



# El jugador más grande del POP en México

Con una mirada amigable, cordial y profunda nos recibe Arturo Garcia en su oficina.

La primera impresión que da Arturo Garcia, es una mezcla de pasión, inteligencia y visión. Apasionado por el golf y fanático del futbol rodeado de trofeos sientes que estas en la oficina del director de algún equipo deportivo. Pero una vez que te das el lujo de quitar la mirada y ver más allá en tu alrededor te das cuenta del muro lleno de fotos familiares y del librero con mini muestras de varios exhibidores para el POP que ha hecho y entiendes que esta pasión deportiva es trascendente en todo lo que hace diario.

Pero no vine a platicar de futbol con Arturo (aunque me gustaria), vine a verlo porque él es uno de los líderes en el mundo empresarial del POP en México y su experiencia en el mercado junto con su visión para el futuro de la industria lo ha llevado al éxito como cabeza de varias empresas. Entre ellas MZM y Diseko Soluciones (DKS).

Para poder entender la situación actual del mercado tenía que mencionar MZM porque siento que marca una etapa crucial en el desarrollo de sistemas de exhibición POP en México. Esta empresa fundada en 1995 fue una de las primeras en el mercado B2B POP nacional que aplico un modelo innovador y exitoso en la manera de producir exhibidores para el punto de venta en base a un diseño hecho específicamente para lograr la estrategia que busca la marca. En el mundo B2B del POP MZM fue un icono generando una red de proveedores para poder satisfacer una amplia gama de clientes que hasta ese momento no tenían acceso a una solución integral en el punto de venta. Esto y la practicidad de Arturo y sus socios, llevo a la empresa al éxito en un periodo corto y genero un espacio para el crecimiento de la industria y de los profesionistas que participan en ella, formando una especie de escuela de diseño para el POP de la cual salieron varios de "mis ex alumnos" nos comenta Arturo.

Arturo y sus socios vendieron MZM en el año 2000 a una empresa americana la cual en 2009 decidio cerrarla.

"Mucho ha cambiado en la industria desde 1995 y ahora nos encontramos en un mercado mucho más competitivo y exigente pero con menos jugadores grandes en la proveeduría de exhibidores", dice Arturo.

"Lo vemos cada año en Global Shop, hay varias empresas mexicanas que se presentan, que diseñan, pero se dedican más al

outsourcing y dependen de empresas como Diseko en el caso de producir un proyecto más grande."

"Los unicos jugadores que logran entender esta dinamica donde las empresas de consumo exigen una solución a su medida con diseño innovador, calidad y precio seran aquellos que sean lo suficientemente versatiles y flexibles."

"Perdiendo la flexibilidad en tu empresa por miedo a descubrirte de mas o protegerte de mas, significa suicidio en el mercado de hoy para una manufacturera de exhibidores," comenta Arturo. "Esto es parte de la razón porque hoy somos tan pocos los que estamos produciendo exhibidores dando un servicio integral."

Pero no es la única razón...la industria B2B hoy en día está en crisis y el sector POP es uno de los más afectados. La situación financiera en el mercado es complicada-los grandes corporativos exigen

créditos largos, garantías, rebates, etc y al mismo tiempo los proveedores exigen pagos a corto plazo o de contado esto en un problema de flujo de efectivo para muchos de los jugadores pequeños y medianos los cuales han llegado a perder su crédito mercantil. Arturo y sus socios en DKS desde su inicio han trabajado duro para poder formar alianzas estratégicas con clientes y proveedores.

"Nosotros estábamos anticipando esta situación y nos fuimos preparando. El primer paso fue la alianza con proveedores de materia prima como DeAcero y la negociación de créditos y fidelidad, algo indispensable para un negocio en el giro metal mecánico," explica Arturo. "Después nos enfocamos en la alianza con los clientes sumamente importantes en México como es Grupo Bimbo. De esta forma logramos evitar el golpe de la crisis financiera en 2009 a cierto grado y de la crisis en el mercado POP que observamos hoy."

Parece tan fácil como me lo cuenta, pero esto es algo que muchos no lograron hacer y hoy en día el número de empresas participantes en el sector de la producción de exhibidores para el punto de venta es mucho menor al que se tenía en 2008 y DKS es uno de los pocos gigantes que quedan...

Diseko fue fundada en 2005 con los principios de Diseño, Kalidad (con K por la forma de escribirlo en Danés que es el idioma natal de 2 de los socios de Arturo), y Servicio en mente. En tan solo 5-6 años se ha convertido en uno del los lideres en el mercado de exhibidores en México. Arturo, explica el éxito que ha tenido de una forma práctica: "Ser flexible en la producción y ágil con las finanzas es buen negocio y dada la situación en el mercado tal vez sobrevives un rato pero no te hace ganador. Hoy la circunstancias nos exigen evolucionar y para hacerlo necesitas 3 factores básicos: el conocimiento del negocio y el mercado, el respaldo financiero, y la gente capacitada."

