

SP

SOLUCIONES
PROFESIONALES

OASIS DEL PACÍFICO
El Hotel Azul Ixtapa y su uso
estratégico del producto.

LA DINASTÍA
COMENZÓ EN
1953

con Flat-Comex y
Decolor, pinturas de
base agua y de aceite



28

Comex[®]
División Profesional



Comex[®]

División Profesional

Tu socio de negocios
que te ofrece la solución completa
para tus proyectos.

- Asesoría
- Especificación
- Servicios premium de color
- Capacitación
- Aplicación profesional

www.comex.com.mx/divisionprofesional

f t p i y G+ in

Atención al consumidor
Ciudad de México y Área Metropolitana: 5864-0790 y 91
Interior de la República: 01800-712-6639

Central Park Lifestyle Interlomas por: Migdal Arquitectos

Fotografía del desarrollo por: Ian Lizaranzu



65 AÑOS DE COMEX

Esta historia ha sido posible por las ideas y trabajo constante de los empresarios que inspiran a las nuevas generaciones.

En 2018 celebramos 65 años de un modelo de negocio exitoso, que inició cuando la familia Achar se propuso la meta de llevar pinturas de calidad a los hogares mexicanos. Este objetivo creció con un negocio que hoy suma más de 4,500 tiendas en México y Centroamérica y una red de 650 concesionarios. Es un patrimonio del que dependen 4,500 empleos directos y 18,000 indirectos (en tiendas).

Detrás de estos 65 años está uno de los valores fundamentales para Comex: la innovación, el pilar sobre el que se ha construido una gama de soluciones que han trazado un camino multicolor para transformar vidas.

También nos mantienen a la vanguardia los núcleos de desarrollo tecnológico y capacitación como el Centro de Investigación de Polímeros, el Laboratorio de Evaluación Visual y el Centro de Innovación Tecnológica Industrial (CITI).

De estos dos aspectos habla, en entrevista, Alejandro Morones Dobaranes, director de Investigación y Desarrollo de PPG Comex para México y Latinoamérica, siendo que la compañía invierte el 3% de las ventas brutas anuales en tecnología e investigación. Mientras que el modelo estratégico de producción y distribución de la compañía es detallado por Salvador Padilla, director de Cadena de Suministro de PPG Comex.

Por su parte, el crecimiento de la División Profesional ha sido contundente, llevando trajés a la medida a más

de 150 plantas industriales y dando servicio a las 20 constructoras más importantes en el país, además de 50 cadenas hoteleras con presencia en diversos destinos y 30 desarrolladoras de vivienda como socios estratégicos.

A la fecha, tenemos cinco plantas de producción en México. De igual manera, el programa ColorLife Trends de Comex celebra un aniversario más y se ha convertido en referencia de tendencias y propuestas cromáticas.

Profesionales de diversas disciplinas han colaborado en esta iniciativa, cuya finalidad es incentivar la aplicación del color y descubrir su poder como herramienta visual, entre una gama de 3,500 tonalidades.

Por último, como parte de nuestra responsabilidad social, el programa “México Bien Hecho” trabaja en la recuperación de espacios y fortalecimiento del tejido social, a través del color, en comunidades de la República. Así lo mostramos en el reportaje de Colosal, un mural llamado “El ave de los sueños” que extiende sus alas en el Cerro de La Campaña, en Monterrey.

Nos llena de orgullo saber que hemos reforzado y desarrollado a empresarios mexicanos durante más de seis décadas. Gracias por seguir siendo parte de esta historia de éxito.

Henrik Bergstrom

*Presidente PPG Comex
Vicepresidente PPG Architectural
Coatings Latinoamérica*

PORTADA

16 65 años de Comex

La compañía celebra una historia donde la Innovación y el desarrollo tecnológico han sido los protagonistas del éxito.

SOLUCIONES

4 Escenarios

Noticias del sector, a nivel nacional e internacional y la presencia de Comex en el certamen Obra del Año 2018.

24 Solución e innovación

Comex desarrolló una pintura antibacterial que ayuda a inhibir el crecimiento de microorganismos en las superficies.

ESTRATEGIA DE NEGOCIOS

32 Azul Ixtapa

Comex está presente en cada uno de los espacios de este complejo turístico.

LAB COLOR

38 10 años de color

En 2018 se cumple una década del programa que da vida a las tendencias de color.

40 Lounge

Adiós a Locura, la propuesta de color que marcó tendencia durante 2018.

THINK TANK

12 Elsa Edith Yáñez

La aplicación de aislantes térmicos e impermeabilizantes y su relación con el ahorro de energía en climatización.

14 Bianca Gortáez

El mal uso del color, el exceso y la ausencia de luz pueden poner en riesgo un elemento primordial: el confort.

SP

SOLUCIONES
PROFESIONALES

DIRECTORIO

División Profesional Comex

MAURICIO MONDRAGÓN
Director División Profesional

ÁNGEL VANZZINI
Director B2B Industrial

JOSÉ HERRERA
Subdirector B2B Industrial

JAVIER SOSA
Director de Mercadotecnia

FRANCEL ZARATE
*Gruper de Marketing
División Profesional*

CLAUDIA M. GARIBAY HUARTE
*Editora en Jefe
Soluciones Profesionales*

ERIKA MALO V.
Becaria editorial

DIRECTORIO

Soluciones Profesionales

ALBERTO BELLO
Director de Hard News
abello@expansion.com.mx

MILDRED RAMO
Editora General
mildred.ramo@expansion.com.mx

JOSÉ LUIS CASTILLO
Editor General de Foto

BERENICE RODRÍGUEZ
Coordinadora de Foto

HILDA ARÉVALO
*Gerente de Fotoarte
y Retoque Digital*

JAVIER JASSO
*Coordinador de Fotoarte
y Retoque Digital*

JESÚS GONZÁLEZ
Postproducción Digital

RODRIGO OLMOS
*Editor General de
Arte de Hard News*

IRAYDA RODRÍGUEZ
Coeditora

VERÓNICA CERVANTES
Reportera

ELIANA ROMUALDO
Coeditora Gráfica

OLIVIA PAYÁN
Coeditora Gráfica

Colaboradores

**SILVIA SÁNCHEZ DE LA BARQUERA,
GLADYS BUÑUEL, VICENTE MARTÍ, OLDEMAR
GONZÁLEZ, WENDY SOLÍS, JIMENA ZAVALA,
ANDRÉS G. KATZNELSON, ILÁN RABCHINSKEY.**

MARÍA JOSÉ LEÓN
Lider Custom Publishing
maria.leon@expansion.com.mx

KARINA MANTEROLA
Gerente de Ventas Custom Publishing
kmanterola@expansion.com.mx



SOLUCIONES PROFESIONALES es una publicación bimestral de Consorcio COMEX S. A. de C. V. Revista autorizada como Publicación Periódica de Sapomex No. PP09-02073, editada y publicada por Grupo Expansión, con dirección en Av. Constituyentes 956, Col. Lomas Altas, Delegación Miguel Hidalgo, CP 11850, México, Ciudad de México. Editor responsable: Mildred Ramo Ojeda. Los artículos firmados por los columnistas no reflejan necesariamente la opinión de los editores. Los listados y demás datos comerciales contenidos en esta publicación son sólo de carácter informativo y los editores no asumen ninguna responsabilidad respecto de ellos. Del mismo modo, los editores no se responsabilizan por la calidad, confiabilidad, veracidad o cualquier otra característica de los productos o servicios anunciados. Todos los derechos reservados © 2018. Certificado de Reserva de Derechos: 04-2016-102617272900-102. Certificado de Licitud de Título y Contenido: 16477 Prohibida su reproducción parcial o total, así como cualquier forma de almacenamiento o transmisión por ninguna forma o por ningún medio que no tenga el permiso expreso. Impresa por QUADGRAPHICS Reproducciones Fotomecánicas, S.A. de C.V. Durazno 1, Col. Las Perlas, delegación Xochimilco, CDMX. Fecha de impresión: noviembre de 2018.

Aviso de Privacidad

De conformidad con lo establecido en la Ley Federal de Protección de Datos Personales en Posesión de los Particulares (LFPDPPP) DISTRIBUIDORA KROMA, S. A. de C. V. con domicilio en Autopista México-Querétaro km 33.5, No 104, Lote 2, Col. Lechería, Tultitlán, Estado de México, C.P. 54940, en su calidad de responsable, hace de su conocimiento que sus datos personales serán tratados para las finalidades vinculadas con el envío, promoción y suscripción de publicaciones electrónicas y/o escritas relacionadas con el portafolio de productos PPG Comex; estudios internos para el desarrollo, mercadotecnia, publicidad y prospección comercial de nuevos productos y servicios PPG Comex con objeto de ofrecerle las soluciones específicas a sus necesidades. La manifestación libre y voluntaria de su información constituye su consentimiento expreso para el tratamiento de sus datos personales en los términos y condiciones del Aviso de Privacidad Completo PPG Comex consultable en: www.comex.com.mx/aviso-privacidad. Para dudas y aclaraciones relacionadas con el presente aviso, por favor escribanos a: datospersonalescomex@ppg.com.

ESCENARIOS

SEÑALIZACIÓN

Cruce peatonal mejora la movilidad en CDMX

El trazo diagonal del Cruce Latino promueve la seguridad vial, en la intersección entre el Eje Central y el Corredor Madero.



Dentro del Abierto Mexicano de Diseño se realizó una intervención urbana consistente en la pintura del cruce diagonal entre Bellas Artes y el Corredor Peatonal Madero, donde se utilizaron los productos Comex con los tonos de ColorLife® Trends 2019. Esta acción se llevó a cabo en conjunto con Espacio Vital MX (Colectivo de Intervenciones y Estudios en Ecosistemas Urbanos), encabezada por Alejandro Martínez. La intervención busca fomentar la movilidad sustentable y la seguridad vial en la Ciudad de México, así como mejorar los tiempos de cruce dando prioridad al peatón.

“Tenemos que mantenernos a la vanguardia para ser un agente de valor en nuestras comunidades profesionales, con la misión de transformar la creatividad en realidad. De la mano de nuestros aliados, podemos verlo constantemente en programas como el Design Week México y el Abierto Mexicano de Diseño”, comentó Héctor Escamilla, director del programa ColorLife de PPG Comex. Comex participa en estos formatos de organización colectiva con la finalidad de inspirar y proporcionar herramientas que impulsen el talento en la arquitectura, el diseño y el arte.

CIUDAD

Nueva torre en el Toreo

Fibra Danhos y la firma Coldwell Banker Commercial presentaron la tercera torre de oficinas del desarrollo de usos mixtos Toreo Parque Central. El área total del inmueble es de 237,000 metros cuadrados, de los cuales 17,000 corresponden al hotel, 100,000 de centro comercial y 120,000 estarán ocupados por espacios de oficinas con certificación LEED Oro. A la apertura de esta nueva torre, que se ubica en el límite de la CDMX y del Estado de México, asistieron David Daniel Kabbaz Chiver y Jorge Gamboa de Buen, presidente y director de Desarrollo de Negocio de Fibra Danhos, respectivamente, así como Luis Méndez, presidente de Coldwell Banker Commercial y Fernanda Trillo, vicepresidenta de Agency & Business Accounts. (Con información de la revista Obras)

264 LITROS
DE PINTURA
FUERON DONADOS
POR COMEX.

350,000
PERSONAS
UTILIZAN ESTE
CRUCE PEATONAL
DIARIAMENTE.

INTERNACIONAL

Premian Patio de los Edecanes

El proyecto de renovación del 'Patio de los Edecanes', localizado en la Alcaldía de Bucaramanga, Colombia, ganó el concurso internacional "Ciudad para las Personas".

El Banco Interamericano de Desarrollo (BID) y el Gobierno de Buenos Aires le otorgaron el premio de la categoría Revivir la Ciudad a este espacio público, construido a finales del siglo XVIII. El proyecto se coronó entre 45 participantes de países latinoamericanos. *(Con información de la Alcaldía de Bucaramanga)*

45
PROYECTOS

PARTICIPARON
EN EL CONCURSO.

LAS CIUDADES
GANADORAS
PROMUEVEN LAS
BUENAS PRÁCTICAS
EN LA REGIÓN.

TENDENCIAS

Disminuye inversión inmobiliaria en Europa

Durante el primer semestre de 2018, la inversión para el sector inmobiliario europeo fue de 97,000 millones de euros, 5% menos que en el mismo periodo del año anterior.

Los Países Bajos mostraron un incremento interanual del 176%; Polonia creció 100%; mientras que en el Reino Unido bajó 9% y Alemania, 7%.

Borja Sierra, vicepresidente ejecutivo internacional de la consultora Savills Aguirre Newman, afirmó que aunque la dinámica del mercado en Europa se desacelera, los fundamentales siguen siendo positivos y el interés de los inversionistas por este sector también se mantiene. *(Con información de Alimarket)*



Miscelánea



EXPOSICIÓN

DISEÑO COMO SEGUNDA NATURALEZA

- Museo Universitario de Arte Contemporáneo (MUAC)
- 20 de octubre al 3 de marzo de 2019

Como primicia en América Latina, llega a México el despliegue de las obras de la arquitecta Zaha Hadid. Esta retrospectiva incluye pinturas, fotografías, maquetas y material audiovisual, un recorrido por cuatro décadas de trayectoria de la primera mujer ganadora del Premio Pritzker.



LIBRO

EL COLOR DE TU VIDA

- Jennifer Ott
- Editorial Quarto Publishing PLC
- Disponible en librerías Gandhi y Amazon

Una compilación de 125 paletas de colores que servirán de inspiración para decorar su hogar, un gran evento o darle un giro a su estilo personal. Combinaciones y tonalidades que harán estas elecciones una tarea más fácil y entretenida.



DOCUMENTAL

MINIMALISM: A DOCUMENTARY OF IMPORTANT THINGS (2016)

- Director Matt D'Avella
- 1 h 18 min / Audio: inglés
- Disponible en Netflix y plataformas de internet

Esta pieza explora las vidas de familias, empresarios, arquitectos, artistas, periodistas, científicos e incluso un antiguo corredor de bolsa de Wall Street, quienes siguen la pauta de que se puede vivir mejor con menos bienes materiales.

CELEBRA LA EXCELENCIA

Comex nuevamente fue la referencia para elegir los mejores proyectos arquitectónicos y marcar tendencias en el certamen Obra del Año 2018.

Como el aval de un profundo conocedor de los sectores de la construcción, inmobiliario, urbanismo, vivienda, interiorismo y arquitectura. Así fue recibida la contribución de Comex y su División Profesional durante su participación en el premio Obra del Año (ODA), en la décimo cuarta edición organizada por la revista *Obras*.

Respecto a su participación en ODA 2018, Javier Sosa, director de Mercadotecnia, Inteligencia Comercial y Canales en Desarrollo de PPG Comex, señaló en entrevista que una compañía que invierte en investigación y desarrollo (I+D) apuesta para ganar.

“La innovación es una condición para ser exitoso en el sector de la construcción”, afirmó Sosa.

Comex tuvo una presencia relevante en todas las etapas del certamen. Su marca y filosofía de trabajo estuvieron presentes en cada día de presentación y deliberación. Luego, en la noche de premiación tuvo una activación muy popular entre los invitados: el artista Guillermo Huerta personalizó bolsos y carteras de los asistentes.

Además, Comex y su División Profesional fueron quienes presentaron a los ganadores de Obra del Año 2018: Parque la Mexicana. Al cierre de la celebración, Comex entregó muestras de color a todos los invitados. De esta misma manera, la presencia de la marca en el certamen, es el punto de encuentro de liderazgo entre los desarrolladores y las empresas más importantes de la industria. 🌐



El artista Guillermo Huerta participó en las activaciones del foro.

▶ POR
2 AÑOS
CONSECUTIVOS
COMEX HA
PRESENTADO
ESTE GALARDÓN.

▶ **+200**
PROYECTOS
FUERON REGISTRADOS
PARA PARTICIPAR EN
ESTA EDICIÓN.

▶ **14**
OBRAS FUERON ELEGIDAS,
EN VARIAS CATEGORÍAS,
PARA RECONOCER
LO MEJOR DE LA
CONSTRUCCIÓN EN
MÉXICO.

▶ PARQUE LA MEXICANA
FUE EL GANADOR DE
OBRA DEL AÑO 2018.



Comex
Juntos embellecemos
y protegemos tu vida

Juntos podemos construir un México lleno de color un #MéxicoBienHecho

En Comex estamos convencidos que el compromiso de toda la sociedad por crear un mejor país es indispensable para lograr el bienestar que todos buscamos.

A través del **embellecimiento de espacios utilizando el color** como un elemento que logra cambiar el estado de ánimo de las personas de manera rápida y directa, podemos mejorar la calidad de vida de las comunidades protegiendo y dando un nuevo sentido a cada espacio, transformándolo con la inspiración y el arte de expertos o el talento de las propias comunidades.



mexicobienhecho.com
f t @ i y in





#MBH

COL



Vecinos, artistas plásticos, el gobierno del estado y la iniciativa privada unieron esfuerzos para cambiar el paisaje de uno de los sitios más emblemáticos de Monterrey con un gran mural. Ahora, un ave de colores extiende sus alas en esta comunidad en regeneración.

OSAL



Investigación: *Silvia Sánchez de la Barquera* | Fotos: *Gladys Buñuel*



Monterrey, NL.- Proveniente de Campeche, don Arnulfo Castro llegó al Cerro de la Campana a finales de 1969. Y aunque no contaba con recursos, mantuvo la convicción de forjar una nueva vida en el lugar que lo recibió. “No traía nada, pero La Campana me abrió las puertas para empezar a hacer mi casa”.

Este lugar entrelaza las historias de muchos vecinos que, como él, hace décadas migraron de otras partes de Monterrey y del país, con la ilusión de construir sus casas y formar una familia. Y así también fueron contemplando, poco a poco, su decadencia.

Durante muchos años, el abandono y la desconfianza entre sus residentes desgarraron el tejido social, dejándolo tan frágil que urgía un cambio, una reconstrucción. La comunidad estaba ávida de un sentimiento de inclusión, de pertenencia y de seguridad.

En este escenario, **Comex** puso en marcha las estrategias del programa México Bien Hecho, que busca transformar zonas vulneradas y marginadas, para convertirlas en espacios dignos y que fomenten la convivencia.

Logró intervenir la zona y transformarla con la creación colectiva de ‘Colosal’, un proyecto de 25,000 m².

Además, en la iniciativa participaron el Consejo Interinstitucional para el Desarrollo del Polígono Campana-Altamira (conformado por los gobiernos estatal y municipal), Cemex y el Tecnológico de Monterrey, con la creatividad de Colectivo Tomate.

Gilberto Alcaraz, director del programa, refiere que el primer gran reto fue ganarse la confianza de la gente. “No es fácil que alguien llegue y te diga: voy a pintar tu casa de un color que tú no elegiste porque va a formar parte de un proyecto grande”.

Maribel Benítez, directora del Colectivo, cuenta que fue necesario un esfuerzo importante de trabajo comunitario. Su objetivo es ir de ciudad en ciudad, detonando la transformación social a través del diálogo y el arte. Lo hicieron mediante talleres y pláticas con los vecinos, quienes prácticamente les permitieron entrar hasta la cocina de sus hogares.

EL AVE DE LOS SUEÑOS

El segundo gran reto fue el diseño del mural, a cargo de Colectivo Tomate. Para ello, la agrupación organizó reuniones a las que llamaban ‘cafecitos’, y en las que escuchaban las historias

“Hacia mucha falta que nos enseñaran arte, que a los niños también los fueran influyendo en esto. Es una forma de cambiar la perspectiva del entorno que tenemos”.

— Rosario Rangel, de La Campana.



1.

1. El diseño del mural “El ave de los sueños” estuvo a cargo de Colectivo Tomate.

2. El proyecto implicó una inversión colaborativa entre gobierno e iniciativa privada.

3. El desafío creativo incluyó trabajar en terrenos en picada y bajo clima extremo.



25,000

METROS CUADRADOS INTERVENIDOS



3,000

LITROS DE SELLADOR



9,000

LITROS DE PINTURA VINIMEX TOTAL



3,000

BENEFICIADOS INDIRECTOS



2.



3.

de los vecinos a partir de las preguntas ‘quiénes fuimos’, ‘quiénes somos’ y ‘hacia dónde vamos’. Así, por medio de sesiones de teatro participativo, actores hacían la representación de los relatos para inspirar a los artistas plásticos.

Como resultado, los artistas Gonzalo Areúz e Itzel Casio reinterpretaron esas historias para conceptualizar el diseño que sería plasmado en las paredes de las 300 casas que residen en el cerro, en esos 25,000 m². Aquí nació un ave con las alas extendidas llamada ‘El ave de los sueños’, que representa las memorias de 1,500 personas de la comunidad, su espíritu de libertad, esperanza y fortaleza.

Después vino el reto técnico. Abordar las casas, trabajar con las características del cerro, con terrenos ‘en picada’, supuso un verdadero desafío. “De entrada era hacer una sola figura que se pudiera ver desde distintos puntos”, dice Maribel Benítez en entrevista.

El mural consistió de dos etapas, la de sellado y la de color. Fueron empleados cerca de 3,000 litros de sellador para darle toda la protección a los muros, además de 9,000 litros de pintura **Vinimex TOTAL** y algo de **aerosoles**. “(Utilizamos) la pintura de la más alta calidad porque la intención es que sea duradero”, agrega Alcaraz.

La etapa de color, la de dar vida al ‘Ave de los sueños’, requirió cuatro meses de trabajo y la participación de un equipo de 22 artistas, 23 facilitadores y nueve talleristas de Colectivo Tomate, así como de los vecinos de la comunidad, ya fuera para pintar o abrir las puertas de sus casas para que los artistas pudieran comer o descansar.

‘Colosal’ es un proyecto único en su tipo en el mundo, desde la perspectiva artística y el trabajo comunitario.

Y si bien es posible apreciar el gran mural desde cualquier punto de la ciudad, lo más representativo es el trabajo y la transformación que se vivió dentro de la comunidad, dijo Rosario Rangel, vecina de La Campana desde hace 54 años.

El beneficio urbano va más allá del plano estético o de la integración social. Genaro Alanís, secretario de Desarrollo Social de Nuevo León, asegura que este proyecto también detonará la inversión aledaña de negocios y obras públicas nuevas.

Por lo pronto, ya atrajo más compromiso por parte del Consejo Interinstitucional. El siguiente paso de las autoridades será la regularización de 3,000 predios, generar empleo local y servicios de salud. Un programa social que tomó vuelo con ‘El ave de los sueños’.



LA CLIMATIZACIÓN DE LOS ESPACIOS

PARA EDIFICIOS SANOS

Al hablar del aislamiento térmico en una edificación deben considerarse cinco propiedades en un material: conducción, convección, radiación, conductividad y conductancia térmicas.

Estas variables se evalúan en todos los materiales al realizar el diseño del sistema de aire acondicionado, calefacción y ventilación, así como las cargas térmicas previstas por zona (considerando a las personas, aparatos eléctricos y electrónicos, luminarias y otras cargas térmicas, de acuerdo con el tipo de inmueble).

En el caso de las azoteas se ha optado por hacer el aislamiento térmico de diferentes formas: con tezontle, recubrimientos químicos y las nuevas tendencias en los impermeabilizantes acrílicos, diseñados para permitir

la reducción de la temperatura interior gracias a un conjunto de microcélulas expandibles, que llegan a disminuir la temperatura de la superficie.

El objetivo es lograr un ahorro energético a través de dichas propiedades de aislamiento térmico, tanto en superficies verticales como horizontales de concreto. Se vuelve muy relevante la correcta aplicación inicial, ya que de ello depende el óptimo funcionamiento del material durante su vida útil.

Con respecto a la ventilación para lograr un ahorro de energía, las tendencias actuales contemplan aspectos como ventilación natural del inmueble (si el diseño lo permite) o bien implementar secuencias de operación que involucran sistemas de automatización para hacer los cambios adecuados del

Es posible ahorrar energía del clima artificial con aislantes térmicos e impermeabilizantes.

POR: *Elsa Edith Yáñez**

aire dentro del inmueble, a la vez que se decide entre las condiciones retorno o del aire exterior para garantizar la salud de los ocupantes.

Todo esto redundará en el mínimo uso de energía eléctrica para realizar dichas funciones del acondicionamiento artificial del aire. ☺

*ELSA EDITH
YÁÑEZ
INGENIERA EN
ELECTRÓNICA

Gerente de Belimo para América Latina y vicepresidenta del IMEI.

Comex®

División Profesional

Tu socio de negocio
te ofrece productos de alto desempeño:

Pro 1000® One Coat

Ahorra tiempo
y costo en mano de obra.
Cubre a una sola mano.

Cubre hasta un
99%

100%
90%
80%
70%
60%
50%
40%
30%
20%



www.comex.com.mx/divisionprofesional
divisionprofesional@ppg.com

f t p i y in

Atención al consumidor y asesoría técnica:
Ciudad de México y Área Metropolitana: 5864-0790 y 91
Interior de la República: 01800-712-6639





ESPACIO LABORAL, MÁS QUE ESTÉTICA

DAR COLOR ES ILUMINAR

Cada vez que visito un área de trabajo nueva, ya sea una oficina privada o espacios *coworking*, una de las primeras ideas que viene a mi cabeza es que se podrían aprovechar con luz y color.

Aunque no hay fórmulas, sí contamos con recomendaciones para que la luz y el color potencien las oficinas. Pero antes de elegir un color, debe ser probado en el lugar, bajo luz natural y artificial, para ver si es el adecuado. La ubicación de la construcción es protagonista al elegir los colores. Por eso analizamos las cuatro orientaciones.

Norte. Su iluminación es más fría y limitada. Por eso es mejor usar tonos claros y cálidos para compensar el efecto que produce la escasa iluminación natural. En lo posible, es mejor evitar tonos apagados como colores con base gris, verdosa o azulada, y seleccionar los que tienen una base amarilla y roja.

Sur. Estas oficinas reciben una buena cantidad de luz natural durante el día, en todas las estaciones. Es luz mucho más cálida y favorece cualquier color y área. Aunque la mayoría de tonos funcionaría, es válido atreverse a usar bases más frías (azulados y verdosos). Para diseñar espacios más atrevidos es posible incorporar tonos oscuros sin riesgo para el confort visual.

Poniente. Hay iluminación natural y directa durante todo el año, desde el amanecer hasta el mediodía, por lo que los tonos claros ayudan a no perder la luminosidad, incluso en los meses con menos luz solar. Aquí son válidos todos los colores fríos y cálidos que se pueden combinar con algún tono más oscuro para crear contrastes, sin temor a que se genere un ambiente sombrío en el diseño. Los colores claros seguirán destacando, aunque la luz cambie.

Tanto el mal uso del color como el exceso y escasez de luz ponen en riesgo el balance del confort.

POR: Bianca Gortáñez*

Occidente. En estos espacios, la luz natural transgrede desde el mediodía hasta la puesta del sol. Contrario al caso anterior, la luz es más cálida cuando atardece que en la mañana, así que es posible elegir tonos fríos para las paredes, y así contrarrestar el efecto naranja-rojizo que surge en esa iluminación.

Al considerar estos aspectos será viable crear una mejor atmósfera para un colectivo laboral.🌐

* BIANCA
GORTÁÑEZ
ARQUITECTA

Especialista en diseño de iluminación y maestra en Museografía, Espacio Efímero y en Iluminación

Comex®

División Profesional

Tu socio de negocio

te ofrece productos de alto desempeño.

Máxima durabilidad y resistencia impermeable

TOP® Poliuretano 15 años

Adherencia en lámina, cemento y cualquier sustrato.
Gran elasticidad que soporta movimientos estructurales.

Aplicación total en solo 6 horas.



www.comex.com.mx/divisionprofesional
divisionprofesional@ppg.com



Atención al consumidor
Ciudad de México y Área Metropolitana: 5864-0790 y 91
Interior de la República: 01800-712-6639



65 AÑOS

EL CAMINO AL LIDERAZGO

Con 2,600 personas que laboran en la cadena de producción y distribución, Comex atiende a más del 50% del mercado de pinturas vinílicas en México.

Por: Verónica Cervantes | Fotos: Cortesía, Jimena Zavala



Hoy, la empresa de color más reconocida en México continúa con su ascenso global como un caso sobresaliente de innovación y calidad de vida para su usuario.

COMEX, UNA HISTORIA A TODO COLOR

1953

Las primeras pinturas que se elaboraron en Comercial Mexicana de Pinturas (Comex) fueron Super Tone y Flat Comex, en el negocio de los hermanos Achar.



1957

El Ing. Javier Rincón (Q.E.P.D) y el Ing. Juan Franyuti (Q.E.P.D) crearon la pintura Vinimex y Comex abrió su primera planta en Azcapotzalco.

1959

A raíz del incendio en la planta de Azcapotzalco nace Pimex, la división de productos industriales y de madera.



1963

Comex inicia la red exclusiva de distribuidores de sus productos. (Foto: Comex)



Hace 65 años se inició un negocio familiar de pinturas que hoy se ha convertido en una empresa líder en esta industria y en recubrimientos profesionales para el sector de la construcción. Esto se ha logrado con el desempeño de un equipo humano calificado que desarrolla productos de gran calidad en sus centros de investigación, además de que la compañía cuenta con una eficiente cadena de producción y distribución que da servicio a 4,500 puntos de venta en México.

En 1953, Marcos Achar Lobatón y sus hermanos empezaron el negocio de creación de pinturas y, en 1957, solicitaron a José Luis Robledo que vendiera los productos de la firma en su ferretería localizada en Tulancingo, Hidalgo.

El éxito fue tal que las marcas extranjeras intentaron boicotear a la compañía, por lo que los hermanos Achar decidieron abrir tiendas donde se distribuyera exclusivamente la línea de Comex, en un esquema de concesionarios.

Este modelo de negocio, único en la industria, se fue replicando y ahora suma más de 650 concesionarios que operan más de 4,500 puntos de venta Comex. En 2014 PPG adquirió Comex por más de 2,300 millones de pesos. Se ha mantenido la misma estrategia de concesionarios, pero también se ha buscado mejorar el servicio y rapidez de la atención.

“Tenemos un modelo exitoso y estamos viendo cómo construir sobre esto y acelerar el ritmo de crecimiento. Tenemos un emprendedor apasionado por su negocio junto con un corporativo enfocado en eficiencias, economías de escala, integración vertical, investigación y desarrollo, y acercando el producto a través de nuestra red de distribución”, señaló Henrik Bergström, presidente de PPG Comex en México.

En este sentido, Michael McGarry, presidente de PPG, expresa: “Comex es una empresa con un modelo de negocio muy exitoso, con un equipo de *management* muy sólido y con una larga tradición de excelente servicio al cliente”.

En las tiendas se moviliza gran parte del volumen de producción de la compañía, por lo cual se han ejecutado programas de capacitación para hacer más eficiente la atención a clientes, ejemplo de ello es la certificación de 6,000 pintores que se realizó gracias a un acuerdo con la Secretaría del Trabajo.

Otra de las fortalezas es la capacitación del personal de mostrador en puntos de venta, para lo que se crearon las “Tiendas Escuela”. Como testimonio, Guadalupe Trejo, propietaria de seis tiendas Comex en Querétaro, cuya concesión inició su padre en 1965, destacó que con sólo un par de generaciones graduadas de la escuela, las ventas crecieron, el ambiente laboral mejoró y la rotación de empleados disminuyó.

EL LEGADO

Comex nació como un negocio familiar que, a su vez, logró que 650 familias fueran concesionarios. Esto se volvió fundamental, pues la sucesión en los comercios ha permitido la permanencia y el compromiso con la empresa, que en 2018 está cumpliendo 65 años en el mercado. Como parte de la historia de éxito, Marcos Achar animó a los concesionarios para tomar



Henrik Bergström,
presidente de PPG
Comex México.

cursos de *management* – como lo hizo él– para que aseguraran la continuidad de sus negocios. Esto ha permitido que los concesionarios tengan mayor oportunidad de crecimiento tras la adquisición de PPG.

INNOVACIÓN EL VALOR FUNDAMENTAL

Luego de más de seis décadas, los tres ejes que PPG Comex seguirá para mantener una expansión con 250 tiendas nuevas cada año son: mejorar continuamente la atención al cliente, hacer más eficiente la cadena de distribución para los concesionarios e invertir en innovación y desarrollo. Este último rubro es de gran importancia para la compañía pues destina alrededor del 3% de sus ingresos anuales a investigación y desarrollo. A la par, en México hay cuatro centros enfocados para este fin.

“PPG es una empresa con gran tecnología para los sectores industrial, automotriz y aeronáutico, aunque en el Centro de Investigación en Polímeros (CIP) es donde México está creando la tecnología a nivel mundial. Las empresas se han complementado”, afirmó Alejandro Morones, director de Investigación y Desarrollo de PPG Comex.

En 2018, Comex cumple 65 años “embelleciendo y protegiendo a México” y se ha posicionado como la principal productora y vendedora de recubrimientos arquitectónicos en el país, al atender a más de la mitad del mercado. *(Con información de Expansión).*

← **1968** ● El Hotel Camino Real, diseñado por el Arq. Ricardo Legorreta se pinta con los colores de Comex. El inmueble se construyó para los viajeros que llegaron por los Juegos Olímpicos



← **1968** ● Es inaugurada la planta de Tepexpan

← **1970** ● Crean nuevos productos como Real Flex, Comsa, y los que son automotrices: Autolac y Suplax.



← **1985** ● El 19 de septiembre, un temblor provocó múltiples derrumbes en el entonces Distrito Federal, además de afectaciones en Michoacán, Jalisco y Guerrero, entre otros estados. Se calcula que murieron 10,000 personas aunque la cifra no es exacta.

← **1988** ● Alfredo Achar toma la dirección de Comex. Con él, inicia la expansión geográfica de la compañía hacia Centroamérica.

← **1992** ● Inauguran el Centro de Investigación en Polímeros (CIP).



1994 → Comex inicia su expansión hacia Guatemala, Belice, Nicaragua, Honduras, Panamá y El Salvador.

1994 → Canadá, Estados Unidos y México firman el Tratado de Libre Comercio.



2001 → Comex participa en la realización de los Arcos del Milenio, en Guadalajara.

2003 → Relanzamiento de la marca y unificación de imagen con servicio en más de 3,200 tiendas.



2004 → Comex incursiona en Estados Unidos con la compra de Professional Paint.



Salvador Padilla,
director de Cadena
de Suministro de
PPG Comex.

UN MODELO ESTRATÉGICO DE PRODUCCIÓN Y DISTRIBUCIÓN

Con un esquema implementado en 2004, Comex logró un proceso más eficiente y rentable en el que se maximizó el uso de materiales hasta obtener 99% de rendimiento.

En los últimos años, uno de los aspectos que ha distinguido a Comex es su eficiente modelo de producción y distribución. Esto se ha logrado con la propuesta de Salvador Padilla, director de Cadena de Suministro de PPG Comex, para la creación de un sistema basado en la teoría de colas en red.

Este modelo estratégico enlaza las plantas de producción con los Centros de Distribución (CEDIS). Específicamente, las plantas de Tepexpan, AGA y FPU son las que entregan producto a los CEDIS; el que está ubicado en Tultitlán es el principal, y desde ahí se distribuye mercancía a concesionarios y a otros Centros de Distribución, como los que se localizan en Cuautitlán, Guadalajara, Monterrey, Minatitlán, Hermosillo, Tijuana y en la Ciudad de México.

Al día, a nivel nacional, la producción es de 800,000 a un millón de litros de pintura, pero la compañía tiene capacidad para crear hasta dos millones. La temporada más fuerte es de octubre a diciembre y representa 34% de la producción anual, ya que en un mes entregan de 36 a 38 millones de litros.

Al respecto, Salvador Padilla afirmó que se siente orgulloso por haber mejorado todo el esquema operativo, luego de que no había una estructura. A futuro, el reto más grande será poder entregar a los clientes cualquier pedido en menos de 24 horas pero produciendo en ocho horas, en el caso de las pinturas vinílicas, rubro en el que Comex tiene poco más de la mitad del mercado, con una tasa de crecimiento compuesta de dos dígitos, en los últimos 10 años.

TECNOLOGÍA DE VANGUARDIA DESARROLLADA EN MÉXICO

PPG Comex es la empresa en el sector de pinturas que más invierte en tecnología. Cuenta con un equipo de 150 especialistas en diversos sectores.

Comex mantiene su compromiso de invertir, cada año, mayor presupuesto en tecnología e innovación, por lo que el gasto en investigación y desarrollo de la compañía es más alto que el de la media en la industria: 3% de las ventas brutas anuales.

“De esta área han surgido productos como Vinimex y Vinimex TOTAL, así como impermeabilizantes de secado rápido (TOP), elastoméricos y Esmalte 100”, afirmó Alejandro Morones Dobarganes, director de Investigación y Desarrollo de PPG Comex para México y Latinoamérica.

Entre otras soluciones innovadoras que integran el portafolio de la compañía, a 65 años de su fundación, están los esmaltes al agua, recubrimientos retardantes de fuego y la presentación de una pintura antibacterial. Además del sector arquitectónico, la empresa cuenta con productos para plataformas marinas y barcos y para la infraestructura eléctrica, por ejemplo: la Comisión Federal de Electricidad.

Para realizar su tarea de innovación permanente, la firma posee los siguientes centros de investigación con instalaciones de calidad, que son un referente para la industria del sector y también para los otros rubros productivos que atiende: el Centro de Investigación en Polímeros (CIP), el Laboratorio de Evaluación Visual de Color (LEV) y el Centro de Innovación Tecnológica Industrial (CITI).



Alejandro Morones Dobarganes, Investigación y Desarrollo.

Se desarrolla ColorLife, el sistema de color que reúne más de mil posibilidades para las líneas de producto

2006



Se crea Plaka Comex, un producto que marca una nueva etapa en la empresa.

2007

El despacho Sordo Madaleno da color al CRIT de Quintana Roo con Comex, aunque antes ya se había empleado en otros centros para el mismo objetivo. (Foto: GSM)

2007



Crisis a causa de hipotecas impagables provoca cierres de empresas y una situación financiera delicada en Estados Unidos y en otros países.

2008

Inicia ColorLife Trends de Comex, un programa que presenta las tendencias de cromáticas con propuestas de diseñadores, interioristas, arquitectos y creativos.

2008

GALERÍA: COMEX EN EL TIEMPO

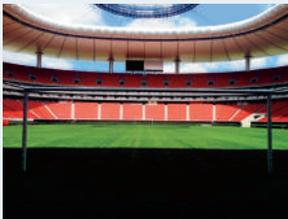
2010

→ El Museo Memoria y Tolerancia, proyectado por Arditti + RDT Architects, se crea con productos de Comex. (Foto: Arditti + RDT Architects, Paul Czitrom)



2010

→ En el Estadio Omnilife (hoy Akron) participa Comex. (Foto: Cecilia Gutiérrez)



2014

→ Inauguran el Centro de Innovación Tecnológica Industrial (CITI) de Comex.

2014

→ PPG Industries adquiere Comex por 2,300 millones de dólares.

2015

→ Vinimex dio una nueva cara al Estadio Azteca.



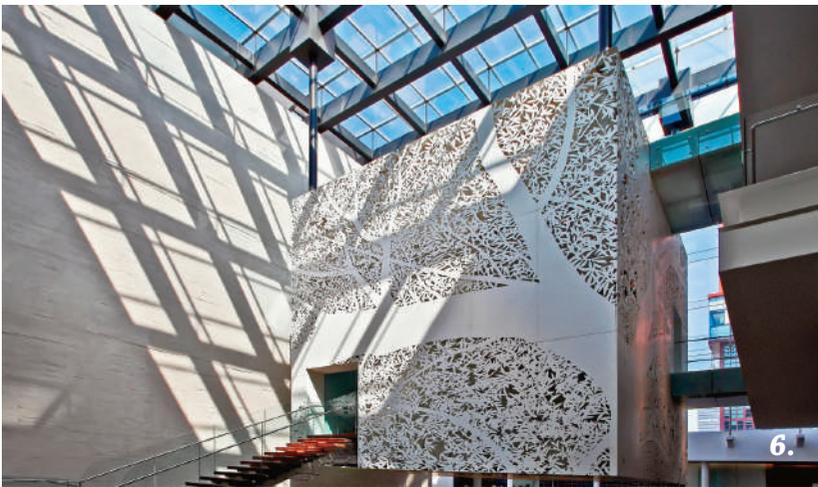
1.



2.



3.



1. Entre los primeros productos de Comex, creados en la década de 1950.
2. Muestrarios y paletas Comex, características de la década de los setenta.
3. Expendio de la casa, en Tlaxcala (1971).
4. El Hotel Camino Real, icónico de CDMX (1968) del arquitecto Ricardo Legorreta. El diseño de la celosía es de Mathias Goeritz. (Foto: Allen Vallejo, Hoteles Camino Real.)
5. Centro de Rehabilitación Infantil (CRIT, Teletón), del despacho Sordo Madaleno, en Quintana Roo (2007).
6. Espacio interior en el Museo de la Tolerancia (CDMX). Arditti + RDT Architects.

Nombran a Marcos Achar CEO de PPG-Comex y vicepresidente de Recubrimientos Arquitectónicos México.

2015



Inauguran la Torre BBVA Bancomer, del despacho Legorreta, en Paseo Reforma. En este edificio se utilizaron productos Comex. (Foto: Lourdes Legorreta)

2016



La empresa sumó a su portafolio soluciones de pintura industrial, como el segmento automotriz y el energético.

2017

Comex celebra 65 años en el mercado con más de 650 concesionarios y más de 4,500 tiendas a lo largo del país.

2018



ANTIBACTERIAL: EL VALOR AGREGADO

El concepto cobró un nuevo nivel con la pintura de Comex que elimina el 99.99% de las bacterias patógenas.

POR Irayda Rodríguez

El Banco Mundial fue determinante en esta proyección: en 2050, las infecciones resistentes a los medicamentos podrían afectar a la economía mundial, de una manera similar a la crisis financiera ocurrida en 2008.

De acuerdo con el informe presentado a finales de 2016, la resistencia a los antibióticos en el escenario futuro implicaría una reducción del 1.1% al 3.8% del Producto Interno Bruto (PIB) en naciones en desarrollo, un impedimento para abatir la pobreza extrema.

Aunado a esto, como se detalla en el documento “*Drug Resistant Infections: A Threat to Our Economic Future*”, el impacto de esta proyección en los costos para salud, en 2050, variaría entre 300,000 millones de dólares y un billón por cada año.

Sin duda, el informe del Banco Mundial es una alerta ante la creciente amenaza a la salud pública y seguridad alimentaria que constituye el uso inadecuado y excesivo de los antibióticos, con lo que el tratamiento de la

neumonía, salmonelosis y otras enfermedades de transmisión por alimentos y aerosoles.

Por esto, todas las acciones de prevención son pertinentes para reducir la incidencia de padecimientos gastrointestinales e infecciones respiratorias, aunado a la higiene de las manos y el entorno.

Siendo un aliado en lugares concurridos, como hospitales, consultorios, escuelas y gimnasios, las pinturas antibacteriales para interiores ayudan a inhibir el crecimiento de gérmenes patógenos como *Escherichia coli*, *Salmonella typhi*, *Pseudomonas aeruginosa* y *Staphylococcus aureus*.

Para atender estas necesidades, Comex integró a su portafolio una pintura con un componente en su fórmula que inhibe la adherencia de los microorganismos al contacto con las superficies. Como resultado, elimina el 99.99% de las bacterias patógenas al aplicarse como recubrimiento en muros, plafones y paneles, además de que evita la formación de hongos y algas en las superficies donde se aplica.

“La salud es un tema público y, por lo tanto, de alta importancia para nosotros. Nos interesa que todos los hospitales públicos y privados puedan emplear este producto en sus instalaciones, así como en guarderías y lugares comunitarios, donde existe un

Imagen cortesía de Khaled, artista libanés que hizo estos acercamientos visuales en una campaña de creatividad para aproximarse a la ciencia. En la foto: acercamiento a bacterias.
www.behance.net/KCGraphicD4a59

Nueva

Pintura Antibacterial



La única pintura que inhibe la formación de las **4 bacterias patógenas más comunes** causantes de enfermedades como: diarrea, tifoidea, salmonelosis, neumonía, entre otras.



Para uso en hospitales (salas de espera, pasillos, consultorios y comedores), escuelas, guarderías, gimnasios, laboratorios y restaurantes.*



Cuenta con un estudio realizado por el **IPN** que avala su actividad antibacteriana y cumple con el método **JIS**.

Elimina el
99.99%
de las bacterias
patógenas



comex.com.mx



Mayor información y asesoría en:
Línea Comex 01 800 712 66 39
divisionprofesional@ppg.com





mayor riesgo de contagio por las condiciones naturales de estos espacios”, aseguró, en entrevista, Samuel Esquivel, *groupier* de la línea de Vinílicas y Wall Deco de Comex.

Por ello, agregó, la finalidad de esta pintura va de la estética hasta la parte funcional, considerando que la innovación es uno de los principales valores para la compañía. El objetivo es ofrecer atributos adicionales para que los consumidores reciban mayores beneficios por lo que están adquiriendo.

“La cualidad antibacterial es un valor agregado para brindar una experiencia diferenciada. Tratamos de llevar a Comex a ser un referente en innovación y desarrollo, transfiriéndoselo a los consumidores de manera práctica para que mejoren su calidad de vida”, explicó Esquivel.

La actividad antimicrobial de este producto está sustentada por un estudio realizado por el laboratorio de Investigación y Asistencia Técnica (LIAT) del Instituto Politécnico Nacional (IPN), aplicando el método JIS Z 2801:2010 *Antibacterial products-Test for antibacterial activity and efficacy*, Número de informe LIAT-848-17. Mediante este estándar se evalúa su efectividad en una variedad de superficies como plásticos, metales y cerámica.

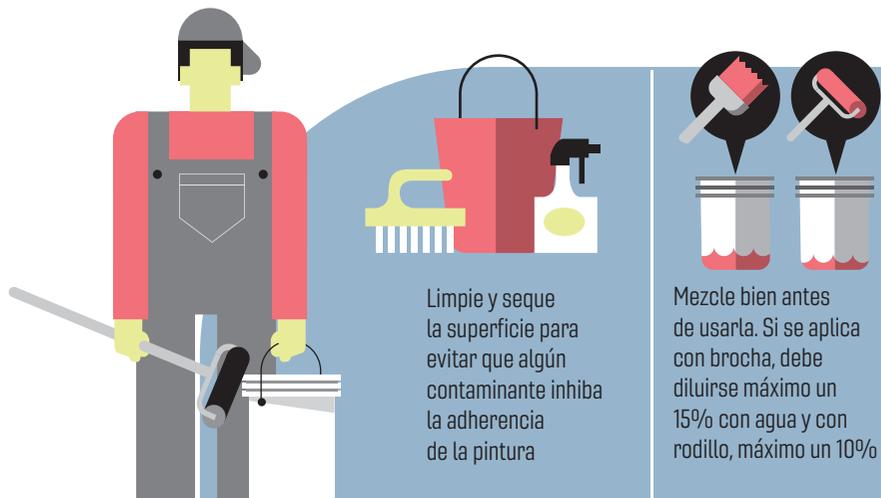
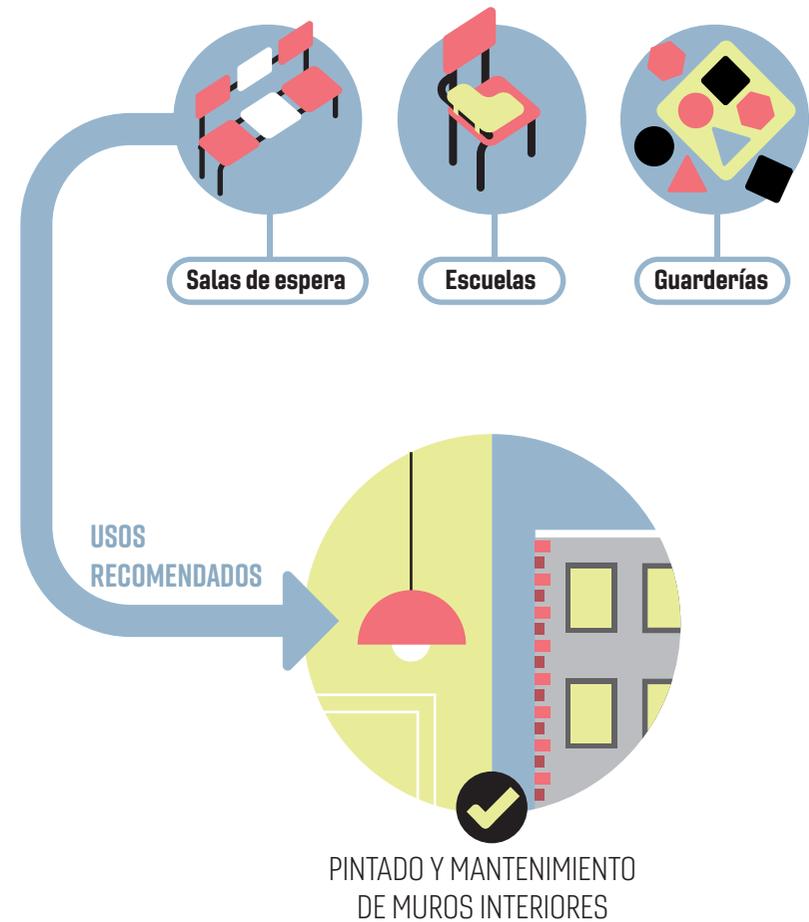
Con estas propiedades, además, se reducen los gastos de mantenimiento en las instalaciones en las que se utiliza, pues tiene mejor respuesta frente a la limpieza y tiene, además, un rendimiento teórico de 8m² por litro.

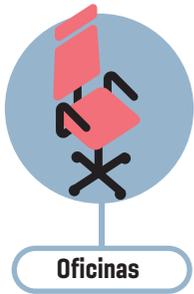
“La pintura es lavable y resiste la limpieza con cloro sin perder sus propiedades antimicrobiales, eliminando el mayor número de gérmenes, entre ellos los cuatro más comunes y causantes de enfermedades”, concluyó Samuel Esquivel.

Aunque el proceso es complejo, y requiere intervenciones polifacéticas, el cambio de hábitos, las políticas de salud y el avance en investigación y desarrollo serán las mejores maneras de prevenir las enfermedades provocadas por bacterias patógenas.

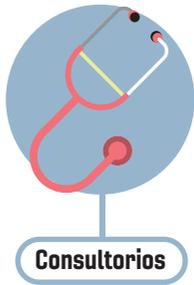
LÍNEA PROFESIONAL

Pintura vinílica antibacterial

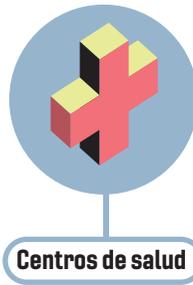




Oficinas



Consultorios



Centros de salud



IDEAL EN

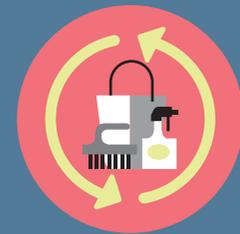
**ELIMINA EL 99.99%
DE LAS BACTERIAS PATÓGENAS**



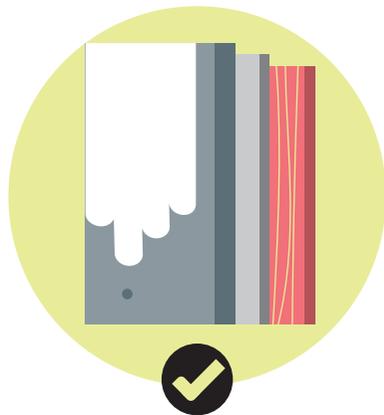
Reduce el riesgo de contagio de enfermedades respiratorias y gastrointestinales.



FÓRMULA INHIBIDORA
Eficaz contra el *E.Coli*, *Salmonella Typhi*, *Pseudomonas aeruginosa* y *Staphylococcus aureus*.



Es durable y resistente a ciclos de lavado, sin perder sus propiedades.



PARA PLAFONES DE CONCRETO, YESO, CEMENTO Y MADERA



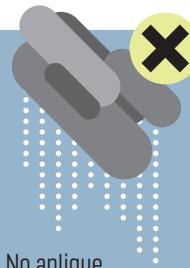
ESPACIOS LIBRES DE MICROORGANISMOS



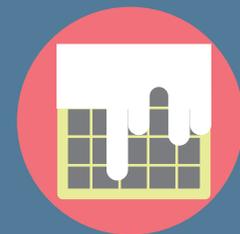
Para un acabado uniforme, deje secar la pintura mínimo 60 minutos, entre una capa y otra (lleva dos manos). El curado total es de siete días



Almacene en envases cerrados entre 5 y 35°C bajo techo



No aplique la pintura si se sospecha de lluvia, hay probabilidad de rocío o condensación



Disponible en color blanco y acabado mate, con rendimiento teórico de 8m² por litro.



PERFIL CONTEMPORÁNEO



CÉNTRICO Y MÍNIMO

LOS DEPAS DE BOUÉ

Esta firma de arquitectura descubrió la fórmula del éxito en los espacios menores a 40 metros cuadrados, a tal grado que ahora se enfoca primordialmente en el rescate y reciclaje de inmuebles urbanos con la mejor ubicación.

POR: Wendy Solís | FOTOS: Jimena Zavala

Hasta hace algunos años, pensar en pequeños espacios residenciales parecía un tema de falta de presupuesto y de conceptos de vivienda poco atractivos. Hoy, tener múltiples opciones de movilidad, servicios cercanos y la opción de vivir en el primer cuadro de ciudades como la de México son parte de los atractivos de departamentos que no miden más de 40 metros cuadrados.

Gerardo Boué, director del despacho, nos cuenta en una amena charla de qué se trata este concepto residencial, durante una entrevista con **SP**, realizada en el *roof garden* del proyecto SI31, ubicado en la calle San Ildefonso del Centro Histórico de la CDMX.

El principal valor de esta propuesta, comenta, es que está ideada para personas que viven solas, un segmento de mercado que, asegura, cada día crece más y tiene peculiares necesidades de espacio y seguridad.



¿A partir de qué observación de mercado surgió su propuesta?

GB: Queremos desarrollar vivienda para personas que viven solas. Cada día más gente vive sola: solteros, divorciados, viudos, parejas sin hijos, recién casados. Lo logramos a través de la revitalización de edificios en el Centro Histórico de la Ciudad de México, zona que —por sus características y el perfil de sus residentes— permite y demanda este tipo de vivienda, pequeña y sin estacionamientos, gracias a la diversidad de transporte público que hay a la mano. Además, nuestros edificios son de elementos mixtos; por ejemplo, en el proyecto Callejón 57 tenemos un café, una nevería, una tienda de juguetes de colección y una barbería, negocios que van *ad hoc* con los residentes. En el Barrio Chino acabamos de hacer un edificio en el que planeamos incorporar un circuito de arte.

¿Cuáles son las características del concepto?

GB: Se trata de edificios de departamentos pequeños, que pueden medir 30, 40 y hasta 50 metros cuadrados. Tienen materiales de alto nivel y las mejores tecnologías. Hacemos remodelaciones completas, profundas. Básicamente utilizamos la estructura del edificio y, en su caso, la reforzamos cuando se necesita; todo lo demás es nuevo. Las instalaciones, en su mayoría antiguas, las renovamos y eficientamos en materia de utilización de agua, energía eléctrica, cuestiones climáticas y acústicas. Por ejemplo, en la mayoría de los edificios utilizamos ventanas de vidrio doble, pues el Centro Histórico suele ser ruidoso, entonces eso nos ayuda al confort del interior de los departamentos. Son espacios eficientes, con una pequeña cocineta y un baño completo. Usamos acabados de primera calidad, en la mayoría mármol, madera en los pisos, pinturas de primera calidad de **Comex**.

¿Qué amenidades manejan para eficientar los espacios?

GB: Ofrecemos un espacio importante en la azotea, con un jardín, un asador y un saloncito de eventos con baño. Entonces, si tienes un departamento de 40 metros cuadrados y tienes ganas de salir al jardín, pues tienes uno que, además, han generado pequeños ecosistemas.

¿En qué otras zonas están trabajando este formato?

GB: Por el momento, el foco principal es en la CDMX, pero evaluamos replicarlo en otros centros históricos catalogados por la UNESCO, que tengan una actividad económica fuerte y una situación similar, en cuanto a que sea una zona central, con actividad social importante. Por ejemplo, acabamos de terminar un edificio en Puebla.

¿Mantienen las arquitecturas clásicas?

GB: Claro. Por ejemplo, este proyecto (SI31) conservó la fachada. Hay otros edificios en los que hemos propuesto frentes más contemporáneos, adaptados al entorno. La plusvalía se logra en estos proyectos por una suma de factores:



Boué: “En la adaptación es muy importante cuidar las escalas y que el edificio conviva con el entorno”.

ubicación, la renovación del Centro Histórico y la belleza de las propuestas arquitectónicas, asegura Boué. Gracias a esas características, el primer edificio que reinventó Boué, hace cuatro años, aumentó 80% su plusvalía. En ese proceso creativo, el arquitecto asegura que emplean una amplia gama de productos **Comex**: protección para la herrería, pintura especial para los metales y las pinturas vinílicas para todos los recubrimientos exteriores (en blancos y grises la mayoría), asegura. Las azoteas y las cimentaciones de los edificios también usan impermeabilizantes de esa marca.

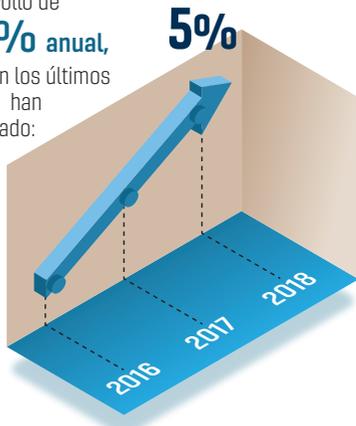
“No escatimamos en el cariño que le ponemos a nuestros proyectos, porque —más que un negocio— es un proceso creativo que nos lleva a desarrollar lo que durará muchos años, servirá a sus habitantes y se integrará a la sociedad. Todo enfocado en el buen funcionamiento”, concluye. 🌱

En México CRECE LA OFERTA hotelera

El negocio del hospedaje se beneficia del auge del sector turístico

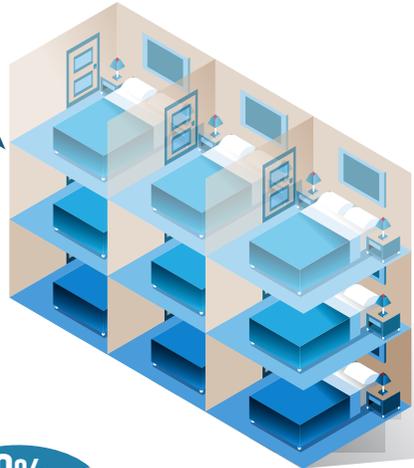


La industria ha tenido un desarrollo de **3.4% anual**, pero en los últimos 3 años han alcanzado:



La infraestructura hotelera está creciendo en alrededor de **20,000 cuartos adicionales por año**

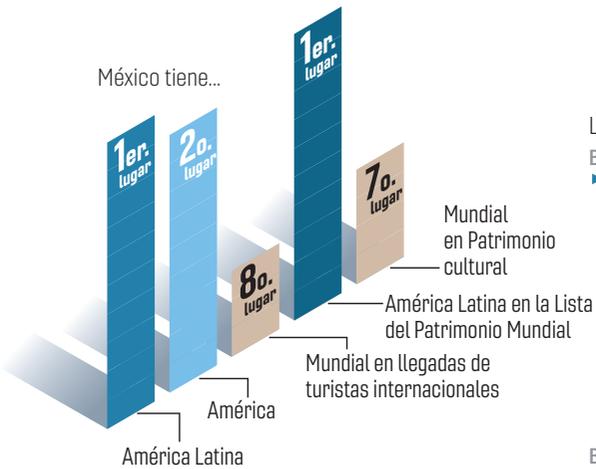
Cada año, se construyen **más de 15,000 habitaciones de hotel en el país**



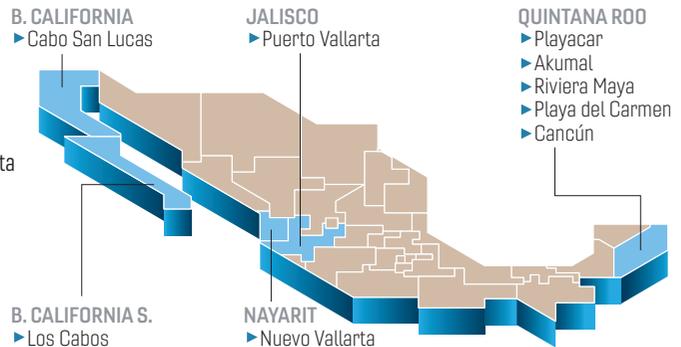
Además, los niveles de ocupación anual se han mantenido en:



México tiene...



Los centros turísticos con mayor índice de ocupación hotelera están en*:



Fuentes: Real Estate, impulsado por el sector hotelero, análisis de PwC, Mayo, 2018. Asociación Mexicana de Hoteles y Moteles (AMHM). Secretaría de Turismo (Sectur). Consejo de Promoción Turística de México (CTPM). Organización Mundial de Turismo (OMT, 2016). Unesco, 2018. *Reporte de monitoreo hotelero enero-mayo, 2018 (Sectur).

GRANDEZA ALL INCLUSIVE

El debido mantenimiento de las edificaciones evita reparaciones y prolonga su vida, pero requiere de un esmerado trabajo en equipo, como el que Comex y Azul Ixtapa llevan a cabo.

POR: *Andrés G. Katznelson* FOTOS: *Ilán Rabchinsky*



Vista panorámica
del complejo turístico
Azul Ixtapa All Inclusive
Beach Resort y centro
de convenciones, en
Ixtapa, Zihuatanejo.



Los espacios y texturas forman parte de la riqueza visual de este complejo turístico. Los recubrimientos de Comex cumplen con aspectos funcionales de protección, restauración y color, así como dar acabados estéticos que se suman a la propuesta de belleza exterior que se aprecia en cada rincón de Azul Ixtapa.

Para el descanso, todas sus habitaciones brindan una generosa vista al mar; desde cada una de sus terrazas se puede disfrutar de la puesta del sol. En esos espacios, Vinimex construye ambientes a color, y al mismo tiempo protege los muros del desgaste producido por el silice en el viento.

Ixtapa, GRO.- La familia se acomoda frente a la lente. En un clic quedó grabada la mejor foto de sus vacaciones, las que recordarán a lo largo de muchos años por venir: risas junto a la alberca, el sol y el viento con el ruido del mar, al fondo el despliegue del Hotel Azul Ixtapa.

Es un grupo de los miles que visitan, cada año, este complejo turístico guerrerense que apenas en la primavera de 2018 se ubicó entre los 10 mejores hoteles para viajeros premium, de acuerdo con una encuesta del buscador Despegar.com.

En los espacios donde todo es descanso y diversión es difícil imaginar que hay ejércitos completos trabajando para que cada detalle implique relajación y disfrute para sus visitantes. Solamente los equipos de trabajo que sostienen esas megaestructuras conocen las claves para lograrlo. Y en el caso de Azul Ixtapa, esas acciones van de la mano con productos Comex.

EN EL MAR TODO ES FELICIDAD...

Quienes viven en poblaciones cercanas al mar lo saben mejor que nadie: la brisa trae el olor de la sal y también un enorme poder corrosivo. Si todos los exteriores no se resguardan pronto, los edificios, mobiliario y todo tipo de instalación comienza a oxidarse.

Además, Azul Ixtapa y Azul Ixtapa Grand también deben prevenir el desgaste que deriva del alto tránsito humano en todas sus instalaciones. Por eso, la calidad de los recubrimientos a utilizar es esencial, no sólo como *display*, sino para prolongar la vida útil de la obra completa.

Este complejo turístico se compromete con el color, la vitalidad y la atención al detalle, elementos requeridos para albergar a sus huéspedes, así como a las 1,200 personas que conforman sus cuadrillas de empleados, que dan vida y uso cada temporada a sus impecables y variados espacios.

Otro de los más importantes retos de la empresa está en la conservación del medioambiente. Comex está presente en cada uno de los espacios

de Azul Ixtapa y Azul Ixtapa Grand, para cumplir con los retos específicos que cada uno representa: cuatro torres, 735 habitaciones, 14 albercas y jacuzzis, 12 restaurantes, un centro de convenciones, bares acuáticos, muelle y áreas de espacamiento.

Ubicado en Playa Quieta, en el área del Pacífico Dorado, uno de los primeros destinos turísticos de la Costa Oeste de México, rodeado por verdes cerros y con la extensión total de su fachada haciendo frente al mar, Azul Ixtapa se compone de tres etapas: una destinada a tiempos compartidos y oficinas, otra dedicada al *all inclusive* familiar, y Azul Ixtapa Grand, también *all inclusive*, pero de parejas. Juntas, estas áreas suman 161,717 metros cuadrados, que requieren de trabajo conjunto entre el profesional equipo del hotel y los asesores Comex. Sus instalaciones albergan el centro de convenciones más grande de ese destino, con capacidad de 2,400 asistentes, por lo que la prevención del desgaste y su alta funcionalidad

lo hacen uno de los mejores espacios para congresos en el país.

REQUERIMIENTOS INDUSTRIALES

La industria del cemento representa 7% de las emisiones de carbono en el mundo, y el transporte requerido para las reparaciones también contribuye en gran medida a la contaminación. De ahí que resulta importante conservar en óptimas condiciones las construcciones, pues de esta forma se eficiente al máximo una actividad que debe moderarse para evitar el daño ambiental.

Sólo el mantenimiento periódico y la atención constante pueden asegurar la vida útil de las estructuras metálicas y de madera; por eso, Comex brinda atención en la detección, prevención y mantenimiento periódicos.

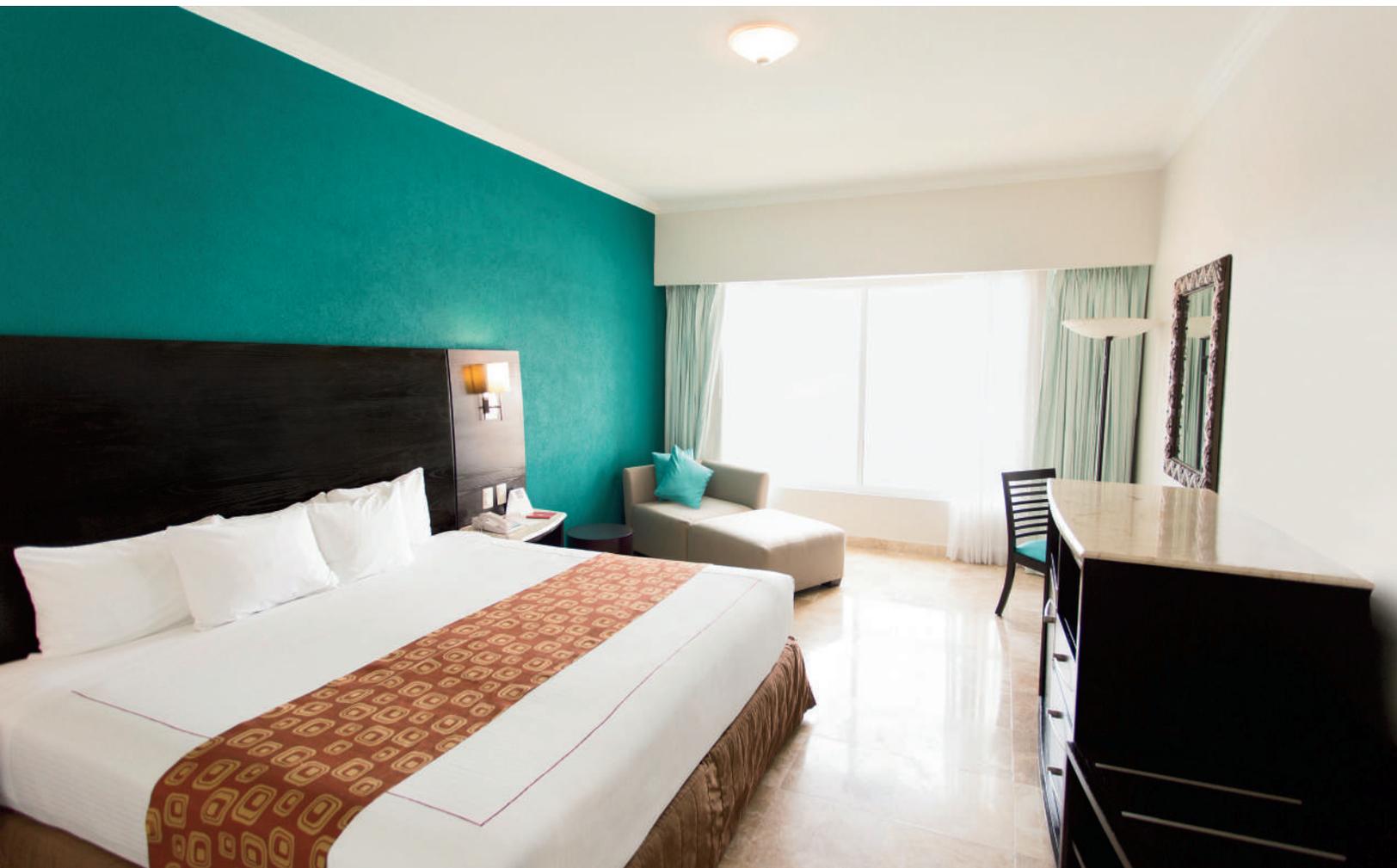
La sección Centro y Sur de México del American Concrete Institute (ACI) define que los peores enemigos del concreto se pueden clasificar por su origen: físicos, químicos y biológicos. Cada uno de estos elementos

LOS FAVORITOS

- ▶ AEROCOMEX
- ▶ ESMALTES ACRÍLICOS
- ▶ IMPERMEABILIZANTE TOP TOTAL
- ▶ PRO-1000
- ▶ REAL FLEX
- ▶ SELLADOR REFORZADO
- ▶ SOLVENTES
- ▶ VINIMEX

representa un ataque constante a fachadas y estructuras. Únicamente la atención al detalle, el mantenimiento periódico y oportuno, y los recubrimientos correctos pueden brindar la protección necesaria.

Los factores físicos se refieren a temperaturas; los químicos suponen ataques de sulfatos, ácidos, agua de mar y cloruros; los biológicos pueden ser microorganismos, algas y





A través de un intenso tratamiento basado en aceite de linaza, Comex mantiene el muelle, que aloja al restaurante Oyster Bar, cuyo andador conecta a Azul Ixtapa con Azul Ixtapa Grand.

EL AMBIENTE MARINO ES UNO DE LOS MÁS HOSTILES PARA TODA ESTRUCTURA: UNA SOLA FILTRACIÓN PUEDE COMENZAR UNA REACCIÓN EN CADENA.

moluscos. Todos inducen la corrosión electroquímica del acero y a la degradación de materiales; sin el mantenimiento correcto estos elementos podrían permear la estructura hasta debilitarla y dejarla inservible.

PROTEGER Y DISEÑAR, SIMULTÁNEAMENTE

Prever el daño ambiental, dar mantenimiento idóneo y crear el mejor diseño de interiores es factible con los portafolios de Comex.

En el caso de Azul Ixtapa, su colorido y combinaciones son producto de **PRO-1000**, que sostiene el *display* vivo y brillante, a pesar de la constante exposición al sol, la sal del mar, y también del tránsito de sus más de 2,500 huéspedes diarios, por temporada. El otro componente del exitoso mantenimiento es la atención comprometida del equipo del hotel.

Para comer sin alejarse de la alberca ni el mar está el restaurante

Colores y su amplio bufet; esto lo hace el favorito de familias con menores de edad. El tejado azul y brillante aísla sus techos, manteniendo frescos sus espacios, a través de las pinturas de esmalte acrílico, combinación que remite al Mediterráneo.

Brillantes y esmaltadas mesas de ping-pong, áreas temáticas de juegos para los niños más pequeños, un minigolfito, gimnasios y bares, que hacen el centro del hotel, todos son espacios que requieren del mantenimiento que Comex y sus asesores brindan periódicamente: cada área, según sus materiales y uso, requiere de distintos procesos y materiales.

Imper TOP (impermeabilizante) cubre las azoteas del complejo, previniendo goteras que podrían detonar el desgaste de la estructura.

Además, este complejo turístico cuenta con una planta de tratamiento de aguas negras y una subestación

eléctrica, que para su aislamiento requieren de **Cushion Imper TOP**, el mismo producto con el que se mantienen los acolchonados y colores de las canchas de tenis, así como las áreas de juegos de los más pequeños.

Todo está diseñado para que, como huésped, la estancia en este complejo turístico sea relajada y placentera. Para lograrlo, detrás de cada detalle —que los visitantes damos por sentado— hay tratamientos específicos tanto en su diseño original como en su mantenimiento. Aquí el trabajo de todo el equipo de Azul Ixtapa es un elemento clave.

A las macetas y escaleras, por ejemplo, se les da cuidado con pinturas **Vinimex** mate, mientras que las cocinas y el cuarto de calderas requieren selladores reforzados, también de Comex, y de la minuciosa atención que los colaboradores y asesores ponen a cada rincón. 🌊

**EL CONJUNTO AZUL IXTAPA
Y AZUL IXTAPA GRAND SUMAN:**

2,500

HUÉSPEDES
POR DÍA, POR TEMPORADA

4

TORRES

700+

HABITACIONES

14

ALBERCAS Y JACUZZIS

12

RESTAURANTES

1

CENTRO DE CONVENCIONES

1

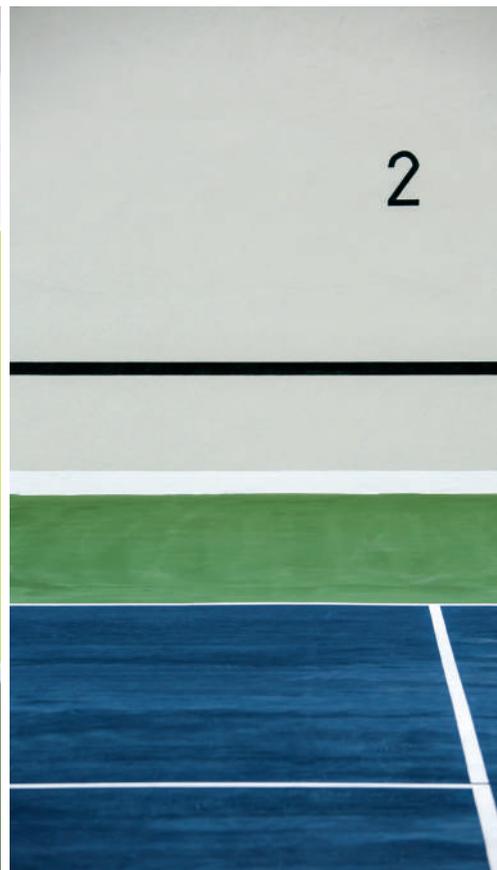
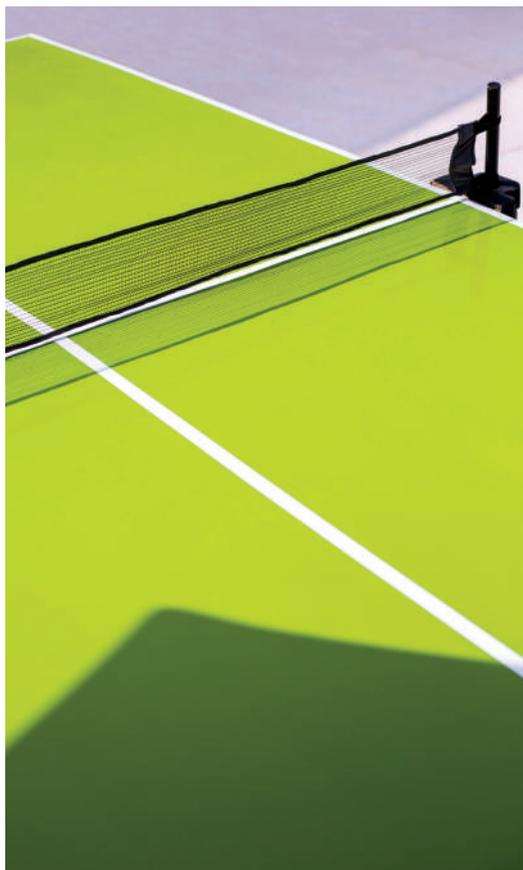
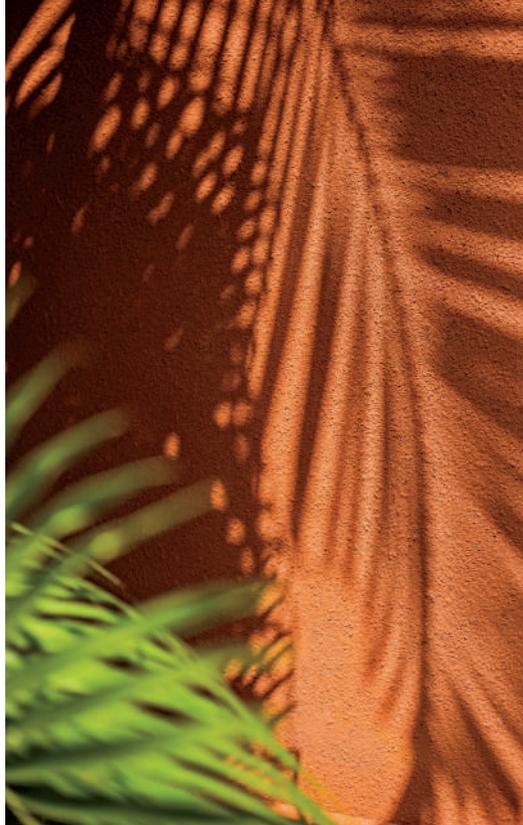
DISCOTECA

1

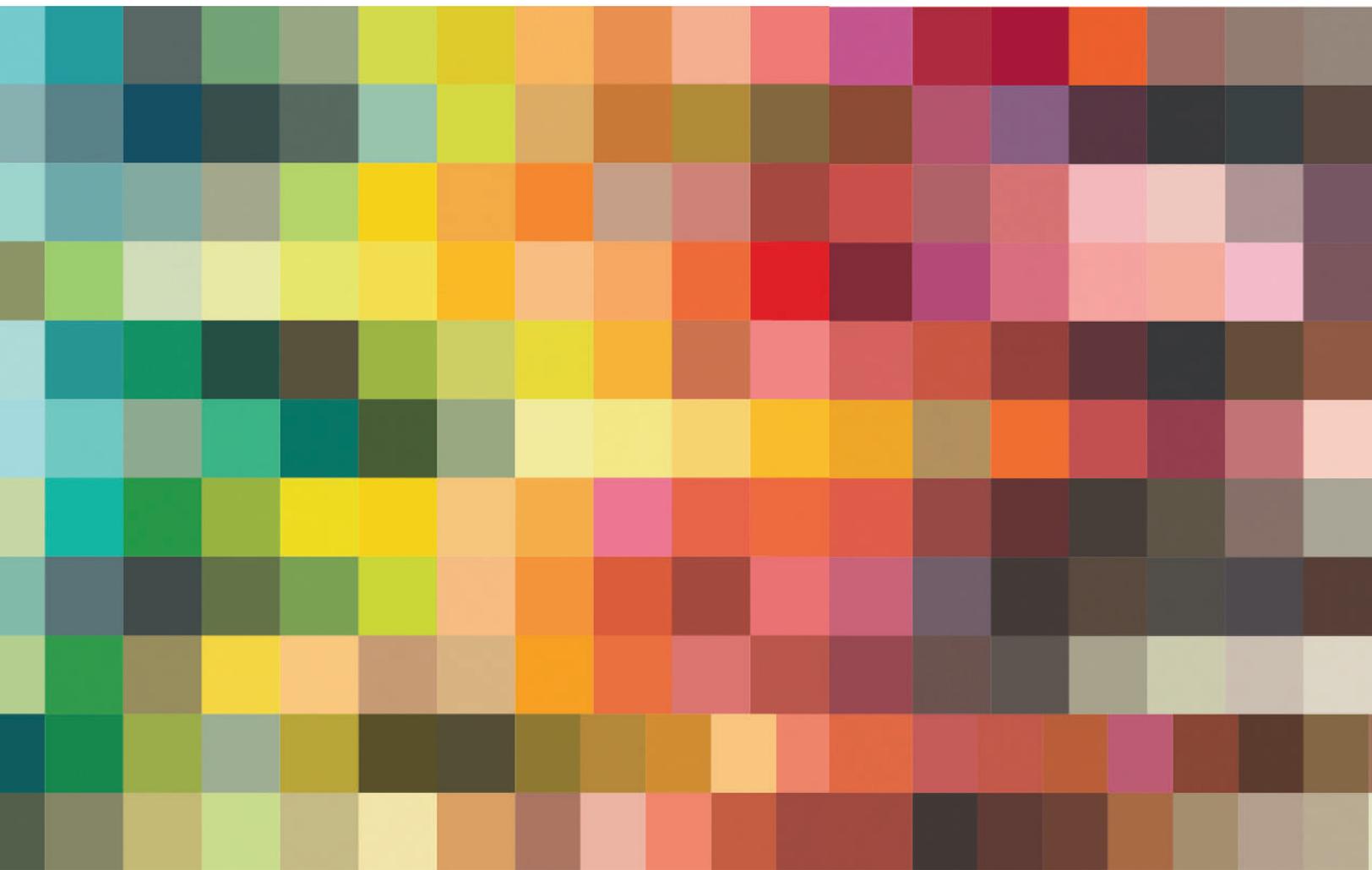
TEATRO AL AIRE LIBRE

8

BARES

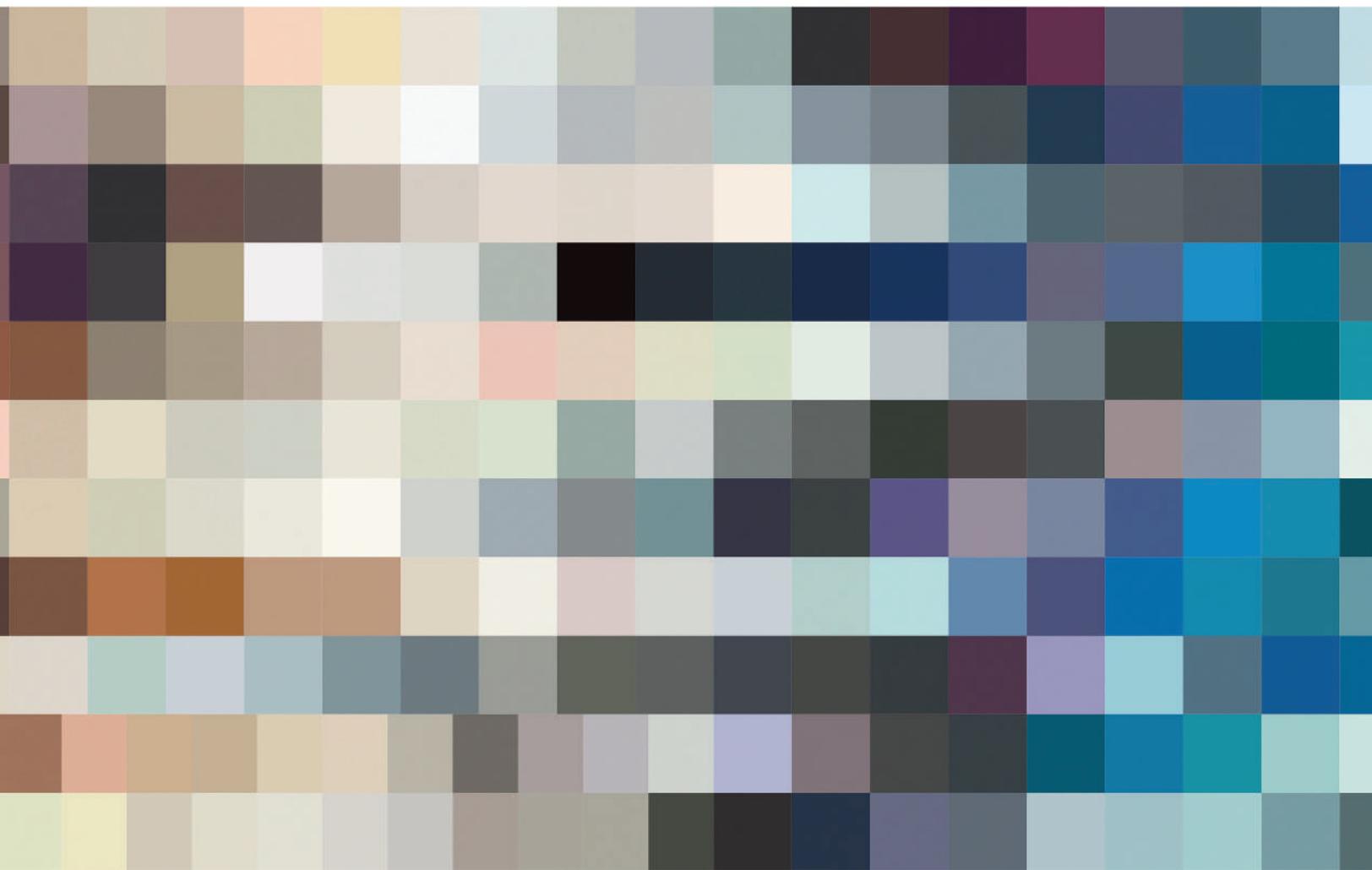


Los espacios y texturas forman parte de la riqueza visual de este complejo turístico. Los recubrimientos de Comex cumplen con aspectos funcionales de protección, restauración y color.



10 AÑOS *de color*

ColorLife Trends celebra su décimo aniversario de crear nuevas experiencias y emociones para tus espacios.



Redacción SP

El color es mágico y poderoso, una extensión de nuestros sentimientos y sensaciones, un vehículo para expresar nuestra individualidad y crear historias increíbles en nuestros espacios.

En 2018 celebramos 10 años del Programa **ColorLife Trends de Comex**, creado para llevar a tu hogar y a tu vida las tendencias de color. De esta manera, mediante este programa cada año hacemos una propuesta de tendencias que nos ha convertido en referencia en la materia en México. Esto lo hemos

logrado con el respaldo y experiencia de importantes personalidades, del diseño, arquitectura, arte y otras disciplinas creativas en el país, con herramientas que de esta manera facilitan el proceso de elección de todos los colores que transforman y dan vida a diversos proyectos.

Figuras como Andrea Cesarman, Aurelio Vázquez, Mariangel Coghlan, Nacho Cadena, Ariel Rojo, Héctor Esrawe, Michel Rojkind y Laura Noriega, han colaborado con nosotros y con este programa para enriquecerlo.

Para 2018, el color es **Locura**, que se une a la paleta de ColorLife Trends para crear nuevas experiencias y sensaciones.

Nos enorgullece que cada vez se sumen más personajes y disciplinas a esta creciente comunidad, cuya finalidad última es incentivar la aplicación del color y descubrir su poder como una herramienta visual.

Gracias por atreverte, transformarte y mejorar tu estado de ánimo durante una década, embelleciendo tus espacios con las tendencias de Comex. 🌈

LOUNGE

¡ADIÓS, LOCURA!



Locura
245-06



Audaz, energizante, compleja, curiosa y sintética, así fue la cromática que definió a este año. ¿Su origen? La intensidad de la paleta Reacción del libro ColorLife-Trends 2018 de Comex. La tonalidad del año fue Locura 245-06, con la cualidad de iluminar los espacios sombríos y otorgarles una personalidad fresca e intrépida. Ahora, se despide para dar paso a las tendencias para 2019. 🌟

Comex®

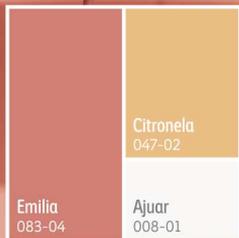
ColorLife®

Inspírate y renueva
tu espacio

La tendencia en
color para el 2019:
Emilia.



Combina 3C®

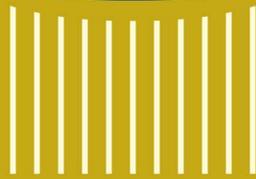


comex.com.mx
f t p i y in



¡Descarga
nuestras apps!
Disponibles para
Android y iOS





1953 · 2018