lapso de tiempo entre el momento en



que se confirma un pedido por escrito y el momento en que se programa, fabrica y entrega al cliente final. Por lo tanto, esperamos que nuestros ajustes en la lista de precios sean evidentes en nuestros márgenes hacia el final del segundo trimestre, cuando las órdenes escritas cobradas comiencen en promedio a traducirse en ventas facturadas.

“Las presiones en los márgenes también provinieron de los costos de transporte, que se mantienen en niveles inusualmente altos, también como efecto del conflicto en curso que ha provocado un aumento en el costo del combustible y el cierre de algunas rutas, como la del Mar Negro”.

Las dos marcas de Natuzzi: el lujo hecho en Italia Natuzzi Italia; y las Ediciones Natuzzi contemporáneas, de fuentes más amplias, registraron

aumentos de ventas del 12,3 % y 16,6 %, respectivamente.

En China, donde se produce gran parte de la marca Natuzzi Editions, la empresa citó dificultades.

“Las restricciones relacionadas con COVID-19, que han estado vigentes en Shanghai desde principios de abril de 2022, luego de un nivel récord de contagio en la región durante la primera parte del año, han estado afectando nuestras operaciones de fabricación y logística por limitando el acceso de sus trabajadores y empleados a sus instalaciones y, por lo tanto, limitando la capacidad de fabricar nuevos productos y entregar productos terminados a los clientes”, dijo Natuzzi. “Las mismas restricciones también han resultado en el cierre de 18 puntos de venta en el distrito de Shanghai”.

Fabricantes chinos buscan oportunidades comerciales en exposición en Egipto

Por: Paola Pérez

Unas 160 empresas chinas exhiben sus productos en una feria comercial celebrada en la capital egipcia de El Cairo, con la esperanza de conocer clientes potenciales y buscar oportunidades comerciales.

La feria, China Homelife Egypt, comenzó el domingo y estará abierta hasta el 7 de junio en el Centro Internacional de Convenciones de El Cairo, presentando productos chinos en nueve segmentos, que incluyen agricultura y alimentos, materiales de construcción, electrónica de consumo, muebles, electrodomésticos, textiles y ropa, productos para el hogar, regalos y lámparas.

En la sesión de este año, la exposición vio por primera vez a los expositores chinos unirse a la feria a través de Internet para realizar conversaciones comerciales con compradores interesados.

“Creemos que Egipto es un buen mercado para nuestros productos”, dijo Mohammed al-Wardany, agente de una empresa china que fabrica repuestos para bombas elevadoras de agua.

“Mucha gente visitó nuestro pabellón y preguntó por nuestros productos”, agregó.

Mientras tanto, los compradores egipcios también buscan oportunidades de cooperación en la exposición en curso, donde se presentan miles de productos.

Emile Reda, gerente de marketing de una empresa egipcia que vende

materiales para impresoras y faxes, dijo que ha encontrado muchas empresas que cubren el campo de la impresión en la feria y que su empresa planea firmar algunos acuerdos.

“Es muy útil y realmente admiro los productos chinos que se exhiben aquí... siempre nos sorprenden con las tecnologías actualizadas”, agregó.

Los organizadores del evento dijeron que la exhibición tiene como objetivo transferir tecnología china a Egipto y concluir contratos entre fabricantes y comerciantes en los dos países.

“El gobierno chino ayuda a Egipto a convertirse en un centro logístico para exportar productos chinos a otros países de África y Medio Oriente”, dijo Adham al-Fiki, del equipo organizador, y agregó que la región de Medio Oriente, incluido Egipto, es un mercado importante para fabricantes chinos.

El comercio bilateral entre Egipto y China alcanzó los 19.970 millones de dólares USA en 2021, un aumento interanual del 37,3 por ciento, según cifras publicadas por la Administración General de Aduanas de China en enero.

Las exportaciones de China a Egipto totalizaron 18.270 millones de dólares, un aumento interanual del 34 por ciento, mientras que las importaciones de China desde Egipto alcanzaron los 1.700 millones de dólares, un aumento del 84,8 por ciento, según el informe. Producto final

Inauguran Furniture and Living Expo of Pakistan en Karachi Expo Center

Por: Paola Pérez

La Exposición de muebles y vida más grande de Pakistán, que duró tres días, se inauguró en el Centro de exposiciones de Karachi. La exposición fue inaugurada por Mirza Ikhtiar Baig, CEO de Baig Group of Companies. En la ocasión dijo que el gobierno anterior perjudicó al país al congelar los precios de la gasolina durante cuatro meses. Pero saldremos de la peor situación.

Con respecto a la exhibición, Ikhtiar Baig dijo que la gente de Karachi está esperando tal exhibición. Aquí también se ofrecen descuentos en muebles.

Asim Chaudhry, Jefe de Marketing de Master Multi foam, que participó en la exposición, dijo:

Siempre hemos hecho de la calidad una prioridad máxima y los muebles en esta exposición brindan calidad, innovación y ahorro para reducir la carga sobre las personas en esta inflación.

El Dr. Nazish Faisal, director ejecutivo de ORF Events, dijo que la exposición reúne a los fabricantes de muebles más renombrados de Peshawar, Swat, Lahore y todo Pakistán bajo un mismo techo. Desde la lámpara de mesa hasta el mobiliario de edificios corporativos, todo se ha gestionado bajo un mismo techo. En la exposición, tendrá la oportunidad de ver y comprar muebles hermosos y elegantes de 60 marcas diferentes de muebles de estilo local e internacional, agregó.



La feria comercial de Malasia planea un cronograma tanto virtual como presencial para julio

► La Feria Internacional del Mueble de Malasia abrirá una vez más como un evento presencial, además de ofrecer opciones virtuales para su mercado del 6 al 9 de julio

La feria híbrida, que se llevará a cabo en el Centro de Exposiciones y Comercio Internacional de Malasia y en el World Trade Center de Kuala Lumpur, albergará a más de 400 proveedores y espera compradores de más de 80 países, incluidos Japón, EE. UU., Canadá, Europa y Turquía.

El evento contará con pabellones para expositores de China, Indonesia, India, Singapur, Taiwán y Tailandia, mostrando muebles residenciales y de oficina, muebles de madera, accesorios y materiales para muebles.

“Los compradores ahora anhelan una experiencia de exhibición física, después de 2 años de exhibición en línea sin tener que sentir ni tocar los productos”,

dijo Karen Goi, gerente general de MIFF. “Estamos listos para recibir a nuestros amigos de la industria global para experimentar el abastecimiento de muebles de verano en Kuala Lumpur, ya que la confianza de los visitantes internacionales ha aumentado con la reapertura de la frontera”.

Organizado por Informa Markets, MIFF estará impulsado por energías renovables a partir de este año, apoyando las iniciativas para dar forma a un futuro sostenible para la industria del mueble.

El registro en línea ya está abierto y los visitantes profesionales solo necesitan registrarse una vez para explorar la exhibición física y en línea en MIFF 2022.



Tres ferias comerciales ofrecen cabecera triple para el espectáculo de invierno de 2023

► Ambiente, Christmasworld y Creativeworld se realizarán simultáneamente en 2023

Ambiente, una feria internacional de artículos para el hogar y regalos, se ubicará junto con Christmasworld y Creativeworld en 2023. Ambiente y Christmasworld se llevarán a cabo del 3 al 7 de febrero de 2023 en el centro de exposiciones de Frankfurt. Creativeworld abrirá un día después, el 4 de febrero, y continuará hasta el 7 de febrero.

Ambiente exhibe muebles, decoración y productos de regalo para el hogar y la oficina. Christmasworld ofrece líneas de temporada y vacaciones. Creativeworld presenta productos para pasatiempos, artesanías y suministros para artistas. Los representantes dijeron que el lema de la feria de "Hogar de los bienes de consumo" abarca cada una de las tres ferias y subraya un concepto creado para ofrecer a los compradores oportunidades integrales de abastecimiento en un solo evento.

"Las reacciones del mercado son muy impresionantes", dijo Yvonne Engelmann, directora de Ambiente Living, Giving, Working. "Hemos recibido mucha confianza y aceptación por parte de nuestros clientes, así como un deseo incondicional de estar ubicados en el próximo Ambiente. Por esta razón, fortaleceremos específicamente la ocupación de la sala en las áreas de crecimiento, aprovecharemos las sinergias de manera constante y pensaremos en distancias cortas



para todos los involucrados al mismo tiempo.

"De esta manera, crearemos un vínculo aún más ventajoso con las principales ferias comerciales Christmasworld y Creativeworld y sus gamas de productos".

Los espacios para expositores dentro del centro se han reorganizado para optimizar la ubicación de las categorías de productos, dijeron los funcionarios.

La sección de Diseño de Interiores, una sección complementaria al área de Vivir, Dar, Trabajar con muebles y líneas de productos de decoración, exhibirá estilos "relacionados con vivir, amueblar y decorar" y contará con expositores como Blomus, Bloomingville, Guaxs, Alessi, Georg Jensen y Stelton, entre otros.

Las áreas de enfoque de categoría adicionales para la feria 2023 incluyen: Contract Business, que

presenta la exhibición Future of Work; Interiores y Decoración, con iluminación, accesorios decorativos y muebles de acento; Regalos Urbanos, Papelería y Escolares; presentando artículos de regalo y productos de papel de tendencia; Remanexpo, con consumibles y componentes de impresoras remanufacturados; Cocina, Accesorios y Repostería, con Guardini, Mepal y Peugeot; Cook & Cut, con Berkel, Bugatti, De Buyer, SMEG y Tramontina; Casa limpia; Fuente global; y Top Deals, con productos promocionales.

Los expositores de la feria de 2023 están entusiasmados con el regreso a un evento en persona, dijeron las autoridades. Varios agregaron que sienten que el enfoque de Ambiente en bienes de consumo de categorías cruzadas es relevante para los compradores de hoy y se verá fortalecido por los espectáculos

ubicados en el mismo lugar y las ofertas de categorías ampliadas.

"Los clientes de Alemania y el extranjero ya han programado firmemente su visita a Ambiente para 2023", agregó Nuno Gameiro, director de ventas de Asa Selection. "Para el éxito de nuestra marca y colecciones, es fundamental inspirar a las personas, despertar la pasión y las emociones. La mejor manera de hacer esto es hablar con ellos en persona. Las ideas pueden surgir espontáneamente, durante una conversación imprevista en la feria; sucede de persona a persona.

"Las ofertas digitales no 'humanizan'. No hay alternativa a los encuentros personales", agregó Gameiro. "El hecho de que Ambiente, Christmasworld y Creativeworld se celebren en paralelo en 2023 es una consecuencia lógica de las gamas cada vez más superpuestas de conceptos minoristas".

El Dr. Rudiger Kress, propietario de Artebene Group, está de acuerdo.

"Estamos encantados de finalmente poder dar la bienvenida a nuestros socios minoristas en persona nuevamente, de todo el mundo y en el centro de Alemania", dijo. "El lema 'Home of Consumer Goods' describe perfectamente lo que el comercio debe ofrecer hoy. En este contexto, los temas de diseño, estilo de vida y sostenibilidad son igualmente importantes para nosotros, y las.

Dallas Market Center amplía su sala de exposición abierta todos los días en un 25 %

► Se está expandiendo en Dallas Market Center en 6,600 pies cuadrados

The Gallery, una sala de exhibición abierta todos los días de marcas de muebles para el hogar, se está expandiendo en Dallas Market Center en 6,600 pies cuadrados. La construcción está en marcha, con líneas selectas programadas para abrir para Total Home & Gift Market, del 22 al 25 de junio.

La Galería, ubicada en el primer piso del Interior Home + Design Center, presenta más de 20 marcas dentro de un espacio de exposición compartido atendido por personal del Dallas Market Center. El espacio está dedicado a la decoración del hogar, detalles del hogar, muebles, iluminación y obras de arte.

Agregar a los 22,000 pies cuadrados existentes permite empresas adicionales, que incluyen: The Container Store Custom Closets, Norwalk Furniture, Ashore-Onyx and Crystal Collection, Lyn Hiner



Studios, Wall Snobs y el artista alemán Peter Robert Keil.

Dallas Market Center es un

recurso de diseño abierto todos los días y atiende a compradores minoristas y diseñadores de interiores de todo el país e

internacionalmente. También alberga eventos comerciales y eventos de diseño especializados durante todo el año.

¿Qué necesito hacer para decorar exactamente mi sala?

Las posibilidades e ideas para decorarla son infinitas. Al comienzo les sugerimos seguir unas líneas básicas para hacer que una sala sea perfecta. Pero al momento de configurar los elementos que formarán parte de ella, la pregunta básica que deben hacerse es: ¿qué uso le daré?

Puede ser un lugar destinado a los encuentros sociales, o un espacio donde se desarrolle la vida familiar. La funcionalidad es el aspecto que definirá la distribución, así como su decoración. Para muchos la apariencia es otro de los puntos más importantes cuando se trata de remodelar o amueblar desde cero.

Comiencen a determinar cómo serán los muebles principales y qué necesidades deben cumplir. Después, incorporen complementos que realcen la escena como jarrones, lienzos y plantas. Cuanto más flexible sea la decoración, mejor podrá adaptarse en un futuro a las nuevas necesidades.

¿QUÉ COLOR DE PARED NECESITO ESCOGER PARA MI SALA?

Antes de coger el bote de pintura, deben plantearse qué protagonismo quieren dar a las paredes. La primera alternativa, más clásica, consiste en dar el mismo tono a todas ellas. Pero también pueden optar por destacar una de las paredes, para que así se convierta

en el centro de atención de todas las miradas.

Existen otros factores determinantes, como las dimensiones y la luminosidad, para determinar el color. Los colores claros encajan mejor en salas pequeñas, puesto que los oscuros reducirán ópticamente el espacio. Además, si este espacio recibe poca luz, es mejor apostar por tonos blancos y pastel que reflejen al máximo los rayos del sol.

¿QUÉ TIPO DE PISO DEBERÍA PONER?

El piso es un elemento muy importante para la decoración de este espacio. Existen una gran cantidad de variedades y colores, y no se debe tomar a la ligera la elección de uno u otro.

Normalmente, la madera es el material más versátil. Crea espacios acogedores y se adapta a una gran cantidad de estilos. Pero también requiere de unos mejores cuidados si quieren que su piso permanezca intacto con el paso de los años.

Por otro lado, los pisos de loseta o cerámica son mucho más fríos, aunque tienen más resistencia y son perfectos para las zonas con mucha actividad. En cualquier caso, las alfombras son grandes aliados.

Son confortables, protegen del frío en el invierno y contribuyen su estilo. Con todas estas ideas de decoración, solo



les queda decidir qué efecto quieren lograr. ¿Prefieren una sala llena de calidez y comodidad, o quizá un espacio donde el diseño y las últimas tendencias sean los principales protagonistas?

¿HAY RECOMENDACIONES ESPECÍFICAS PARA DECORAR UNA SALA?

Las tendencias vienen y van, y donde hoy el estilo escandinavo es uno de los más demandados, dentro de

un tiempo puede que otro tipo de decoración ocupe su lugar. El mejor consejo es encontrar un balance entre muebles modernos y flexibles.

Así, cuando se cansen de ellos o quieran cambiar el su aspecto, no tendrán que invertir en exceso para renovar todo el espacio. Una vez más, su dimensión es vital para la decoración. Los grandes muebles este tipo de habitaciones pequeñas producen una sensación visual de un espacio saturado. El equilibrio entre

holgura y saturación es el objetivo que deberán lograr.

¿CÓMO UTILIZO ACCESORIOS PARA MI SALA?

Los accesorios funcionales o no, cumplen la función básica de complementar al mobiliario y expresan un estado de ánimo. No es lo mismo escoger la decoración de invierno, con elementos que transmitan calidez, a la de verano, donde la frescura invade el espacio.

Combinen sofás o sillas con otros accesorios como alfombras o cuadros. Estos últimos se pueden conservar por mucho tiempo al hacer una inversión en productos de calidad. ¡Tengan siempre en cuenta que el objetivo principal es embellecer la sala!

¿QUÉ PASA SI TENGO UNA SALA PEQUEÑA?

Una espacio pequeño presenta un gran desafío cuando ha de ser decorada, dadas las restricciones de espacio. Esa dificultad puede convertirse en un aliado, ya que tendrán un esquema mucho más preciso de las necesidades y la extensión disponible.

En homify podrán





una sala de estilo clásico. En ella parece imperceptible el paso del tiempo y, al mismo tiempo, combinan con las últimas tendencias decorativas. Si buscan ideas para diseñar el estilo clásico que siempre anhelaron, en homify comprobarán que las mejores imágenes poseen una decoración equilibrada donde todos los accesorios y muebles se complementan a la perfección.

Cómo lograr una sala estilo rústico: Madera, adobe, ladrillo y piedra son los cuatro materiales que definen una sala rústica. Todo para lograr una atmósfera acogedora y única, llena de elementos sencillos y alegría. El buen uso del color será fundamental. No duden en escoger tonos cálidos y vivos, capaces de transportarlos a un auténtico paraíso en medio de la naturaleza. Porque en el estilo rústico, el estrés desaparece por completo y se crea un ambiente de lo más relajado.



encontrar multitud de ideas para esta pequeña habitación, imágenes donde comprobarán que los colores claros y la disposición correcta de los muebles pueden agrandar visualmente el espacio.

No olviden la funcionalidad, y descarten los elementos que poco aporten a la sala. ¡Aprovechen el espacio al máximo! Un pequeño esquema en papel con las medidas exactas de las dimensiones será la mejor guía para decorarla.

Cómo lograr una sala estilo clásico: La elegancia es la mayor protagonista en

Cómo lograr una sala estilo moderno: Una sala de estilo moderno es aquella que utiliza diferentes tendencias decorativas para lograr un espacio diferente y único. Clásico y escandinavo, retro y minimalista, o rústico y mediterráneo. Las combinaciones son infinitas, así como su versatilidad. Un estilo que, además, destaca por su facilidad para adaptarse a los nuevos tiempos. Unos pequeños cambios en determinadas áreas conseguirán renovarla completamente si se cansan de su aspecto con el paso de los años.



Andrés Gutiérrez

Andrés Gutiérrez es un nombre que marca tendencia cuando se habla de diseño en México. Licenciado en Diseño Ambiental por la Universidad La Salle, con tan solo 33 años se trata de uno de los rostros más frescos del interiorismo en el país, que interpreta la cultura mexicana con el uso de recursos locales a partir de un diseño atrevido, con una paleta propia que habla de un lenguaje universal y denota un especial cuidado entre el usuario y el espacio.

Amante de los colores y convencido de que la regla más importante para el diseño es romper con toda regla, en 2009 Andrés Gutiérrez se mudó desde Celaya a la Ciudad de México y a la par que continuó explorando y aprendiendo a través de pequeños proyectos, su búsqueda constante de la expresión y capacidad de contar una historia a través

del interiorismo y el diseño del mobiliario lo llevaron a crear su propio despacho cuatro años después.

A-G STUDIO

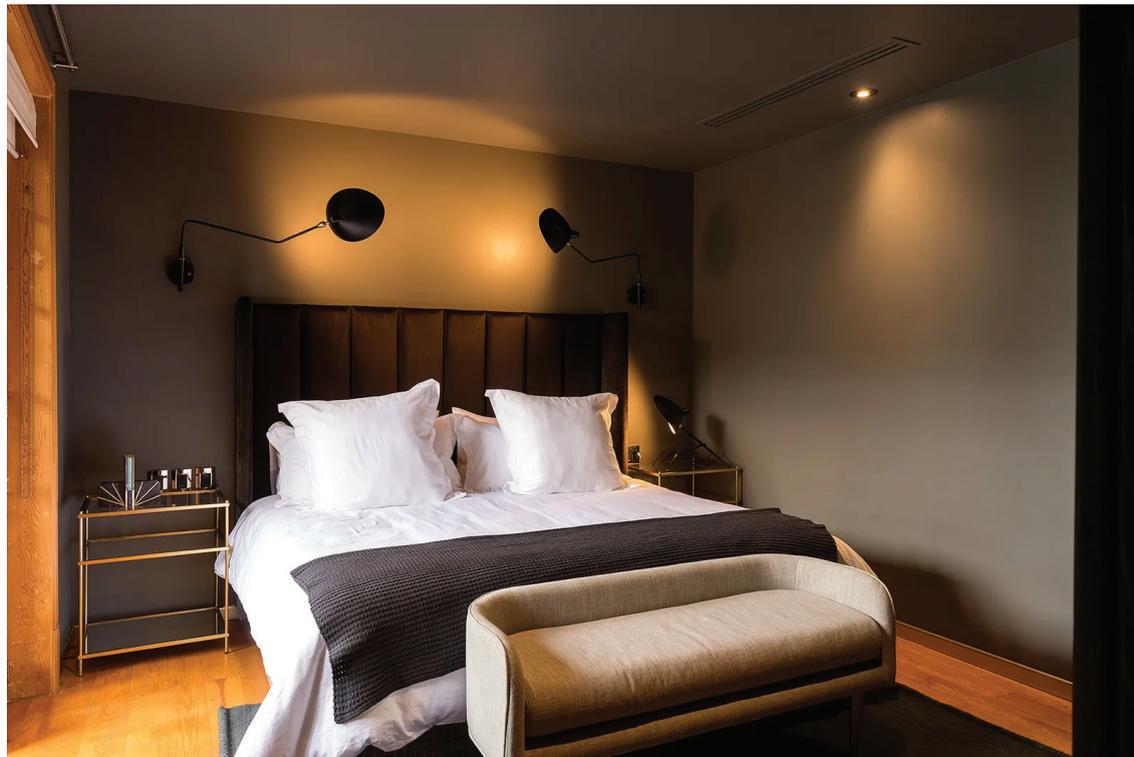
Andrés Gutiérrez fundó A-G Studio, firma de interiorismo residencial y comercial en 2012, desde donde ha participado en el diseño integral de proyectos como hoteles, bares, restaurantes y otros espacios comerciales, siempre con un profundo interés en el intercambio de información y sentimientos entre el usuario y el espacio.

En 2017, Mayela Ruiz se incorporó a A-G Studio y desde entonces, ambos trabajan en la conceptualización de cada espacio que intervienen.

PROYECTOS MÁS IMPORTANTES DE ANDRÉS GUTIÉRREZ

HOTEL IGNACIA GUEST HOUSE

Una casona neoclásica ubicada en el corazón de la Colonia Roma que enaltece sus orígenes y al mismo tiempo, mantiene un toque moderno y muy personal.



El Hotel Ignacia Guest House es un luxury B&B con un atractivo geométrico que forma un patio con especies vegetales mexicanas donde todo confluye.

El juego de luces y sombras es un preámbulo de la paleta monocromática de cada una de las habitaciones, todo con

acabados sofisticados y piezas de diseño nacional que forman un ambiente cálido donde el esmeralda, los tonos ocre y el rosado son la marca personal de A-G Studio.

HOTEL CASA HOYOS

Uno de los proyectos insignia de A-G Studio se ubica en San Miguel de Allende y es una casona restaurada que durante algún tiempo funcionó como granero.

Este legado sirvió de inspiración para la firma de diseño y en conjunto con la paleta vegetal de la región, se creó un espacio donde los azulejos amarillos son protagonistas en las áreas de circulación. En medio, un patio andaluz da acceso a las habitaciones con un twist donde la carpintería y los pequeños detalles contemporáneos crean un maridaje único entre la

historia del lugar y un estilo tan atrevido como acogedor.

BAR BRONSON

Este bar con alma de speak-easy ubicado en León, Guanajuato, mantiene un estilo ecléctico que pasa de la clandestinidad a la sofisticación en un ambiente único para disfrutar de la mixología del lugar. El Bar Bronson fue inaugurado en 2016 y la fama de su diseño lo ha llevado a posicionarse como el pasillo más icónico de León.

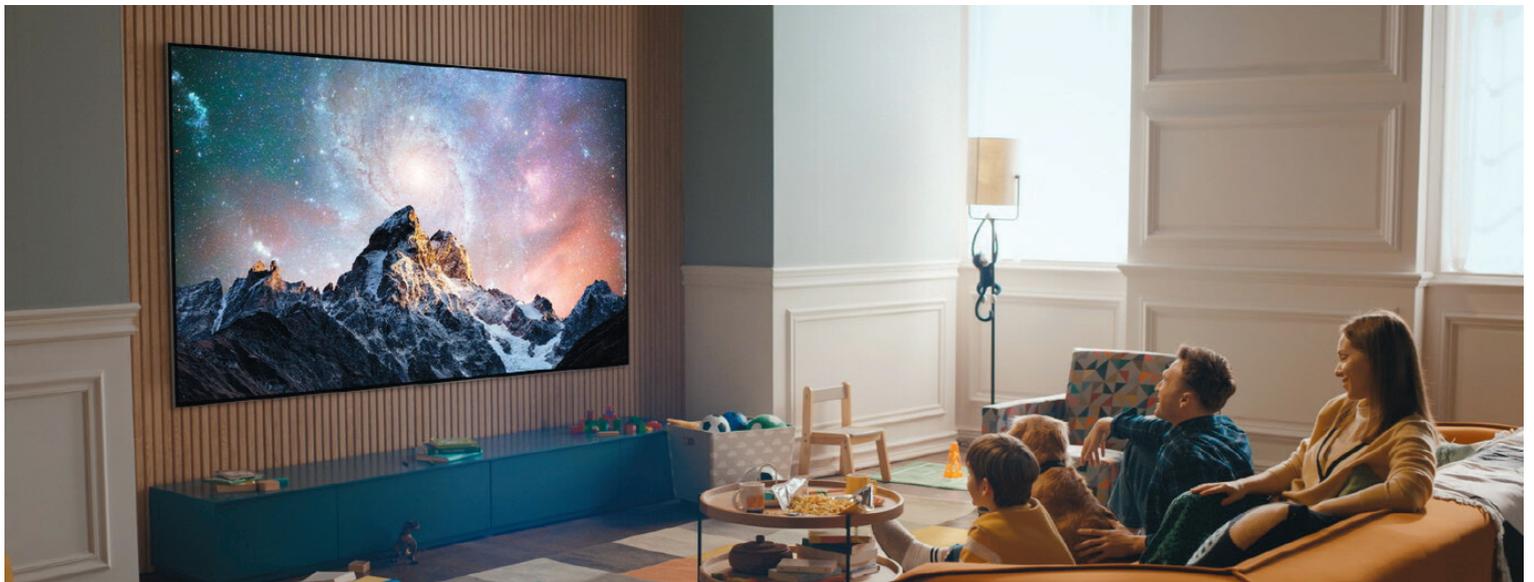
Premios y Reconocimientos
A pesar de la corta vida de la firma, Andrés Gutiérrez y A-G Studio han sido reconocidos en distintas ocasiones, como la Bial de Arquitectura Mexicana y the Best Interiors of Latin America and The Caribbean de The International Interior Design Association (IIDA)..



PRODUCTO DE MARCA

LG lanza en México nuevas televisiones OLED evo C2 y G2 2022 llegan a México con WebOS actualizado

► Las nuevas televisiones LG OLED evo C2 y G2 2022 están a la venta en México para celebrar el camino de la Selección Mexicana hacia el Mundial



LG anunció a finales del año pasado que sería el nuevo patrocinador de la Selección Mexicana para el mundial Qatar 2022. Hoy, el fabricante ha hecho oficial que su nueva línea de televisiones OLED evo que presentó en CES 2022 ya están disponibles en México.

La nueva línea de televisiones LG OLED están disponibles en una amplia variedad de tamaños desde 42" hasta 97". También destacan por sus sorprendentes tecnologías de calidad y por contar con una versión mejorada del sistema WebOS que incluye más funciones y servicios inteligentes.

Durante la conferencia de prensa, LG compartió que la marca suma 9 años como líder en venta de televisiones premium, según cifras de la firma Omdia. También compartieron que ha sido galardonada con el Premio a la Innovación CES durante 8 años consecutivos. Asimismo, indicaron que esperan un incremento de 25% en la venta de modelos LG OLED comparado al año pasado.

LG destacó que sus nuevas televisiones OLED han marcado un estándar en la industria ya que integran píxeles de iluminación que se pueden encender y apagar individualmente para entregar negros más perfectos, colores más naturales y un contraste infinito.

Los nuevos modelos 2022 también destacan por no utilizar iluminación de fondo, son más delgadas y livianas que



cualquier otro en el mercado, ayudando a crear factores de forma sin precedentes como televisiones plegables y enrollables.

Daniel Aguilar, Director de Comunicación Corporativa en LG Electronics México, comentó:

“Con el nuevo panel OLED evo de LG, los nuevos modelos de la serie G2 son únicos en su clase. El siguiente nivel en la evolución de OLED es el nuevo panel OLED evo, que se presenta tanto en la serie G2 como en la serie C2 y ofrece un brillo más alto para imágenes

ultrarrelistas con una claridad y un detalle asombrosos”

Una de las características más importantes de las televisiones LG OLED G2 y C2 es la adición de un nuevo procesador Inteligente α (Alpha) 9 Gen 5, la tecnología Amplificador de Brillo (Brightness Booster) de la compañía permite que los televisores de la serie G2 brinden aún más brillo a través de una disipación de calor mejorada y un algoritmo más avanzado.

Para este lanzamiento se dio a conocer dos modelos: las televisiones LG OLED G2 que

estarán disponibles en tamaños de 55", 56" y 77", al igual que un nuevo modelo de 83" y el primer modelo OLED de 97" del mundo para quienes quieran tener la mejor experiencia.

Por su parte, las televisiones LG OLED C2 está disponible en una variedad más amplia de modelos, incluyendo el primer modelo de 42W para gamers de PC y consolas, y otros modelos de 48, 55, 65, 77 y 83 pulgadas. Uno de sus atributos más destacables son sus biseles más delgadas que permiten entregar una experiencia más inmersiva.

Hisense invierte 250 mdd en su segunda planta en México

► La segunda planta de Hisense en México se construye en Nuevo León, desde donde planea exportar electrodomésticos a todo el continente

Por: Paola Pérez

México será en el segundo mercado para Hisense donde tenga dos plantas de producción, solo después de China, gracias al éxito que ha tenido en ventas.

Su primera planta está ubicada en Rosarito, Baja California, y la segunda se construye en Nuevo León con una inversión de 250 millones de dólares; tendrá una extensión de 25 hectáreas y se planea que esté lista para el segundo semestre del año, indicó Antonio Hidalgo, director general de Hisense México.

Con esta última planta en Nuevo León, la empresa de origen chino busca exportar electrodomésticos a todo el continente americano en donde tenga presencia, lo que convertirá a México en una de las

principales subsidiarias de Hisense en el mundo.

Sobre su crecimiento en ventas, valor y conocimiento por parte de los mexicanos, la firma creció en su segmento de televisores y se colocó en el último año como la segunda marca en unidades y la tercera más valorada.

En refrigeradores, Hisense es la cuarta marca más relevante en el país y tiene el refrigerador más vendido. En productos de cocina, este año se anunciará el lanzamiento de un lavavajillas, con el cual abre su portafolio de productos en el país.

En el segmento de congeladores, la compañía mantiene el liderazgo en el mercado y buscará reforzarlo con tecnología, innovación y diseño.

Además, para la categoría de telefonía móvil, Hisense tiene como meta liderar la gama media.



Mabe anunció inversión de 600 millones para su planta en San Luis Potosí

► Juan Carlos Valladares afirmó que se generarán mil 500 nuevos empleos

Juan Carlos Valladares Eichelmann, secretario de Desarrollo Económico, anunció, junto a Pablo Moreno, director de Asuntos Corporativos de Mabe, la construcción de un Centro de Distribución de esta compañía, con una inversión de 600 millones de pesos.

El funcionario estatal destacó que Mabe es una empresa global en el sector electrodoméstico con presencia en México y América Latina, por lo que el proyecto favorecerá a las y los potosinos con más empleos y mejor remunerados.

El titular de Sedeco detalló que el próximo Centro de Distribución incrementará la capacidad de almacenamiento de la empresa, en una superficie de 90 mil metros cuadrados para conservar más de 450 mil productos, generando mil 500

nuevas oportunidades laborales, directas e indirectas, que se suman a las ocho mil que ya ofrece en la Entidad.

“Mabe es una empresa de gran arraigo en San Luis Potosí, y es importante que los empresarios e industriales sean respaldados desde la nueva administración estatal, al ser una aliada en el futuro y progreso de nuestro territorio, de eso no cabe la menor duda”, aseveró el titular de Sedeco.

Por su parte, Pablo Moreno externo que “este anuncio nos llena de orgullo, al poder colaborar con las autoridades del Estado para llevar a cabo este importante proyecto para nuestra empresa”, y agradeció al mandatario por las facilidades y disposición por contribuir a la fortaleza industrial en el Estado.



La estrategia de Daewoo para reconquistar Latinoamérica

► Luego de una década, la firma de tecnología y electrodomésticos surcoreana quiere ‘reinstalar’ su nombre en la región, potenciando la venta de televisores inteligentes, línea blanca de diseño minimalista e irrumpir con laptops y smartphones

Por: Paola Pérez

El mundial de fútbol de Catar en noviembre próximo podría ser el mejor aliado en el regreso de la firma Daewoo a Latinoamérica.

La lejanía del destino no dejaría otra opción para los amantes del balompié incapacitados de viajar a la cita, que elegir la segunda mejor alternativa para disfrutar su pasión: comprar un televisor mejorado.

Es ahí donde Daewoo ha puesto sus fichas –y esperanzas– para recuperar el mercado y las preferencias de los consumidores de la región Andina, compuesta por Perú, Colombia, Bolivia y Chile.

“El smart TV será el electrodoméstico estrella del año. Nadie quiere perderse el mundial de Catar”, dice a AméricaEconomía Christian Aliaga, CEO de la firma Your Brands, quien tiene la representación de Daewoo en toda Latinoamérica, operando como hub

regional (excepto en Chile, donde la firma argentina BHG tiene la representación para la distribución de línea blanca).

Aliaga reconoce que sus proyecciones son bastante ambiciosas, sin embargo, asegura que se fundamenta sobre bases sólidas: por un lado, nuevos productos y por otro lado nuevos mercados.

Además, destaca que los Smart TV de Daewoo son los únicos en la región Andina que cuentan con la licencia de Google TV, al que califica como más completo que Android TV, el sistema operativo general de los televisores inteligentes.

“El sistema de Google no solo sirve para operar los televisores, sino que también sirve para integrar el televisor al celular y a otros electrodomésticos”, enfatiza el CEO de Your Brands.

Eso configura la estrategia de reposicionamiento de Daewoo en la



región, que se basará en la domótica, es decir, la capacidad de controlar los electrodomésticos de forma remota, en este caso a través de un celular.

“Vamos a integrar a toda la familia de productos [electrodomésticos] a la domótica como una tendencia a nivel mundial”, recalca el ejecutivo

Congelador Hisense FC88D6BWX 9 pies color Blanco

Congela y guarda tus alimentos a la temperatura perfecta gracias al congelador de 9 pies marca Hisense.

La pieza cuenta con una función que le permite usarse como congelador o refrigerador; cuenta con una puerta abatible y dos puertas deslizables en su interior. Incluye una parrilla, interior recubierto de aluminio y control de temperatura que

alcanza hasta los -18°C . Cuenta con botón indicador de encendido, perilla con función de refrigeración, congelador y congelación rápida. Funciona con refrigerante R600a.

Lo que necesitas para almacenar carnes a una temperatura perfecta y que las conserve por más tiempo, lo tienes con el congelador horizontal Hisense.



Campana Supra 35.4" Acero Inoxidable

¡Haz que tu estilo sea eterno! Por fin está disponible, complementa tu cocina con esta campana Supra de 35.4 pulgadas, un diseño de cristal templado que acentúa el estilo de tu cocina.

Es un modelo fabricado en acero inoxidable con cristal templado y tres velocidades

para un funcionamiento mucho más sencillo. Su innovador sistema cuenta con microinterruptores que facilitan su encendido. Sus filtros son lavables y desmontables.

¡Ya no esperes más y equipa tu cocina cuanto antes!



Refrigerador Inverter Samsung Bottom Mount RF26HFENDSL 26 pies

El vínculo que te une a tu verdadera familia no es el de la sangre, sino el del amor. Consíentelos y dales la mejor alimentación con éste refrigerador Samsung RF26HFENDSL, un impecable diseño que ofrece máxima capacidad de almacenamiento, flexibilidad y una tecnología de enfriamiento superior con una estética moderna.

Es un modelo Bottom Mount que armoniza a la perfección con tu hogar. Cuenta con la mayor innovación y tecnología Twin Cooling, encargada de enfriar y congelar los compartimentos por separado para mantener la temperatura ideal en cada sección, sin mezclar los olores. Posee luz LED de alta intensidad para apoyar la visibilidad de cada rincón de tu refrigerador, aún cuando la cocina está a

oscuras.

Por si fuera poco, este avanzado frigorífico te ayuda a ahorrar dinero, conservando energía sin sacrificar el rendimiento, gracias a sus mejoras de ingeniería



Batidora de Pedestal Oster FPSTSM2711 con 8 Velocidades

Para los amantes de la repostería nada que mejor que esta increíble batidora de pedestal Oster FPSTSM2711, el instrumento perfecto para crear deliciosas masas para pasteles.

Cuenta con tazón de acero inoxidable con capacidad de 4 l y ocho velocidades de acción; además cuenta con un

sistema de rotación planetaria con doble movimiento simultáneo de los batidores.

Su hermoso diseño combina perfecto con el estilo decorativo de cualquier cocina. Ahora sí estás lista para consentir a tu familia con deliciosos postres y recetas con tu nueva batidora Oster.



Campana extractora decorativa de cristal curvo acero claro de 90 cm

Campana Extractora Decorativa DE Cristal Curvo Acero Claro DE 90 CM: Alto: 51 Cm frente: 90 Cm fondo: 50 Cm peso: 15.30 Kg voltaje: 110/127 V - 3 Velocidades De Extracción -

Display 100% Touch Screen - Iluminación Tecnología L.e.d. - Filtros Removibles Y Lavables - Con Práctico Control Remoto - Ducto De Salida De Acero Inoxidable



Trim Enfriador Refrigerador Congelador Cocina Frigidaire

Kit opcional de acero inoxidable cepillado de doble ajuste que está diseñado para proporcionar un aspecto incorporado para el All nevera y todos congelador. Instalar con rejilla de 79" en forma o fáciles de remover rejilla para un 75" mirada del collar montado. Medidas con Rejilla: Alto: 200 cm. Ancho: 170 cm Medias sin Rejilla Alto: 190 cm. Ancho: 170 cm.



Climatizador Ap12000hs Edgestar

climatizadores extremos de edgestar extreme cool ofrece la combinación perfecta de potencia de enfriamiento, calidad y estilo, una combinación inigualable por cualquier otra unidad en el mercado. esta unidad tiene 12,000 btus (norma ashrae-128) / 5,500 btus (norma doe 2017). El nuevo acondicionador de aire portátil ed1210hs edgestar es comparable al modelo ap12000s con la ventaja añadida de la funcionalidad del calentador.

Características del producto: 12,000 btu (ashrae-128 standard) / 5,500 btu (doe 2017 standard) enfría hasta 425 pies cuadrados (depende de la carga térmica) todos los acondicionadores de aire portátiles, incluido este, deben ventilarse con la manguera incluida. kit de ventana (56 pulgadas máx.) con manguera de escape extensible de hasta 49 unidades incluidas El termostato se puede

programar a temperaturas de 61 grados F a 77 grados F y se muestra en grados Fahrenheit o Celsius Función de calentador para uso durante todo el año Función deshumidificador incluye hasta 81 pintas por día. Pre filtro deshumidificador lavable y un filtro de carbón reemplazable..



COSTWAY enchufe inteligente



COSTWAY enchufe inteligente, no requiere Hub, mini enchufe inteligente WiFi con función de temporizador para todos los electrodomésticos de casa, soporta sistema Android o

sistema iOS, CE, FCC, ETL, certificado ROHS, color blanco

Conoce las últimas innovaciones en electrodomésticos disponibles en México

Por: Paola Pérez

Es común que, al pensar en innovaciones tecnológicas, lo primero que se venga a la mente sean celulares, computadoras, cámaras e incluso televisores. ¿Por qué? Nos olvidamos de los refrigeradores, cocinas y congeladores, por citar algunos de los electrodomésticos en México más usados.

La realidad es que estos artefactos han evolucionado en los últimos años de una manera abismal en todo los sentidos. Desde lo estético, hasta llegar a cubrir funciones más específicas y pensadas para un mejor cuidado de los alimentos o vajillas, por ejemplo. Muchos de estos avanzados electrodomésticos están en México. Así pues, vale la pena conocer un poco más al respecto.

Aprender sobre ellos hará la diferencia al momento de elegir todos los electrodomésticos en México para tu nuevo hogar o cuando es tiempo de cambiar uno puntualmente.

LAS TECNOLOGÍAS QUE DEBES TENER EN CASA

Tal como te adelantamos, aquí te contaremos sobre las mejores tecnologías que vas a encontrar en los artículos y electrodomésticos que más usas en tu hogar; es decir, el refrigerador, lavadoras, estufas y aires acondicionados.

Soluciones en refrigeración

La función del refrigerador va más allá de ser un espacio para almacenar los alimentos sensibles a la temperatura ambiente. Tienen misiones súper importante:

- Preservar la calidad, el sabor y, por ende, los nutrientes de los alimentos.
- Evitar que se proliferen las bacterias.

Hay algunos que cumplen con estas tareas mucho mejor gracias a las nuevas tecnologías que poseen. Estas permiten regular constantemente las diferentes zonas del refrigerador en función a los alimentos almacenados (embutidos, verduras, frutas o empaquetados).

También están aquellos que utilizan luz ultravioleta para prevenir la proliferación de bacterias y cuentan con zonas especiales para descongelar correctamente los alimentos.

Sin lugar a dudas, ¡son eficientes por donde lo mires! No olvides de buscar estas tecnologías cuando estés por comprar electrodomésticos.

Cuida mejor de tus prendas

Es posible sacar las manchas más difíciles sin que esto implique un



desgaste extra en tu ropa. Además de elegir el detergente adecuado, la lavadora también juega un rol fundamental.

Hay marcas de estos electrodomésticos en México que, por ejemplo, han implementado un diseño del tambor especial para reducir la fricción de la ropa mientras se lava. Cabe destacar que también muchas incluyen un tratamiento especial en la goma, puerta y cajón de detergente para evitar la proliferación de bacterias.

Cocinas más eficientes

Lo más importante de una estufa es que conserve el calor adecuadamente y esté hecha con materiales de calidad y fáciles de limpiar.

Si además posee un horno por convección, mucho mejor. Estos están diseñados con un ventilador y un sistema de escape especial lo cual ayuda a:

- Reducir los tiempos de cocción de los alimentos.
- Mejorar la distribución del

calor.

- Lograr alimentos con un tostado perfecto.



enfermedades respiratorias).

¿Cómo lo logran? Lo hacen con filtros fabricados con materiales y una forma precisa que les permite cubrir perfectamente las entradas de aire.

Sumado a estos avances, la mayoría de los electrodomésticos con este tipo de tecnologías cuentan con diseños elegantes que los hacen resaltar y completar el mobiliario de tu hogar.

Para finalizar, además de saber lo que pueden hacer los electrodomésticos de última generación, no olvides leer detalladamente las características de los mismos. Sólo así identificarás estas tecnologías y otras muchas más como por ejemplo qué tan eficientes son ahorrando energía.

Está de más decir que en los pequeños detalles están las diferencias. Y al tratarse de aparatos que usamos constantemente, vale la pena tomarse el tiempo de indagar un poco más a fin de garantizar la inversión. Y tú, ¿estás listo para escoger el indicado?.

Mabe implementa técnicas de motivación hacia su capital humano

► La empresa se encuentra en Saltillo, Coahuila, y recientemente logró la certificación como una empresa con espacio 100% libre de humo de tabaco

Por: Paola Pérez

Mabe es una empresa dedicada a la fabricación y ensamble de línea blanca y sus componentes, ubicada en Saltillo, Coahuila; sin embargo, cuenta con 18 fábricas en todo México y emplean a más de 20,000 personas.

La marca ha llevado a cabo una serie de eventos que priorizan el bienestar de sus colaboradores, por lo que implementa diferentes estrategias que tienen que ver con su cuidado, motivación y formación académica.

Con el fin de generar un ambiente más saludable para ellos, logró certificarse como una compañía 100% libre de humo de tabaco, a través de la Secretaría de Salud del Estado de Coahuila.

Con esto, se convirtieron en la empresa número 456 que logró recibir esta acreditación.

La compañía también comunicó que su capital humano es uno de sus pilares para continuar buscando la excelencia, por lo que buscan otorgarle todos los beneficios que sean posibles.

Entre las diferentes prácticas que realizan para crear el sentido de pertenencia con sus empleados, destaca el otorgar reconocimientos a los equipos de trabajo que logran registrar cero accidentes en sus líneas de fabricación durante un año.

Asimismo, cuentan con un plan de apoyo educativo para que algunos de sus empleados que, por alguna u otra circunstancia, no pudieron terminar sus estudios de bachillerato y puedan llevarlos a cabo en las



instalaciones de la organización para que reciban su certificado en un corto periodo.

En este punto, la firma informó que ya suman tres generaciones de alumnos que han culminado

sus estudios de preparatoria en el programa interno de la planta, por lo que esperan que más personas se sigan sumando a esta iniciativa para fomentar la formación académica en su equipo de trabajo.

Whirlpool prioriza la capacitación constante de sus colaboradores

► A través del programa LinkedIn Learning, un nuevo modelo de capacitación continua, inició este proyecto con sus trabajadores administrativos y que en el mediano o largo plazo espera extender con sus empleados de las áreas operativas

Por: Paola Pérez

Whirlpool, en sinergia con LinkedIn, ha implementado una estrategia para invertir en el desarrollo humano de sus colaboradores en todas sus fábricas instaladas en el país.

A través del programa LinkedIn Learning, un nuevo modelo de capacitación continua, inició este proyecto con sus trabajadores administrativos y que en el mediano o largo plazo espera extender con sus empleados de las áreas operativas.

El objetivo es que cada persona aprenda de una manera sencilla y dinámica, ya que todos los empleados de la empresa tendrán a su alcance más de 17,500 cursos tanto en soft, como en technical skills.

“Mantenernos actualizados es una responsabilidad individual,

es una grata experiencia que Whirlpool se preocupa por la parte humana para mejorar la vida de su capital humano por medio del entrenamiento constante”, comunicó la planta.

Asimismo, Delia Sánchez, gerente de comunicación de Whirlpool, dijo que el departamento de Learning and Development diseñó un calendario con los temas específicos y que se va actualizando según las necesidades de las fábricas o diversas áreas. para que todo su equipo organice su tiempo para su aprendizaje.

Refirió que, el compromiso interno es que cada persona sea reconocida por sus capacidades como líderes, que vivan ese modelo y lo aprendan a través del ejemplo con los referentes de la organización.

“Nuestra intención es



Delia Sánchez, gerente de comunicación de Whirlpool

desarrollar las habilidades necesarias para soportar nuestros pilares estratégicos, que están muy enfocados a estar cerca del consumidor apoyados en la transformación digital”, detalló.

Por último, afirmó que tienen la visión de mejorar la vida del hogar, por lo que una técnica es que los colaboradores estén en constante preparación y actualizándose en distintos temas para su beneficio.

Samsung México participó en la celebración del Día Mundial del Internet en el Senado de la República

► “Hoy tenemos una nueva oportunidad en México, para apalancar nuestro desarrollo con base en las nuevas tecnologías, nuevos modelos de negocio y en nuevos paradigmas”, afirmó durante su intervención Daniel Pérez

Por: Paola Pérez

En el marco del Día Mundial del Internet (17 de mayo), Samsung México participó en un evento organizado por la Comisión de Ciencia y Tecnología del Senado de la República, donde se abordaron los retos y desafíos del futuro de Internet en México y el mundo.

La participación de Samsung fue encabezada por Daniel Pérez Cirera, Director Senior Jurídico y de Relaciones Externas de Samsung México en la mesa redonda “El Futuro de Internet”, la cual fue moderada por la Senadora Alejandra Lagunes Soto Ruíz, Secretaria de la Comisión de Ciencia y Tecnología del Senado, y tuvo la participación de Daniela Rojas de C Minds; Yolanda Martínez, Consultora Internacional en Gobierno Abierto; Alberto Muñoz Ubando, Investigador del Conacyt; y Sissi de la Peña de la Asociación Latinoamericana de Internet (ALAI).

La mesa redonda abordó temas como las nuevas herramientas y tecnologías,



el metaverso, el blockchain, la inteligencia artificial, y el impacto que causarán en la vida de las personas, empresas y gobiernos.

La intervención de Daniel Pérez se centró en los retos que enfrentan estas nuevas tecnologías en México, sobre todo en una realidad que todavía

debe reducir la brecha digital, aumentar la ciberseguridad y acabar con el desconocimiento de estos nuevos conceptos, que pueden ser revolucionarios para la sociedad.

“Hoy tenemos una nueva oportunidad en México, para apalancar nuestro desarrollo con base en las nuevas tecnologías,

nuevos modelos de negocio y en nuevos paradigmas”, afirmó durante su intervención Daniel Pérez. “Lo que me gustaría es que se desarrollen aplicaciones, sistemas, ecosistemas y programas asociados a estas nuevas tecnologías, mediante las cuales se cambie la vida, no sólo de los mexicanos, sino del mundo entero; todo por medio de una revolución del intelecto.”

Esta participación se suma a los esfuerzos de Samsung México por continuar con su liderazgo en la implementación de nuevas tecnologías, como lo realizó el pasado abril en el Foro y Exposición “La red 5G en México: conectividad total, oportunidades y desafíos”, organizado por la Comisión de Relaciones Exteriores Asia-Pacífico-África del Senado de la República.

Samsung Electronics seguirá con su compromiso de ampliar sus alianzas con negocios y gobiernos a través de este tipo de intervenciones, con el objetivo de asegurar que la próxima generación de tecnologías sea posible y logre un efecto positivo para la sociedad.

CALENDARIO EXPOSICIONES DE MOBILIARIO

JUNIO

- ▶ **Index Furniture**
Arte mobiliario, interiores, oficina
Del 3 al 5 de Junio 2022
Bombai, India.
- ▶ **Arch Moscow**
Tecnología, diseño de interiores, equipamiento y tecnología, maquinaria de la construcción, materiales, reformas
Del 8 al 11 de Junio 2022
- ▶ **KBC Kitchen and Bath China**
Azulejos, cerámicas, bricolaje, construcción, hogar, jardinería, mobiliario, aire acondicionado, baños, cocinas, diseño de interiores, equipamiento y tecnología
Del 8 al 11 de Junio de 2022
Shangai, China
- ▶ **Feistock - Feria de Móveis e Decoracao**
Decoración, mobiliario
Del 9 al 12 de Junio 2022
Sao Bento do Sul, Brasil
- ▶ **Indian Machine Tool Exhibition**
Herramientas, maquinaria, tecnología, equipamiento industrial
Bangalore, India
Del 16 al 21 de Junio 2022
- ▶ **Art Basel Miami Beach**
Feria internacional del arte contemporáneo
Del 16 al 19 de Junio 2022
Miami Beach, USA.
- ▶ **Facilities Show**
Servicios, diseño de interiores, equipamiento y tecnología, mantenimiento, materiales, seguridad
Del 17 al 19 de Mayo de 2022
Londres, Reino Unido
- ▶ **Infosecurity Europe**
Servicios, tecnología, diseño de interiores, ingeniería, maquinaria, seguridad, hogar
Del 21 al 23 de Julio 2022
Olimpia Londres, Reino Unido

- ▶ **Techtextil**
Bienes de consumo, Diseño de interiores, Ingeniería eléctrica, Maquinaria textil, Materiales, Nuevas tecnologías, Textil hogar
Del 21 al 24 de Junio 2022
Messe Frankfurt Alemania
 - ▶ **Batimat Expovivienda**
Construcción, diseño de interiores, equipamiento y tecnología, maquinaria, materiales, soluciones tecnológicas
Del 29 de Junio al 2 de Julio 2022
Buenos Aires, Argentina
- ## JULIO
- ▶ **ForMóBILE Sao Paulo**
Mobiliario, diseño de interiores, mobiliario baño, cocina, jardín, muebles, objetos de decoración
Del 5 al 8 de Julio de 2022
Sao Paulo, Brasil
 - ▶ **Design Tokyo**
Decoración, artesanías, bienes de consumo, diseño
Del 6 al 8 de Julio 2022
Tokyo, Japón
 - ▶ **Badische weinmesse**
Jardinería, agricultura, diseño de interiores, ganadería
Del 8 al 10 de Julio 2022
Offenburg, Alemania
 - ▶ **Brasil Mostra Brasil**
Electrónica, hogar, mobiliario, artículos para el hogar, electrónica de consumo, muebles
Del 8 al 17 de Julio 2022
Natal, Brasil
 - ▶ **Fensterbau Frontale + HOLZ - HANDWERK**
Carpintería, diseño de interiores, equipamiento y tecnología, maquinaria para la construcción, materiales, muebles
Del 12 al 15 de Julio 2022
Nuremberg, Alemania
 - ▶ **Enflor & Garden Fair**
Agrícola, decoración, jardinería, decoración floral, maquinaria para jardinería
Del 17 al 19 de Julio 2022
Holambra, Brasil

- ▶ **Australian International Furniture Fair**
Mobiliario, materiales para la construcción
Del 15 al 17 de Julio 2022
Melbourne, Australia
 - ▶ **Expo Tu Casa Total México**
Inmobiliaria, casa, diseño de interiores, inmuebles
Del 15 al 17 de Julio 2022
WTC, Ciudad de México
 - ▶ **Decor + Design Melbourne**
Decoración, diseño contemporáneo, diseño de interiores, gráfico, objetos de decoración
Del 15 al 18 de Julio 2021
Melbourne, Australia
 - ▶ **Manchester Furniture Show**
Mobiliario
Del 17 al 20 de Julio 2022
Manchester, Reino Unido
 - ▶ **Abimad**
Decoración, arquitectura, diseño del hogar
Del 19 al 22 de Julio 2022
Sao Paulo, Brasil
 - ▶ **Tendence**
Feria internacional de interiores
Del 23 al 25 de Junio 2022
Prague, Rep. Checa
 - ▶ **Decoestylo México**
Decoración, cerámica, empresa, muebles, objetos de decoración
Del 25 al 29 de Julio 2022
Ciudad de México
 - ▶ **Home & Giving Fair**
Decoración, hogar, diseño del hogar
Del 30 de Julio al 2 de Agosto 2022
Melbourne, Australia
- ## AGOSTO
- ▶ **Feria Internacional ForMóBILE**
Decoración, ferias industriales, mobiliario, diseño, industria de la madera, maquinaria, muebles
Del 2 al 5 de Agosto 2021
Sao Paulo, Brasil

TARJETAS DE PRESENTACIÓN DEL MUNDO DEL MUEBLE



ASLAN FURNITURE
EXPERTOS EN MADERA

GERARDO VILLAGÓMEZ CHÁVEZ

Cel: 33 2078 6545

Carretera Santa Rosa - La Barca km 48 974 2
Cuitzeo Jalisco



Decoratto
• Salas •

Moisés Montes Osorio
Asesor comercial

921 2050223

moisesmontes359@gmail.com

7281131427



DIMMO
DISTRIBUIDORA DE MATERIALES PARA TAPICERIA

AGENTE DE VENTAS:
SERGIO ALBERTO NAVARRO HINOJOSA

TELEFONO: 332 384 41 80

DOMICILIO:
DELGADILLO ARAUJO #278
COLONIA SANTA CECILIA
C.P. 47829
OCOTLAN, JALISCO

dimmo_materiales@hotmail.com
www.grupodimmo.com



Industrias DK S.A. DE C.V.
Sede en Cuitzeo Jalisco
C.P. 48180 Yapanan, Jalisco.

Jorge A. Prieto Castañón
Ejecutivo de Ventas

Cel. 348 437 3033 84
Talo Pán. 01 (33) 2148 4860
Tel. 01 800 702 1229 y 01 800 AMERICA
PREGUNTAS Y SOLICITUDES DE COTIZACIÓN
QUIERANOS EN FACEBOOK: www.facebook.com/industriasdk



HERSA SALAS

L.C.P. GILDARDO HERNÁNDEZ

f /HERSAsalas
hersasalas@hotmail.com

348-783-1226 348-102-7507

Gardenia #53 Col. Blanca Flor, Arandas, Jal.



GENESIS

GENESIS FABRICA DE MUEBLES, S.A. DE C.V.

Ricardo Aguirre Lozano
DIRECTOR GENERAL

CARRET. ARANDAS-TEPA KM. 7 S/N ARANDAS, JAL.
TELS. FAX: (348) 783-01-84, 784-56-25, 348-7180-448, 348-7180-449
e-mail: genesismuebles@hotmail.com



HOME Kids
MUEBLES INFANTILES

JOVANNI VEGA URIBE
Staff Administrativo

9 CALZADA MOCTEZUMA NO. 932-A
CENTRO, MARAVATÍO, MICHOACÁN
Tel. (447) 478 1286 | (447) 478 4784
Cel. (443) 337 0242
WhatsApp (443) 230 5571
jovanni_vega@hotmail.com
ventashomekids@hotmail.com
www.muebleshomekids.com



Kadian
SINTÉTICOS & TELAS

Jorge Cuevas

Joaquín Ángulo #1614
Col. Ladrón de Guevara, (STA. TERE)
Guadalajara, Jal; México C.P. 44600
Tels. (33) 1813.3069 (33) 1813.3070
(33) 1940 9188 (33) 2310 9285
KADIAN sintéticos telas
jcuevas@kadianmexico.com
www.kadianmexico.com



HR MUEBLES

Guillermo Hernández Ramírez
VENTAS

JUAN PABLO II
#1947
COL. SANTA ROSA
GUADALAJARA, JAL.
C.P. 44700

TEL. (33) 3334 1723
CEL. 33 1160 0012
E-mail: hrmueblesgd@gmail.com



JAZA MUEBLES

FRANCISCO JAVIER NÁPOLES NAVARRO

Cel. 392 127 5965 E-mail: mueblesjaza@hotmail.com

DOM. MIGUEL HIDALGO # 451 COL. CENTRO
C.P. 45950 PONCITLÁN, JAL. TEL. 01 391 92 10519



PerfectHOME
PANELES SOLARES
JALISCO

Lic. Federico Sahagún Mata

Privada de la Calandria
No. 33 Colonia El Pedregal
Ocotlán, Jalisco

33 1810 1951
federico.sahagun@perfecthome.mx



Gabriel Salazar Diaz
Gerente General

T. 01 800 841 2424
T. (01 392) 92 26154
C. (044) 392 92 80669
info@dyfasa.mx
www.dyfasa.mx

Hidalgo No.934 | Col. Florida | C.P. 47820
Ocotlán, Jal.



mohr
mobiliario para oficina hoteles
y restaurantes interior y exterior

R. Lourdes Frago P.
Decoradora de Interiores

Necaxa 124
Colonia Portales
C.P. 03300
Tel: 6650 0739
Cel: (044) 55 29 35 74 92
rlourdes.fragoso.pina@gmail.com



muebles Vega

JOVANNI VEGA URIBE
GERENTE COMPRAS
JANETH GUZMÁN VELÁZQUEZ
GERENTE VENTAS

MATRIZ CALZADA MOCTEZUMA NO. 932-A
(447) 478 4784
SUC. ANGELA URQUIZA No.223
447 478 4362
COL. CENTRO, MARAVATÍO, MICHOACÁN
jovanni_vega@hotmail.com



LaEstancia
FABRICA DE MUEBLES

Camino a la Hacienda Sin Número,
Colonia Estancia de Guadalupe
C.P. 45684 JUANACATLAN, JALISCO. MEX.

Tels. (33) 1614 3833
(33) 1728 7411
(33) 1208 6048

Julio Pérez Hermosillo
muebleslaestancia01@gmail.com

LaEstancia
FABRICA DE MUEBLES



GENESIS

GENESIS FABRICA DE MUEBLES, S.A. DE C.V.

Ricardo Aguirre Lozano
DIRECTOR GENERAL

CARRET. ARANDAS-TEPA KM. 7 S/N ARANDAS, JAL.
TELS. FAX: 01 (348) 783-01-84, 784-56-25, 348-7180-448, 348-7180-449
e-mail: genesismuebles@hotmail.com



SANSAMUEBLES

Anapaula Sainz Flores

RIO COLORADO No. 417 INT. 1
COL. RIVERAS DE ZULA
C.P. 47890 OCOTLAN, JALISCO.

sansamuebles@gmail.com
392 106 87 79



OCAR
diseños especiales

Ramón Ocegueda

Av. Álvaro Obregón No.8-A
Col. El Foro (Los Angeles Talcingo)
Mpio. Acolman, Estado de México.

(0155) 2453 1001
(0155) 2453 1002
dl_especialesocar@hotmail.com



ANJELI MUEBLES

Irma Leticia
Santillan Navarro

RFC: SANI690628R11
Verano #45
Col. Primavera
Ocotlán Jalisco

irlesan@hotmail.com
392 110 1982



OCOMUEBLES
TODO PARA EL HOGAR

Sr. Emeterio Ramos Pérez
Gerente De Ventas

ocomuebles7@hotmail.com
KM. 39.7 Carr. Sta. Rosa - La Barca
Mpio. de Poncitlán, Jalisco. C.P. 45950
Tels. 01 (391) 611 3098 y 01 (391) 611 3170
Cel. Part. (392) 941 4959



FABOU MUEBLES
GRUPO SAN ROBELO

Rocio
Godínez Avila
rociogodinez@fabou.com.mx

(392) 923 0154
+52 (392) 923 0155

Av. Francisco Zarco #2451-A
C.P. 47810, Col. Linda Vista
Ocotlan, Jalisco, México.
www.fabou.com.mx

Dar **RESULTADOS** a nuestros **ANUNCIANTES** es nuestra **ESPECIALIDAD**



Somos la única **empresa editorial especializada** en el sector del mueble y su proveeduría

Notimueble, desde 1982, con información privilegiada, se edita mensualmente y llega a miles de **mueblerías** en toda la república mexicana

Mueblequipo, desde 1987 con información técnica especializada se edita mensualmente y llega a miles de **fabricantes** de muebles y usuarios de maquinaria y materiales

Nadie puede lograr resultados comerciales, si su marca no es conocida en el mercado.

Nosotros le **ayudamos** para que sus prospectos conozcan su **marca**

Argentina #830 Col. Moderna • Guadalajara, Jalisco. México

Notimueble@notimueble.com.mx • mueblequipo@mueblequipo.com.mx