

Ferretero, Eléctrico y Construcción



# DE PREFERENCIA



**NOVAPLASTIK**<sup>®</sup>  
ALTA TECNOLOGÍA EN TECHOS



## LA LÁMINA DEL FUTURO



## **FORTE**+PLUS

Lámina de PVC: Fabricada con aditivo Microban, doble protección UV y 2.5 mm de espesor.

# contenido

Revista DP / abril 2026

Contenido	02
Editorial	04
<b>La voz del ferretero</b>	
El ferretero vuelve al centro del negocio comunitario	05
<b>Presencia productiva</b>	
Taiwán busca socios ferreteros en México	07
<b>Actividades del sector</b>	
Expo Nacional Ferretera CDMX reúne a más de 14 mil visitantes	09
Ferreteros de Sonora ven impulso al sector en Expo CDMX	11
Diego Luna lleva la ferretería al mundo digital	12
Lámina de plástico gana terreno en el mercado ferretero	14
Henkel inicia celebraciones por 150 años de historia	16
Ingeniería eléctrica será clave ante el aumento de la demanda energética	18
Capacitación técnica impulsa a mujeres en la autoconstrucción	20
<b>¿Qué hay de nuevo?</b>	
Sello Hecho en México gana impulso rumbo al Mundial	22
La ilusión de la inteligencia artificial y la productividad	24
<b>Tus socios de negocio</b>	26



PARA REGISTRARTE  
ESCANEA EL CÓDIGO

**Oatey**

# Amortiguador de Golpe de Ariete



Reduce el ruido,  
Proteger las tuberías



Absorbe el choque

Cámara presurizadora

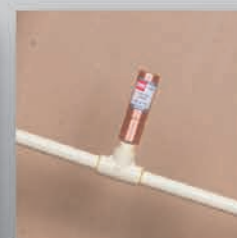
## FÁCIL INSTALACIÓN



Vertical



Horizontal



Cualquier  
Ángulo

[www.oateylatam.com](http://www.oateylatam.com)

PARA  
CONOCER MÁS  
ESCANEA EL QR





## Estimados lectores de Revista De Preferencia

El sector ferretero en México vive un momento de ajuste estratégico. Más que un ciclo económico, lo que hoy se observa es una reconfiguración del negocio, donde la competitividad depende cada vez más de cómo se integran proveeduría, tecnología y conocimiento del cliente.

En esta edición, un mensaje se vuelve claro: el ferretero regresa al centro como asesor técnico y punto de solución. En un entorno digital, la cercanía, la confianza y el conocimiento aplicado siguen siendo ventajas que ningún canal automatizado puede sustituir.

Al mismo tiempo, el mercado abre nuevas oportunidades. La llegada de fabricantes internacionales, como la misión comercial de Taiwán, confirma que México es un nodo estratégico para distribución y manufactura. Para el canal ferretero, esto implica una oportunidad real de diversificar portafolio y fortalecer márgenes.

Espacios como Expo Nacional Ferretera CDMX reflejan una industria activa, donde la capacitación, la digitalización y las nuevas estrategias comerciales comienzan a definir la diferencia competitiva. A esto se suman tendencias clave: mayor demanda energética, innovación en productos y capacitación técnica en mercados como la autoconstrucción.

En paralelo, el impulso al sello "Hecho en México" refuerza el valor de las cadenas productivas nacionales en un entorno global cada vez más exigente.

La tecnología y el acceso a nuevos proveedores no garantizan crecimiento por sí solos. La ventaja está en cómo se integran al modelo de negocio.

Hoy, más que adaptarse, el sector debe tomar decisiones estratégicas. Porque la ferretería no cambia de lugar: evoluciona.

**Lic. Sergio Iglesias Reynel**  
**Fundador y Director General**

# Revista De Preferencia Edición

# El ferretero vuelve al centro del negocio comunitario

Por: Roberto Domínguez Franco



Desde los tiempos de la Edad Media cuando “la ferretería no existía” como local comercial, los herreros vendían directamente a los artesanos y daban solución con objetos para los arados, herraduras, espadas o utensilios para cocinas, después pasaron por el trueque intercambiando objetos por granos, animales o materiales, hasta los siglos XVIII y XIX con la Revolución Industrial se crearon pequeños locales y después el Siglo de Oro con ferreterías de barrio de 1900 a 1970 donde la ferretería se consolidó como una gran tienda con mostrador y vitrinas para la venta de “soluciones para la comunidad”.

El papel del ferretero se enfoca como asesor técnico, con mostradores de madera y cajoneras infinitas con mercancías para resolver los problemas de sus clientes, la “ferretería de barrio” sigue y seguirá siendo el lugar para resolver cualquier problema en casa o en el taller.

Después en los años 70s y 80s se habló que, con la llegada de las Grandes Superficies y Autoservicios, las ferreterías desaparecerían, pero lejos de eso la ferretería se diversificó y se adaptó, en los años 1980 a 2000 al autoservicio dentro de las tiendas y con el surgimiento del “Hágalo Ud. Mismo” (DIY), buscando soluciones de decoración y reparaciones en el hogar y el jardín.

La ferretería se ha adaptado al comercio electrónico y a nuevos retos de sostenibilidad y, lejos de la crisis comercial provocada por la Pandemia del COVID fue la salvación para muchos negocios que en el 2020-2021 cuando más y más personas buscaron ocuparse en sus casas durante la contingencia de la pandemia, fue así que la ferretería salvó no solo la parte comercial como la vida de muchos haciendo trabajos y decoraciones en sus hogares, evitando salir y contagiarse en las calles.

El Siglo XXI se ha transformado para la compra por “e-commerce”, así como los catálogos y ofertas digitales vía internet, pero no debe perder su papel como “consultor técnico” aunque sea por la vía electrónica, la ferretería tiene un papel muy importante para la comu-

nidad, principalmente en los barrios y ciudades donde es el refugio para “buscar soluciones”.

¿Entonces, por qué no seguir siendo los asesores de la comunidad?, con el diagnóstico gratuito, el consejo que genere un vínculo de confianza, que el catálogo digital o la gran superficie no pueden replicar.

La ferretería como el gran punto de encuentro masculino y técnico, donde se habla de materiales, nuevas herramientas, el espacio social y confiable de la comunidad.

Y si estamos hablando de la nueva era audiovisual, por qué no se apoya con tutoriales por YouTube enseñando a los padres de familia y a los nuevos aficionados al – Hágalo Ud. Mismo – (DIY) ¿a cambiar un grifo, a instalar un contacto eléctrico, a instalar una cerradura de alta seguridad o a trabajar con herramientas eléctricas?

El enfoque cultural de la ferretería que puede también apoyar a los profesionales, carpinteros, electricistas, plomeros, instaladores, etc. para que puedan seguir aprendiendo nuevas habilidades y conocimientos técnicos en sus oficios, en forma de actualizaciones con nuevas tecnologías, que los proveedores de las grandes marcas de herramientas y materiales pueden apoyar con sus recursos y con la técnica para enseñar y promover sus productos.

A lo largo de los siglos la ferretería ha demostrado su capacidad de supervivencia, tan dura como los aceros que tiene en sus bodegas. Desde las fraguas medievales hasta los grandes mostradores, este oficio sabe mutar sin perder su esencia, ser el nexo entre el problema humano y su solución técnica, “el ferretero como un asesor con ojo clínico de experto”.

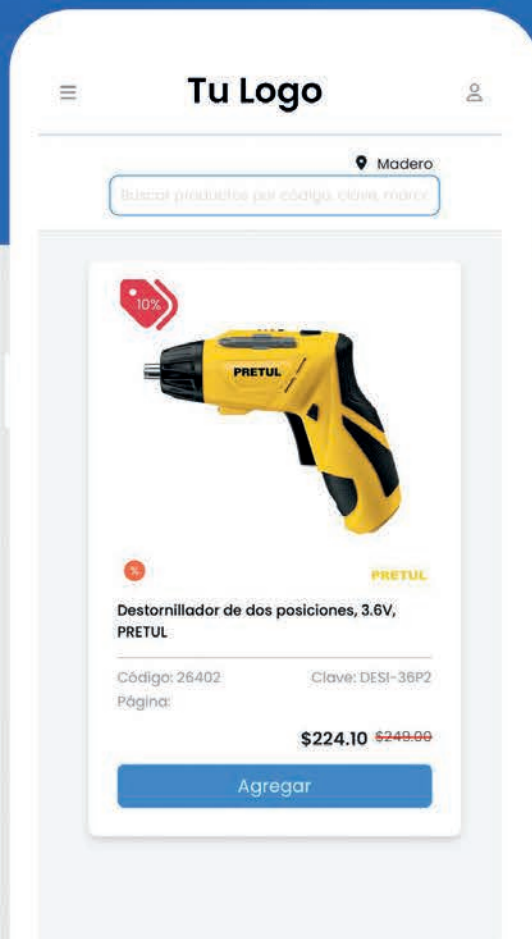


**a lo largo de los siglos  
la ferretería ha demostrado  
su capacidad de supervivencia**

Plataforma B2B & B2C



Visitanos



## Tu canal de ventas digital propio, bajo tu control y marca

- ✓ E-commerce Web y App Android con tu marca
- ✓ Listas de precios por cliente o segmento
- ✓ Control de ventas y cotizaciones digitales
- ✓ Monitoreo de tus procesos de venta en tiempo real
- ✓ Módulos adicionales, CRM, MKT, y más.

Plataforma digital para Distribuidores y ferreterías.

# Taiwán busca socios ferreteros en México

Por: Sergio Iglesias Rodríguez

# FIMEX



La reciente misión comercial de empresas taiwanesas en México dejó un mensaje claro para el sector ferretero: el mercado mexicano se ha convertido en un punto estratégico para nuevos acuerdos de distribución, importación y eventual manufactura de productos destinados tanto al consumo interno como a Norteamérica.

Durante las reuniones de negocio realizadas en la Ciudad de México, una delegación integrada por 24 empresas de Taiwán presentó soluciones industriales y productos terminados que abarcan desde herrajes, cerraduras y componentes metálicos para construcción, hasta material eléctrico, contactos, extensiones y accesorios para instalaciones domésticas e industriales.

Para los ferreteros mexicanos, el interés no es menor. Muchas de estas compañías buscan importadores, distribuidores y socios comerciales locales que les permitan introducir sus productos al mercado nacional y ampliar su presencia en América Latina.

Actualmente, más de 300 empresas taiwanesas operan en México, generando alrededor de 70 mil empleos en sectores como manufactura electrónica, componentes automotrices y diversas industrias tecnológicas. Este vínculo empresarial se ha intensificado en los últimos años, impulsado por la relocalización de cadenas de suministro y el papel de México como plataforma hacia el mercado norteamericano.



Uno de los sectores donde las empresas taiwanesas buscan mayor presencia es el de productos ferreteros y de construcción.

Leonid Liu, representante de Solid Gold Hardware Corporation, explicó que su empresa fabrica una amplia gama de soluciones para vivienda y obra: herrajes para puertas y ventanas, cerraduras y com-

ponentes metálicos utilizados en diferentes aplicaciones domésticas e industriales.

“Queremos encontrar nuevas oportunidades en México. Si existe un importador o distribuidor local, podría facilitar mucho el desarrollo de negocios en el país”, señaló.

Este enfoque abre una oportunidad concreta para distribuidores ferreteros interesados en ampliar su portafolio con productos de origen asiático, particularmente en segmentos de herrajes, accesorios metálicos y soluciones para vivienda.

Katrina Lee, representante de FIME Taiwán LTD, señaló que su empresa cuenta con más de cuatro décadas de experiencia en la fabricación de contactos eléctricos, cables, sockets, extensiones y otros componentes para instalaciones eléctricas.

La compañía busca distribuidores en todo el territorio mexicano, con el objetivo de introducir su línea completa de productos en el mercado local.

“Sabemos que el mercado mexicano es muy grande. Por eso estamos aquí, buscando socios comerciales que nos ayuden a llegar a todo el país”, comentó.

### Taiwán y México fortalecen cadenas industriales

El creciente interés de empresas taiwanesas por el mercado mexicano también responde a factores logísticos y comerciales. México se ha convertido en una plataforma relevante para empresas manufactureras que buscan integrarse a las cadenas productivas de Norteamérica.

Esta tendencia explica por qué muchas compañías taiwanesas no sólo exploran la venta de productos en el país, sino también la posibilidad de establecer operaciones de ensamblaje o manufactura para abastecer mercados regionales.

Para el sector ferretero mexicano, esta dinámica puede traducirse en mayor acceso a nuevos proveedores, productos especializados y acuerdos de distribución que amplíen la oferta disponible en el mercado.

Las reuniones de negocio demostraron que existe una complementariedad clara entre fabricantes asiáticos y distribuidores mexicanos. Mientras las empresas taiwanesas aportan capacidad industrial, innovación y producción especializada, el canal ferretero mexicano ofrece conocimiento del mercado, redes de distribución y cercanía con el consumidor final.

En un entorno donde el sector de la construcción, la vivienda y el mantenimiento continúan generando demanda de herramientas, herrajes y material eléctrico, la relación comercial entre Taiwán y México podría abrir nuevas rutas de negocio para ferreteros que buscan diversificar proveedores y ampliar su catálogo.

En ese contexto, la presencia de fabricantes taiwaneses en el país no sólo refleja el crecimiento del intercambio comercial, sino también la búsqueda activa de alianzas comerciales con distribuidores del sector ferretero mexicano.

**SOLDADORA  
MIG-500KD**

**HYUNDAI**  
POWER PRODUCTS



**DUAL 220V/440V**

**LA SOLDADORA  
DISEÑADA PARA USO  
INDUSTRIAL**

**CORRIENTE DE 500A**



**INCLUYE:  
FLUXOMETRO, CARETA, CEPILLO JUEGO DE CABLES  
PORTA ELECTRODOS Y ANTORCHA**

Más información:  (229) 286 9300

[contacto@korei.com.mx](mailto:contacto@korei.com.mx)

12 mil metros cuadrados de piso de exhibición, donde se presentaron soluciones en herramientas

# Perspectivas que impulsan tu negocio

**Marcus Dantus**

Empresario

**Jordi Espinosa**

Experto E-commerce

Foro  
Empresarial  
Ferretero  
2026.

**Carlos Loret**

Periodista

**Denise Dresser**

Politóloga

**León Krauze**

Periodista

**Lorenzo Córdova**

Abogado

Built by  
**RX** In the business of  
building businesses

## Expo Nacional Ferretera CDMX reúne a más de 14 mil visitantes

Por: Carlos Alberto

La segunda edición de la Expo Nacional Ferretera Ciudad de México concluyó con una asistencia reportada por el organizador de más de 14,500 visitantes y la participación de 250 marcas, cifras que reflejan el interés del sector por este tipo de plataformas de negocio en la capital del país.

El evento, realizado del 24 al 26 de febrero en el Centro Citibanamex, reunió a propietarios de ferreterías, distribuidores, compradores profesionales y contratistas, quienes acudieron para identificar nuevos proveedores, conocer innovaciones del mercado y fortalecer relaciones comerciales.

Durante tres días, la exposición ocupó cerca de 12 mil metros cuadrados de piso de exhibición, donde se presentaron soluciones en herramientas, materiales y tecnologías orientadas a la modernización del punto de venta. Entre los espacios más concurridos destacó "Ferretería del Futuro", enfocado en mostrar aplicaciones de digitalización y nuevas dinámicas comerciales para el sector.

Revista De Preferencia dio cobertura al evento, documentando lanzamientos de producto, tendencias y la participación de distintos actores de la industria, lo que permitió observar de primera mano el dinamismo del mercado ferretero y su proceso de transformación.

El programa de conferencias y talleres también formó parte del atractivo de esta edición, con contenidos enfocados en entorno económico, oportunidades de negocio y estrategias comerciales, así como la participación de creadores de contenido especializados que han ganado influencia en el sector.

Más allá de las cifras, la exposición dejó ver una industria en evolución, donde la capacitación, la tecnología y la diversificación de productos comienzan a marcar la diferencia en la competitividad de ferreterías y distribuidores.



¿QUIERES FORMAR PARTE  
DE **NUESTRA RED** DE  
**DISTRIBUIDORES?**



ALTOS MARGENES DE  
**RENTABILIDAD**

INVENTARIO DE  
DISPONIBILIDAD  
**INMEDIATA**

DISEÑOS  
**ÚNICOS**

PRODUCTO DE  
**VALOR  
AGREGADO**

**ACERO**  
**GALVANIZADO**

**RESISTENCIA UV**

**ENVIOS** A TODA LA  
**REPÚBLICA**

CERRADURA **DIGITAL**

 8124343385

 /MexDoors

 @mexdoors

 [www.mexdoors.com](http://www.mexdoors.com)



# Ferreteros de Sonora ven impulso al sector en Expo CDMX

Por: César Iglesias Grajales

La segunda edición de la Expo Nacional Ferretera en la Ciudad de México no sólo reflejó un crecimiento en asistencia y oferta comercial, sino también un mayor interés del sector por diversificar sus espacios de negocio. Así lo señalaron los empresarios Francisco Morales y Gerardo Camargo, integrantes de la asociación de ferreteros de Sonora, durante su visita al evento.

Ambos coincidieron en que la exposición muestra una evolución respecto a su primera edición, con mayor afluencia de visitantes y una participación más amplia de marcas y proveedores.

“Se percibe más movimiento que el año pasado, más gente y más interés. Mientras el sector se siga fortaleciendo con este tipo de eventos, siempre será positivo participar y buscar oportunidades de negocio”, comentó Francisco Morales.

Desde su perspectiva, este tipo de encuentros contribuyen a reforzar la dinámica comercial del sector, especialmente en un contexto donde los ferreteros buscan nuevas opciones de proveeduría y espacios para fortalecer relaciones comerciales.

Por su parte, Gerardo Camargo destacó que el evento comienza a consolidarse como una plataforma relevante para el sector, con mayor presencia de empresas y creciente interés de ferreteros de distintas regiones del país.

“Es la segunda edición y ya se nota el crecimiento. Cada vez hay más participación y más interés de ferreteros del interior. Se ve un impulso importante para el sector”, señaló.

Además del intercambio comercial, ambos empresarios subrayaron la importancia de la experiencia acumulada en el negocio ferretero, particularmente en un entorno donde la competencia y la profesionalización del sector son cada vez mayores.

En ese sentido, Francisco Morales enfatizó que la constancia y la seriedad siguen siendo factores determinantes para el desarrollo de nuevos empresarios. “La clave está en la constancia y en el compromiso. Se necesitan empresarios firmes, con visión y responsabilidad para fortalecer la imagen del sector”, apuntó.

Gerardo Camargo complementó esta visión al señalar que el éxito en el negocio ferretero también se construye desde la operación diaria: trabajar con disciplina, apostar por marcas reconocidas y mantener una atención constante al cliente. “Hay que seguir insistiendo, trabajar duro todos los días, abrir temprano y cerrar tarde como lo hacemos los ferreteros”, afirmó.

Durante su recorrido por la exposición, ambos identificaron la presencia de marcas consolidadas, así como nuevos fabricantes y proveedores, lo que amplía las opciones para surtido y crecimiento de los negocios.

La participación de ferreteros de estados como Sonora también refleja el alcance nacional que comienza a tener la Expo Nacional Ferretera en la Ciudad de México, posicionándose como un complemento a otros encuentros tradicionales del sector.

# Diego Luna lleva la ferretería al mundo digital

Por Daniel Fonseca Alverde



Con el lema "Más grandes y más fuertes", se llevó a cabo --del 24 al 26 de febrero-- la segunda edición de la Expo Nacional Ferretera Ciudad de México, considerada el evento más importante de Latinoamérica para la industria ferretera, ya que conecta a fabricantes, distribuidores, especialistas y dueños del ramo.

**Bajo el enfoque el Foro Empresarial Ferretero, en esta exhibición se compartieron tendencias, talleres, capacitación y conferencias, con la firme intención de generar oportunidades comerciales para todos los involucrados, así como aumentar la competitividad y modernización del punto de venta en la industria.**

Muestra de lo anterior fue la participación de diferentes actores de la industria, entre ellos, los creadores de contenido, que impartieron talleres a los asistentes y canales del sector ferretero; además compartieron sus métodos, estrategias, experiencias y formas de incrementar su mercado, con el objetivo de apoyarlos y guiarlos hacia un mejor futuro para su negocio.

Uno de los participantes fue Diego Luna, creador del Canal Tecnitips, medio que funge como un canal de difusión al público en general desde 2023 y que cuenta con diez millones de seguidores en las diversas redes sociales, y que está enfocado en dar a conocer técnicas y tips de reparación de electrodomésticos, cuando llegan a fallar.

En entrevista para Revista de Preferencia, comentó que, tras 17 años como técnico de oficio, participar en estos eventos ayuda a los diferentes canales de

distribución, ya que tanto proveedores, como fabricantes y distribuidores, pueden conocer a empresas que quieran posicionar sus productos en el mercado de la ferretería y de esta manera puedan hacer negocio con ellos.

Indicó que espera que la plática que ofreció sirva de guía en el ámbito laboral, empresarial y personal, para que puedan hacer crecer su marca y su empresa mediante diversas estrategias, como el manejo y capacitación de los productos que manejan en su negocio, así como el uso de las tecnologías que se pueden ocupar en la actualidad, como el manejo de las redes sociales, que les permitirán tener mayor alcance y llegar a más personas.

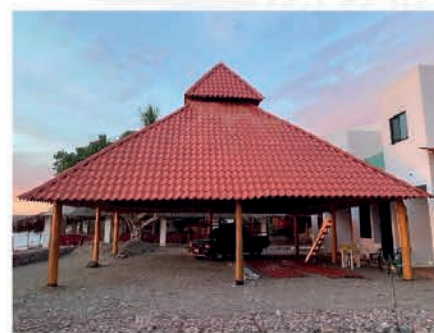
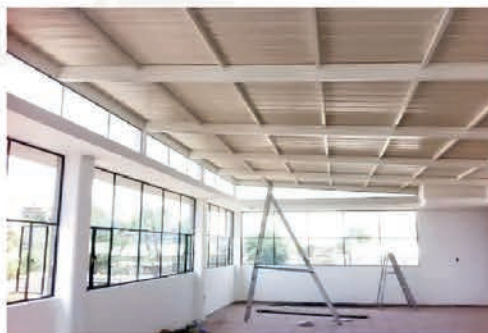
Luna, ingeniero electromecánico, manifestó que durante su conferencia vio gran afluencia de parte del sector, principalmente seguidores de su canal, así como participación de los asistentes por querer aprender para incrementar su negocio y poder llegar a otros estándares que les permitan tener mayor competencia y visibilidad en el mercado ferretero.



# FABRICAMOS UNA GRAN VARIEDAD DE LÁMINAS DE PLÁSTICO



## LAS MÁS RESISTENTES DEL MERCADO



Nuestras láminas de plástico Novaplastik cuentan con protección solar y aditivos weather proof resistente a rayos UV.

Son las únicas láminas de plástico con 3 capas de polietileno, esto les da mayor durabilidad y resistencia a cargas y golpes. Además una vida útil de 40 años.

El pigmento especial que se coloca en el proceso de fabricación garantiza que el color no se degrade estando a la intemperie.



POR UN FUTURO SUSTENTABLE



Todas nuestras láminas de plástico cuentan con un aditivo Antimicrobiano que evita que se proliferen hongos, moho y/o bacterias.

## TODO BAJO EL MISMO TECHO

- Resistente al salitre
- Resiste huracanes
- Gran resistencia climática
- Amortiguación térmica

# Lámina de plástico gana terreno en el mercado ferretero

Por Sergio Iglesias Rodríguez



La evolución del mercado de materiales para construcción continúa abriendo espacio a nuevas soluciones, especialmente en segmentos donde el desempeño técnico y la rentabilidad comienzan a marcar la diferencia. Un ejemplo de ello es el crecimiento de la lámina plástica en regiones como el norte del país, donde distribuidores han apostado por diversificar su portafolio frente a opciones tradicionales.

En el marco de la Expo Nacional Ferretera Ciudad de México, Novaplastik presentó nuevas variantes de su línea de láminas, en un contexto donde el producto ha ganado terreno entre ferreterías y clientes del sector industrial.

De acuerdo con Alfredo Garrido, director general de la compañía, la aceptación en el mercado ha ido en aumento, impulsada por una mayor variedad de modelos y el interés creciente de distribuidores por alternativas distintas a los materiales convencionales.

Uno de los casos que ilustra esta tendencia es el de Alan Espinosa, distribuidor en Tijuana, quien ha desarrollado la comercialización del producto en el norte del país. Según explicó, la decisión de incorporar lámina plástica respondió a un proceso de evaluación técnica y comercial.

“Veníamos trabajando con láminas metálicas, pero buscamos una alternativa. Hicimos pruebas de laboratorio, revisamos resistencia y desempeño, y decidimos integrar este producto. El resultado ha sido positivo, sobre todo en el sector industrial”, señaló.

El cambio no sólo respondió a características técnicas, sino también a variables de negocio. Espinosa destacó que el producto ha permitido mejorar márgenes comerciales y abrir nuevas oportunidades

dentro de su red de distribución, que actualmente opera con alrededor de 12 sucursales en Tijuana.

Otro factor relevante ha sido el acompañamiento comercial. Más allá del suministro, el modelo de trabajo incluye asesoría en estrategias de venta y posicionamiento del producto, lo que facilita su adopción en mercados donde la categoría aún es emergente.

Este tipo de experiencias refleja una tendencia más amplia dentro del sector ferretero: la búsqueda de soluciones que combinen innovación, rentabilidad y diferenciación, especialmente en un entorno donde los distribuidores requieren ampliar su oferta para mantenerse competitivos.

Además del crecimiento en el norte del país, el modelo de distribución contempla su expansión hacia otras regiones, como el sur, donde se identifican oportunidades en mercados en desarrollo.

En un sector tradicionalmente dominado por materiales convencionales, la incorporación de nuevas tecnologías y productos especializados comienza a redefinir las decisiones de compra, tanto para ferreteros como para clientes finales.

Casos como el de Tijuana muestran que, cuando existe validación técnica, soporte comercial y una estrategia clara de distribución, la adopción de nuevas soluciones puede traducirse en crecimiento sostenido dentro del negocio ferretero.

**el modelo de trabajo incluye asesoría en estrategias de venta y posicionamiento del producto**

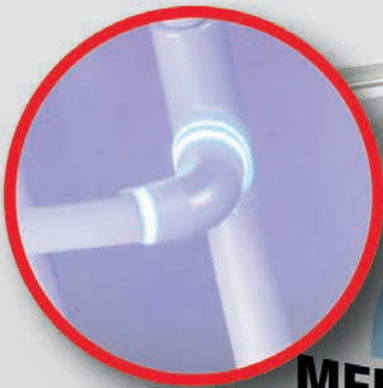


**Oatey**

# Rain-R Shine

CEMENTO AZUL  
DE VISCOSIDAD MEDIA

- Para PVC hasta 6" de diámetro
- Secado rápido
- Ideal para condiciones de Alta Humedad
- Recomendado para piscinas, agua potable y sistemas de riego



TIEMPO DE AJUSTE RÁPIDO



IDENTIFICACIÓN UV



RIEGO



PISCINA Y SPA



PW-DWV-SW



PARA  
CONOCER MÁS  
ESCANEA EL QR

[www.oateylatam.com](http://www.oateylatam.com)

# Henkel inicia celebraciones por 150 años de historia

Por: Alejandro Rodríguez



La empresa global Henkel comenzó en 2026 las celebraciones por su 150 aniversario, una fecha que marca siglo y medio desde su fundación en 1876 y que la compañía aprovechará para reforzar su estrategia de innovación, sostenibilidad y desarrollo tecnológico en los mercados donde opera.

Bajo el lema "¿El futuro? ¡Estamos listos!", la compañía anunció una serie de actividades e iniciativas a lo largo del año destinadas a destacar su evolución de fabricante de detergentes en Alemania a un grupo industrial con presencia global y liderazgo en áreas como adhesivos industriales y marcas de consumo.

Actualmente Henkel cuenta con más de 47,000 colaboradores en más de 70 países, con un portafolio que incluye marcas reconocidas en diferentes

industrias, además de soluciones utilizadas ampliamente en mercados locales.

De acuerdo con la empresa, el aniversario también servirá para reforzar su cultura corporativa y el papel de sus colaboradores dentro del crecimiento del negocio. Como parte de las celebraciones, se anunció un programa especial de beneficios para empleados, entre ellos un incentivo adicional en el programa de adquisición de acciones y un día extra de vacaciones durante el mes de cumpleaños.

En México, donde la compañía suma 67 años de operaciones y más de 3,000 colaboradores, Henkel mantiene presencia en diferentes segmentos industriales y de consumo. Marcas como Resistol, Fester, MAS, Xtreme y Küül forman parte de su portafolio local, con aplicaciones que abarcan desde soluciones para construcción y mantenimiento hasta productos de consumo.

A nivel global, la empresa reportó ventas anuales superiores a los 21 mil millones de euros, impulsadas por operaciones en Asia-Pacífico, Europa, América Latina, Norteamérica y la región que integra India, Medio Oriente y África.

Las celebraciones del aniversario incluirán actividades internas y eventos en distintos países donde opera la compañía, con el objetivo de reconocer su trayectoria y proyectar su desarrollo frente a tendencias industriales como la digitalización, la sostenibilidad y la innovación tecnológica.

Fundada en Aquisgrán, Alemania, Henkel ha pasado de ser una empresa familiar dedicada a detergentes a convertirse en una organización multinacional con fuerte presencia en industrias químicas, adhesivas y de consumo, un proceso de expansión que la empresa busca destacar en este aniversario número 150.

**servirá para reforzar su cultura corporativa y el papel de sus colaboradores dentro del crecimiento del negocio**



# Impulsamos el talento que transforma empresas

Escanea el QR y obtén  
tu diagnóstico GRATIS



## FORMACIÓN PRÁCTICA, CONSULTORÍA ESTRATÉGICA Y CRECIMIENTO REAL.



- ◆ Equipos motivados y preparados para el futuro.
- ◆ Capacitación enfocada en personas y resultados.
- ◆ Herramientas prácticas que se aplican de inmediato.
- ◆ Más de 20 años impulsando líderes y organizaciones.



### El futuro de tu empresa empieza con la capacitación adecuada.

 551.657.2844

 [www.qualy.mx](http://www.qualy.mx)



# Ingeniería eléctrica

## será clave ante el aumento de la demanda energética

Por: Alejandro Rodríguez



El crecimiento sostenido en el consumo de energía a nivel global está elevando la presión sobre los sistemas eléctricos y obligando a replantear la forma en que se diseña, opera y moderniza la infraestructura energética. De acuerdo con la Agencia Internacional de Energía (AIE), la demanda mundial de electricidad crecerá a una tasa anual del 3.6% entre 2026 y 2030, impulsada por la urbanización, la digitalización y la electrificación de sectores como la industria y el transporte.

Este escenario coloca a la ingeniería eléctrica en el centro de la transformación energética, con un reto claro: desarrollar sistemas más eficientes, resilientes y capaces de integrar fuentes renovables sin comprometer la continuidad del suministro.

En este contexto, empresas como Schneider Electric han orientado su estrategia hacia el fortalecimiento de toda la cadena de suministro eléctrico, desde la fabricación de componentes hasta la gestión de sistemas complejos.

La compañía ha impulsado el desarrollo de infraestructura inteligente que permite integrar energías renovables y sistemas de almacenamiento, así como mejorar la capacidad de respuesta ante fallas o desconexiones de la red. Este tipo de soluciones busca garantizar la continuidad operativa en entornos cada vez más exigentes, tanto para la industria como para los servicios críticos.

Además, el enfoque no se limita a la tecnología instalada. La tendencia apunta hacia modelos más integrales que combinan hardware, digitalización y servicios especializados. En este sentido, se observa un crecimiento en la demanda de consultoría en eficiencia energética y sostenibilidad, que incluye diagnósticos técnicos, evaluación de riesgos, es-

trategias de descarbonización y cumplimiento de estándares internacionales.

Otro de los frentes relevantes es el desarrollo de componentes eléctricos más eficientes y sostenibles, como gabinetes modulares diseñados para optimizar la distribución y el control de la energía, reduciendo pérdidas y mejorando la confiabilidad de las instalaciones.

**se observa un crecimiento en la demanda de consultoría en eficiencia energética y sostenibilidad**

La combinación de estas soluciones responde a una necesidad creciente: optimizar cada kilovatio disponible en un entorno donde la demanda seguirá aumentando y los márgenes de operación serán cada vez más exigentes.

Más allá del contexto global, esta tendencia también impacta a sectores vinculados a la construcción, la industria y la distribución de material eléctrico, donde la modernización de la infraestructura y la eficiencia energética comienzan a ser factores determinantes para la competitividad.



**HYUNDAI**  
POWER PRODUCTS

# LA SOLDADORA DISEÑADA PARA USO INDUSTRIAL

**SOLDADORA  
MIG-500KD**



INCLUYE:  
FLUXOMETRO, CARETA, CEPILLO,  
JUEGO DE CABLES PORTA ELECTRODOS Y ANTORCHA



**MMA**

**MIG**

<b>Voltaje de entrada nominal:</b>	220 v $\pm$ 10% - 50/60 Hz	440 v $\pm$ 10% - 50/60 Hz
<b>Potencia entrada nominal:</b>	220 v/19.2 Kva - 440 v/32.2 Kva	220 v/17.8 Kva - 440 v/31.4 Kva
<b>Corriente de entrada nominal:</b>	220 v/87.2 A - 440 v/73.3 A	220 v/80.8 A - 440 v/71.4 A
<b>Corriente y voltaje de salida nominal:</b>	220 v/350 A-34 v - 440 v/500 A-40 v	220 v/350 A-31.5 v - 440 v/500 A-39 v
<b>Corriente de salida:</b>	220 v/20-350 A - 440 v/20-500 A	
<b>Voltaje en vacío:</b>	66 v	
<b>Ciclo de trabajo nominal:</b>	60%	
<b>Eficiencia:</b>	85%	
<b>Factor de potencia (cos):</b>	0.73	
<b>Grado de protección:</b>	IP21S	
<b>Aislamiento:</b>	F	
<b>Microalambre:</b>	1, 1.2, 1.6 mm	
<b>Empaque:</b>	1 caja accesorios (24.21 kg)/1 caja soldadora (40.21 kg)	
<b>Peso total:</b>	64.41 kg	

Más información:  (229) 286 9300

[contacto@korei.com.mx](mailto:contacto@korei.com.mx)

# Capacitación técnica impulsa a mujeres en la autoconstrucción

Por: Carlos Alberto



La autoconstrucción sigue siendo una de las principales vías de acceso y mejora de vivienda en México, la capacitación técnica comienza a posicionarse como un factor clave para mejorar resultados, optimizar recursos y reducir riesgos en obra, especialmente entre mujeres que participan cada vez más en estos procesos.

En el Estado de México, donde más del 60% de las viviendas se construyen o amplían mediante autoconstrucción, iniciativas de formación práctica han comenzado a atender una necesidad estructural: dotar de conocimientos técnicos a quienes toman decisiones cotidianas sobre el mantenimiento, mejora o ampliación de sus hogares.

En este escenario, Materiales San Cayetano Express puso en marcha un programa de capacitación dirigido a mujeres en Tultitlán, con talleres enfocados en el uso de mezclas, sistemas constructivos y materiales cerámicos. La iniciativa, desarrollada en colaboración con empresas como Calidra y Novacermic, busca trasladar conocimiento técnico a un segmento que históricamente ha participado en la autoconstrucción sin acceso a formación especializada.

Los talleres se imparten en grupos de hasta 40 participantes bajo una metodología práctica: aprender haciendo. Las asistentes desarrollan desde elementos básicos —como bancas o macetas— hasta técnicas de aplicación de repellado y colocación de ladrillo, lo que permite replicar estos conocimientos directamente en sus viviendas.

El dato de fondo es relevante. En zonas como Tultitlán, cerca de un tercio de las viviendas están

encabezadas por mujeres, quienes además suelen asumir decisiones clave sobre mantenimiento, reparación y ampliación del hogar. Sin embargo, la falta de capacitación técnica incrementa el riesgo de errores constructivos, sobrecostos y menor durabilidad en las obras.

La estrategia también tiene un componente económico. Al mejorar la selección de materiales, la planeación básica de obra y la ejecución técnica, las familias pueden reducir desperdicios y optimizar su presupuesto. En algunos casos, este conocimiento abre la posibilidad de generar ingresos a través de

## Estado de México, donde más del 60% de las viviendas se construyen o amplían mediante autoconstrucción

trabajos de mejora o mantenimiento en la comunidad.

Desde el punto de vista del sector, este tipo de iniciativas también revela un cambio en el rol de las empresas de materiales. Más allá de la comercialización, comienzan a integrarse como actores que desarrollan capacidades en el mercado, especialmente en zonas donde la autoconstrucción es una práctica dominante.

Con presencia en distintos puntos del Valle de México, la compañía ha enfocado sus operaciones en zonas donde la demanda de materiales está directamente vinculada a procesos de crecimiento urbano impulsados por las propias familias. En ese contexto, la capacitación técnica se convierte en un complemento natural del negocio.

La autoconstrucción ya no puede entenderse solo como un fenómeno de volumen, sino como un espacio donde el conocimiento técnico, la calidad de los materiales y la asesoría práctica marcan la diferencia entre una obra provisional y una vivienda duradera.

En ese proceso, la participación femenina no solo crece, sino que comienza a redefinir la forma en que se construye y mejora la vivienda en México.



La cancha está lista  
y Monterrey será la sede  
del poder ferretero.

3-5  
Junio  
2026



# FerreShow

La Expo Ferretera del Norte

Organizado por la Asociación de Ferreteros de Nuevo León



El poder ferretero se juega en casa.

¿Quieres ser Expositor? Contáctanos

81 8349 1155 / 81 8349 1551  81 3122 5829

ventas@ferreshow.com | www.ferreshow.com





## Sello Hecho en México gana impulso rumbo al Mundial

Por: Alejandro Rodríguez

En la antesala del Mundial de Fútbol 2026, el distintivo “Hecho en México” busca fortalecer su posicionamiento en el mercado a través de una campaña nacional que pone en el centro el valor de los productos fabricados en el país.

Bajo el lema “Lo hecho en México siempre gana”, la iniciativa —en la que participan 27 empresas de distintos sectores— se difundirá entre abril y julio en televisión, radio, medios digitales y espacios exteriores, aprovechando el alto nivel de exposición que genera el evento deportivo.

El objetivo es claro: incentivar el consumo de bienes producidos en México y reforzar el reconocimiento del sello como un indicador de calidad, origen y capacidad productiva.

Actualmente, alrededor de cinco mil empresas cuentan con esta certificación, que distingue a pro-

ductos elaborados en el país y que forman parte de cadenas de valor nacionales. En un entorno donde la relocalización industrial y la integración regional cobran fuerza, este tipo de distintivos adquiere mayor relevancia.

Para sectores como el ferretero, eléctrico y de la construcción, el impacto es directo. Una parte importante de los insumos y productos que se comercializan en el mercado proviene de manufactura nacional, lo que convierte al sello en una herramienta que puede influir tanto en la decisión de compra como en la preferencia por proveedores locales.

Más allá del componente promocional, la campaña también refleja una tendencia de fondo: fortalecer la producción interna como mecanismo para impulsar el empleo, mejorar la integración industrial y generar mayor estabilidad en las cadenas de suministro.

El uso de un símbolo cultural —el juego de pelota prehispánico como antecedente del fútbol— busca conectar el mensaje con identidad y tradición, pero el trasfondo es económico: posicionar a los productos nacionales en un momento de alta visibilidad global.

Para fabricantes, distribuidores y ferreteros, este impulso representa una oportunidad para reforzar la presencia de productos con valor agregado local en sus portafolios, así como para capitalizar una narrativa que conecta consumo, industria y competitividad.





## PROYECTOS INDUSTRIALES LLAVE EN MANO

Renta de naves, bodegas y terrenos,  
desarrollados a la medida de tu operación

**Llegamos a donde tu  
proyecto lo necesite.**

Presencia en:

Veracruz

Chiapas

Zacatecas

Tlaxcala



**Infraestructura moderna, espacios funcionales y gestión integral del proyecto**



TU DEFINES EL RETO  
Nosotros entregamos la solución



**Soluciones inmobiliarias para empresas en movimiento**



¡Llámanos o escríbenos!  **2291437887**



# La ilusión

## de la inteligencia artificial y la productividad

Por: Walter Trujillo Díaz

En junio de 1975, BusinessWeek publicó un reportaje titulado "The Office of the Future" (La Oficina del Futuro). La oficina, decía el texto, estaba a punto de ser "revolucionada" por terminales, teclados y archivos electrónicos. En un apartado que hoy podría arrancarte una sonrisa por su tajante solemnidad, comentaba un consultor de la empresa Arthur D. Little que "para 1990, la mayor parte del manejo de registros será electrónico".

Sin embargo, lo interesante es que en el mismo artículo se incluía una advertencia que suele olvidarse cuando una tecnología se vuelve moda: cambiar la forma en la que la gente trabaja "siempre tarda más" de lo que imaginamos. La historia de la "Oficina sin papel" no fue un fracaso total (hoy gestionamos documentos de formas que eran impensables 50 años atrás), pero sí fue una lección muy dura sobre productividad, ya que digitalizar no equivale a simplificar. Lo anterior fue señalado en el 2002 por Abigail Sellen y Richard Harper en su estudio "The Myth of the Paperless Office" (El Mito de la Oficina sin papel), en donde indicaban que, en las organizaciones, el uso del correo electrónico llegaba a asociarse en esa época con un aumento promedio del 40% en consumo de papel. La tecnología que supuestamente venía a ahorrar trabajo terminó, en muchos casos, creando más versiones, más impresiones, más copias "por si acaso", más trabajo administrativo. La promesa no era mentira; era incompleta. Hoy, con la inteligencia artificial (IA), es probable que estemos repitiendo ese patrón: creer que estamos comprando productividad, cuando a veces lo que adquirimos es complejidad disfrazada de atajo.

Sería un error afirmar que la IA no eleva la productividad. La evidencia micro (esa que es la del día a día, en tareas concretas) sin lugar a duda es real y cada vez más robusta. En un estudio a escala real en un centro de atención al cliente, la National Bureau of Economic Research (NBER) encontró que la asistencia de IA generativa elevó la productividad media un 14% (medida como casos resueltos por hora). Lo más interesante es cómo se repartió el beneficio: los trabajadores menos experimentados y de menor desempeño previo mejoraron mucho más (hasta un 34% en casos resueltos por hora), mientras que en el grupo más experto el efecto fue pequeño e incluso aparecieron señales de deterioro de calidad en algunas métricas.

Y surgen también datos interesantes, relacionados con la inclusión. Un experimento aleatorizado reciente, realizado con participantes de Argentina, fue diseñado para responder una pregunta incómoda: ¿La IA reduce o amplía la brecha de productividad entre personas con distintos niveles educativos? El hallazgo fue, en apariencia, esperanzador. La IA aumentó la productividad en todos los grupos y el efecto fue mayor en el grupo con menor escolaridad; la brecha entre ambos se redujo de forma drástica (los autores estiman que se cerró aproximadamente tres cuartas partes de la diferencia inicial en desempeño). Sin embargo, el propio estudio advierte algo fundamental, y es que el "igualador" en una tarea concreta no implica igualdad sostenida si las habilidades subyacentes, como las capacidades de evaluar, decidir y aprender, siguen separadas.

Estos casos podrían leerse como un triunfo: más rendimiento, menos brechas. Pero ese es precisamente el punto donde nace la ilusión. Porque estos resultados existen dentro de un marco que solemos dar por hecho: acceso a internet, alfabetización digital básica, dispositivos, tiempo para experimentar, contextos de trabajo relativamente formales y medibles. Y ahí, desafortunadamente, no vive la mayor parte del mundo. Si estás en una PyME y alguien te dice: "con IA duplicaremos la productividad", ¿Cuál sería la respuesta? honestamente, pocos le pedirían un calendario, un proceso y una métrica. Pero ya existen datos preliminares al respecto, y son menos impresionantes que los que imaginamos.



**\*Walter Trujillo Díaz**  
Ingeniero en cibernética y sistemas Computacionales egresado de la Universidad La Salle con estudios en programas de liderazgo por las Universidades de Stanford y Georgetown, ha desempeñado actividades de desarrollo de negocios, ventas y alta dirección en empresas de Telecomunicaciones y TI por más de 25 años. Entusiasta de la evolución tecnológica y de una transformación digital integral de la sociedad. Twitter: twitter.com/wtd\_x

Daron Acemoglu, en otro estudio de la NBER, calcula que los efectos de la IA en la productividad total de los factores (TFP) no deberían ser más que 0.66% acumulado en diez años; incluso menciona que esa cifra puede estar inflada porque mucha evidencia temprana proviene de tareas relativamente fáciles, no de las tareas duras y contextuales donde el error cuesta caro en una empresa. En esa misma lógica, estima que el impulso al PIB también sería modesto, del orden del 1% en diez años, dependiendo de supuestos de inversión. Esto se encuentra en línea con algunas conclusiones de la OCDE, aunque ésta lo hace relacionado a segmentos de adopción. En un escenario de adopción de IA baja (23%), proyecta un aumento de 0.24% en el crecimiento anual de la TFP durante una década, mientras que en escenarios más favorables los aumentos rondarán por el 0.61%.

Por su parte el Fondo Monetario Internacional trae a la mesa otro elemento importante en la ecuación de la IA, que es el factor de la desigualdad, que es el detonante con el que la IA se convierte en productividad para unos y para otros no. El FMI concluye que el impacto de la IA será desigual según la exposición sectorial, la preparación y el acceso a datos/tecnología; en sus análisis, la IA tiende a intensificar la desigualdad entre países y beneficia desproporcionadamente a economías avanzadas. Así que no esperemos un salto simple, rápido y universal: la productividad no llega por instalar una herramienta; llega cuando una sociedad, un sector o una empresa reconfiguran hábitos, procesos, incentivos, capacidades y responsabilidades. Sin temor a equivocarme, hasta el día de hoy, todos los despidos masivos que se han dado en el mundo bajo la consigna de que "son el resultado contundente del avance de la IA en sus organizaciones mejorando la productividad" son simplemente una mentira: fueron realmente el efecto natural de acumular ineficiencias sin haber tomado decisiones de forma oportuna.

Así pues, la inclusión digital es el gran filtro que decide quién entra al futuro. Con 2,200 millones de personas sin conectividad, para ellos el reto es tener datos, electricidad constante, un dispositivo que no sea compartido entre cinco personas y el tiempo para usarlo. Eso explica que el 24% de usuarios de internet en países de ingresos altos usó ChatGPT, frente a 0.7% en países de ingresos bajos. Las condiciones materiales, educativas y de idioma filtran la adopción, no la falta de curiosidad. Esta situación, cuando bajamos el lente a México, nos revela otra verdad: mientras Ciudad de México y Sonora reportaban en 2024 los mayores porcentajes de hogares con internet (84.4% en ambos), los porcentajes más bajos estaban en Guerrero (58.9%), Oaxaca (55.5%) y Chiapas (50.7%). Con esa cifra sobre la mesa, suena casi frívolo pensar que la discusión central sea si la IA nos "sustituirá"; antes de eso, una parte significativa ni siquiera está en la conversación digital. Y en el mercado laboral ocurre lo mismo. Si más de la mitad trabaja en la informalidad, la vida laboral cotidiana de muchísimos hogares gira alrededor de ingresos inestables, trámites presenciales, educación intermitente, cuidados no remunerados, y aprendizaje tecnológico a ratos. No es que no les afecte la IA; es que su problema urgente no es el reemplazo, sino el acceso real a capacidades y oportunidades. La inclusión digital, entonces, no es un tema paralelo a la productividad, sino es la condición de poder abrirse a posibilidades.

Con lo anterior, pensemos de forma provocadora pero práctica. La inteligencia artificial no está sustituyendo a la gente en general; está sustituyendo (mejor dicho, comprimiendo y reconfigurando) tareas específicas dentro de una franja relativamente pequeña del mercado laboral global, especialmente formal, conectada y con alfabetización digital; y al hacer eso, revela lo que no quisimos ver: que la gran brecha no es "humanos vs máquinas", sino "incluidos vs excluidos". Con esto, para una empresa, esto cambia el enfoque. La pregunta no es ¿Cuántos puestos eliminaremos? sino ¿Qué parte de nuestro trabajo es repetitivo, qué parte es de criterio, y qué parte es de relación humana? La IA suele dar mejores frutos cuando actúa como andamiaje para acelerar aprendizajes y estandarizar buenas prácticas (como se menciona líneas arriba, por eso mejora más a perfiles novatos en ciertos entornos), pero puede estorbar actualmente cuando se usa como sustituto de juicio, responsabilidad o conocimiento del contexto.

En términos humanos, si no importa la inclusión digital, el camino más viable (y al mismo tiempo honesto) debería ser más una agenda de infraestructura social que una moda tecnológica. Alfabetización digital básica para adultos y jóvenes, formación práctica dentro de empresas de todos tamaños, diseño de herramientas en lenguaje claro y en nuestro idioma, adopción por procesos, y una meta explícita de participación. Si no se hace, la IA puede cerrar brechas dentro de los conectados, pero ampliará la distancia con quienes siguen fuera. Volvemos, así, al espejo de 1975. La productividad no fracasó porque la tecnología sea inútil; fracasa porque vendemos promesas enormes y omitimos el trabajo lento: cambiar hábitos, cerrar brechas, construir capacidades, repartir responsabilidades. La "Oficina sin papel" no llegó como por eslogan, sino que llegó (con ciertos matices) como resultado de una disciplina sostenida. La productividad con IA llegará de forma similar; menos como algo mágico o premonitorio, tal vez más como un proyecto colectivo que decide quién entra, quién aprende y quién manda.



¿Estaremos listos  
para sus 18 años?

## Prepárate con Segubeca

**Importancia:** Asegurar el futuro educativo y económico de los hijos es crucial.

**Desafíos:** El aumento de estudiantes y los altos costos de educación privada dificultan el acceso a la universidad.

**Propuesta:** SEGUBECA ofrece un plan educativo con aportaciones garantizadas y protección financiera.

**Soluciones:** Generar ahorro sistemático y protección por invalidez o fallecimiento.

**Beneficios:** Instrumento adicional flexible para tus aportaciones extras que te ayudarán a incrementar la meta.

RECIBE UN ESTUDIO PERSONALIZADO DE ACUERDO A TUS NECESIDADES.

# TUS SOCIOS DE NEGOCIO

Revista DP / abril 2026

OATEY  
FERRESHOW  
QUALY CONSULTORES  
BUSINESS INSIGHTS  
SEGROVE CORPORATE EVENTS  
NOVAPLASTIK  
HUBSHO  
MEX DOORS  
EXPO NACIONAL FERRETERA  
REED EXHIBITIONS  
ENCUENTRO FERRETERO  
DINÁMICA FERRETERA  
HYUNDAI  
MATERIALES SAN CAYETANO EXPRESS  
CMIC  
CANACINTRA  
EXPO FERRETERA DOMINICANA  
ASOCIACIÓN DOMINICANA DE FERRETEROS  
ASOCIACIÓN DE SUPLIDORES DE MATERIALES ELÉCTRICOS  
ASOCIACIÓN DOMINICANA DE IMPORTADORES FERRETEROS  
INC.  
TRADE POINT MÉXICO  
FANDELI  
URREA HERRAMIENTAS  
ADIR  
HENKEL  
GIMBEL MEXICANA  
SAGLITE  
NOVACERAMIC  
SGS MÉXICO  
AMPIP  
CADENA 24



PARA REGISTRARTE  
ESCANEA EL CÓDIGO



## REVISTA DE PREFERENCIA EDICIÓN ABRIL 2026

### NÚMERO 358 (457)

FUNDADORES/ M.L. VIRGINIA PONCE FLÓRES+ Y LIC. SERGIO IGLESIAS REYNEL DIRECTOR GENERAL / DIRECTOR ADJUNTO MTRO. SERGIO ALEJANDRO IGLESIAS RODRÍGUEZ /DIRECCIÓN RELACIONES PÚBLICAS Y VENTAS LIC. MYRNA IGLESIAS RODRÍGUEZ / DIRECCIÓN EDITORIAL LIC. CÉSAR IGLESIAS GRAJALES / LIC. CARLOS PADILLA VILLOBOS / ARTE MNK IGLESIAS DG / ASESOR LEGAL PEDRO MÁRQUEZ CELAYA / CORRESPONSALES Y COLABORADORES REPÚBLICA MEXICANA, ALEJANDRO RODRÍGUEZ, RODRIGO IGLESIAS, ROBERTO DOMINGUEZ FRANCO, MC CARLOS ALBERTO PADILLA CORONA, WALTER TRUJILLO DIAZ, / ASESOR COMERCIAL JUAN CARLOS IGLESIAS REYNEL.

La responsabilidad de los textos de nuestros colaboradores corresponde exclusivamente a los autores, por lo que esta casa editorial con su revista y canales informativos no se hace responsable de sus contenidos, aunque sí busca aportaciones fundadas, reflexivas y útiles para nuestros lectores. La Revista De Preferencia Ferretera, Eléctrica y de la Construcción es una publicación mensual editada por Profesionales DP y CP S. de R.L. de C.V. con oficinas y distribución en Medellín 279 P.A. Col. Roma C.P. 06760, Ciudad de México. Impresa en Sistemas Gráficos Integrados, Ciudad de México teléfono 17183239 Reserva INDA: 04-2008-061612052300-102. Certificado de Licitud de Contenido: 12284. Certificado de Licitud de Título: 14711. Distribución controlada y gratuita a través de correo con Registro Postal PP09-1860. Autorizado por SEPOMEX. Prohibida la reproducción parcial o total del contenido sin autorización por escrito. Responsable de la edición: Lic. Sergio Iglesias Reynel. TELÉFONOS DE LA REDACCIÓN: (55)52642678, 5264-3091. Correo electrónico: contacto@revistadp.com Portal de noticias www.revistadp.com Tiraje certificado: 18 mil ejemplares. Certificado de circulación, cobertura y perfil del lector folio 00207-RHY emitido por y registrado en el Padrón Nacional de Medios Impresos de la SEGOB. PUBLICACIÓN ORGULLOSAMENTE HECHA EN MÉXICO. <http://pnmi.segob.gob.mx/>