

tuercas y tornillos



Ángeles de la ferretería

Ellos no permiten que las ventas bajen ni les afecte los números negativos de la economía. Lideran un negocio de 13 años, con más de 6000 m2, y en medio de competidores "feroces". **p.36**

Ferreteros esperanzados en el 2015 p. 11

Especial de Pinturas: 6.75 millones de galones p. 14

Depósito San Roque reta su competencia p. 24

Masaca "saca pecho" por ser fabricante p. 26



 /Revista TYT

Suscríbase en:
www.tytenlinea.com/digital

OCTUBRE 2014 año 18 / No. 220

expo
FERRETERA
su herramienta de negocios
29 al 31 Mayo 2015

CORREOS
DE COSTA RICA

PORTE PAGADO **PERMISO N° 130**
PORTE PAYE

Bondex®

Fíjese que en el saco siempre diga INTACO



Para pegar pisos
cerámicos y porcelanatos
confíe en la calidad del
único Bondex®

Línea más completa para pegar cerámica,
porcelanato y piezas minerales, que garantiza
el mejor desempeño según la instalación.
Fabricada con los más estrictos controles de
la normativa estadounidense.

El que sabe de morteros es

INTACO

LANCO[®]



La única pintura garantizada **sin olor**, sin vapores, sin problemas



ODOR FREE
Ahora también **SATINADA**

MI MUNDO ES MEJOR CON LANCO

Teléfono: 2438-2257 • www.lancopaints.com • Síguenos en 



10

PINCELADAS

Elery Alvarez, Propietario de la Cerrajería Sarapiquí, afirma que en el negocio de la cerrajería hay que ser diferente porque si se trata de solo hacer copias de llaves, hay mucha competencia con las ferreterías.

12

MERCADEO

Precios dinámicos

Los clientes son la base de todo La fijación dinámica de precios se ha estado haciendo masiva, incluso en la venta al detalle. Se trata de diversas formas de diferenciación de precios o, como se conoce en economía, discriminación de precios.

32

EL FERRETERO

Ángeles para la ferretería

En los Angeles de Grecia, está Ferretería Los Angeles, un negocio guiado por empresarios si se quiere empíricos, pero sin temor a tomar decisiones y tomar riesgos para vender más, a pesar de las contracciones del sector.

Perfil

- 22 **Reposa ahora con Elite**
- 24 **San Roque se “agarra” bien de “Rigo”**
- 26 **Masaca “saca pecho” por ser fabricante**

En Concreto

- 14 **¿Cómo pinta el mercado?**
El mercado de pinturas comercializa sólo en Costa Rica, anualmente, cerca de 6,75 millones de galones de pintura, que se lo reparten entre cerca de 7 empresas fabricantes.

30 Productos Ferreteros



Lea TyT en digital:

www.tytenlinea.com/digital

3068 vistas en la edición digital



DECORA



REPARA



PROTEGE

Soluciones prácticas para cada necesidad

Somos líderes en el mercado de la región y contamos con un extenso portafolio de productos de la mejor calidad en pinturas y recubrimientos para las áreas: arquitectónica, industrial, automotriz y maderas.

- 
Arquitectónico
- 
Madera
- 
Industrial
- 
Automotriz
- 
Tráfico
- 
Marino



Conoce nuestras marcas:

www.pintucocentroamerica.com / www.grupokativo.com



Presidente

Karl Hempel Nanne
karl.hempel@eka.net

Director Editorial

Hugo Ulate Sandoval
hugo@ekaconsultores.com

Directora Eventos

Carolina Martén
carolina.marten@eka.net

Asesor Comercial

Braulio Chavarría
braulio.chavarria@eka.net
Cel. (506) 7014-3611
Tel.: (506) 4001-6726

Directora de Arte

Nuria Mesalles

Diseño y Diagramación

Irania Salazar

Una producción de
EKA Consultores Internacional
Apartado 11406-1000
San José, Costa Rica
contacto@ekaconsultores.com

Suscripciones

Tel: 4001-6722
revistatytenlinea@ekaconsultores.com

Suscribase en:
www.tytenlinea.com/suscripciones

Encuentre ejemplares de TYT en nuestros puntos de distribución:



En nuestra próxima edición

Noviembre / TYT 221

Los Súper Mayoristas Ferreteros

¿Cuáles son los mayoristas más renombrados en el sector ferretero? ¿Quiénes según los ferreteros, son sus aliados comerciales? TYT dará a conocer quiénes marcan la pauta en el sector.

Cierre comercial: 20 de octubre, 2014



Anúnciense en TYT Y exponga en Expoferretera Expoautomotriz

Braulio Chavarría
braulio.chavarria@eka.net
Tel.: (506) 4001-6726 • Cel: 7014-3611

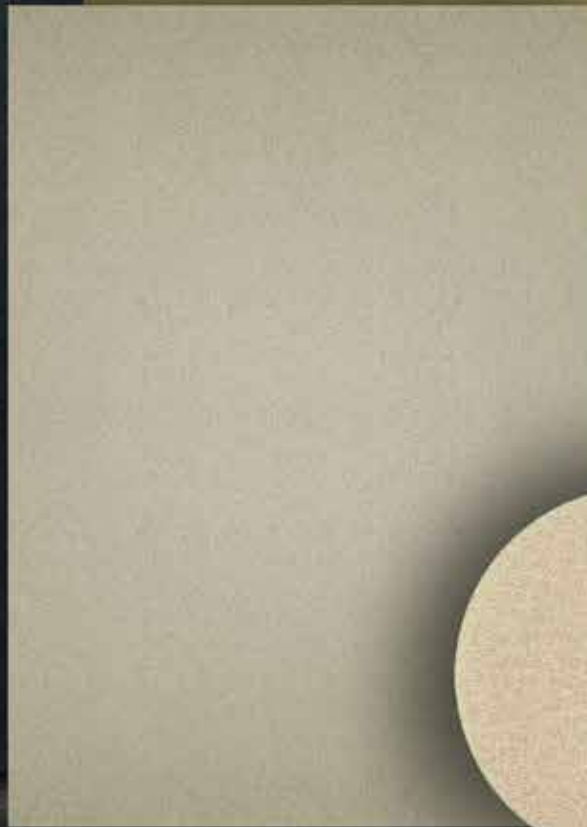


KLINGSPOR

La última tecnología en abrasivos



COD 501975. MASILLA • PINTURA • LACA. EN PLIEGO



COD 502195. PINTURA DE AGUA. EN PLIEGO



COD 502065. MASILLA • PINTURA • LACA. EN DISCO

MASILLA • PINTURA • LACA

Línea Gratuita
8000-CAPRIS
2 2 7 7 4 7

serviciocliente@capris.co.cr
www.capris.cr





¿DE QUÉ SIRVEN las estimaciones?

Son una buena herramienta para cuando son positivas, pero pueden influir pésimamente en los resultados para quien las toma, muy, pero muy en serio. Si en tiempos de calor, la economía dice que el consumo de agua de pipa va a bajar, y usted que tiene un kiosco cerca del mar, debería, entonces, dejar de vender y mermar la compra a sus proveedores... Recuerde que siempre habrá necesidad de los clientes de mitigar los momentos calurosos, aunque no sean necesariamente, los mismos compradores de siempre...

Bueno, y por qué no, en situaciones como estas, no puede ser un momento propicio para ser creativos y empezar a combinar el agua de pipa con algún sabor especial y hacer que el producto sea hasta más buscado que nunca. Recuerde que cuando la economía vaticina o proyecta algún escenario que pudiera ser negativo, solo hace que los peces se ahuyenten, pero la caña de pescar sigue estando en sus manos con todo y carnada.

Pero aterricemos un poco más. Es cierto que la Cámara de la Construcción hace una estimación de que cerraremos con menos metros construidos, pero también todo tiene una cara de percepción porque tomemos en cuenta aquello de que tanto el Colegio de Ingenieros como la Cámara, hacen sus cálculos basados en los permisos tramitados.

Un permiso de construcción que se solicita y se aprueba hoy, tampoco asegura que el proyecto arranque en el mismo momento, incluso se puede hasta ver postergado durante un tiempo, lo que da pie para pensar en tres escenarios:

1. Podría ser que el cierre de año se comporte diferente si de repente arrancaran proyectos que hoy cuentan con permiso y por "x" razón se atrasaron.

2. No vamos a esconder el sol con un dedo, y en ese sentido, tanto el CFIA como la Cámara de la Construcción merecen todo nuestro respeto y credibilidad.

3. Nuestra única intención es la de ser optimistas y seguimos pensando que quedarse a esperar para ver qué sucede o tomar "el toro por los cuernos" aumentando nuestra creatividad, innovando en la venta e impulsando la compra, sigue siendo una elección.

Finalmente, a como he visto amigos ferreteros preocupados por transacciones con matiz lento, he observado a otros muy ocupados escogiendo sus venados para que las ventas no salgan con la venada careta.

Hugo Ulate Sandoval
hugo@ekaconsultores.com

CONSTRUYENDO CONFIANZA



Sikaflex®-1a

Sellante y adhesivo elástico

DESCRIPCION

Sikaflex®-1a es una masilla elástica sellante y adhesiva de un componente, con base en poliuretano, que cura con la humedad del medio ambiente.

USOS

- Juntas entre elementos prefabricados, muros, marcos de ventanas, puertas
- Sello de fisuras activas, y ductos.
- Instalación de artefactos sanitarios
- Sellante y adhesivo elástico entre materiales con diferente coeficiente de expansión



Tels.2293-3870 • 8708-9629
E-mail: conejo.jeffry@cr.sika.com
www.sika.cr.com

Sika Costa Rica. S.A.

VERTICE

Lider en sistemas de exhibición y almacenamiento



¿Necesita aumentar sus ventas? Exhiba mejor.



Llámenos y reciba asesoría gratis: (506) 2256-6070
Búscanos en: verticecr.com | info@verticecr.com  VerticeCr



CARBONO
NEUTRAL



TORNILLOS
LA URUCA
HERRAMIENTAS, TECNOLOGÍA & SERVICIO.

Presenta su nueva línea en:

Soldadura
INDURA
Tecnología a su Servicio

TORNILLOS LA URUCA, EXTIENDE SU FELICITACIÓN AL SEÑOR:
JUNIOR BARBOZA, VENDEDOR ESPECIALIZADO, POR SUS GRANDES LOGROS EN LA VENTA DE LA MEJOR SOLDADURA EN EL MERCADO: INDURA

Pregunte por nuestros precios de introducción

Tel: (506) 2256-5212
Fax: (506) 2258-309
www.tornilloslauruca.com

Junior Barboza - Vendedor Especializado

Pinceladas

Cartas

Comprador potencial

Soy un lector ferviente de su revista. Me encanta. He visitado todas la ferreterías del centro de San José y algunas de la periferia en busca de un barredor de agua para secar baños. No he podido encontrar nada parecido. Creo que alguna ferretería ha de ofrecer ese valioso instrumento. ¿Podrían ayudarme a encontrar alguna ferretería que ofrezca ese artículo?

Carlos Soley
carlosjsoley@gmail.com

R/ Estimado don Carlos, gracias por escribirnos. Los equipos de los que usted habla, podría ser que German-Tec los tenga. Precisamente, uno de los distribuidores es Capris, en la Uruca. Tel.: 2519-5066.

UNA CERRAJERÍA QUE SE REINVENTA

Quien quiera poner un negocio, necesariamente tiene que adaptarse al mercado y nunca pretender que sean los clientes quienes se adapten.

Desde hace 6 años, Elery Álvarez, Propietario de la Cerrajería Sarapiquí, lo entendió al dedillo, prácticamente de memoria, porque no fue solamente instalar su cerrajería para hacer llaves, sino que estudió la necesidad de los compradores y puso en funcionamiento varios servicios.

“Aquí hay varias ferreterías que tienen la máquina para hacer copias de llaves, por eso no me podía quedar haciendo lo mismo”, dice Álvarez.

Afirma que además de tener herramientas especializadas para talleres, también atiende a domicilio cualquier emergencia que tenga que ver con cerraduras, de casas, negocios, edificios, y automóviles. “Es que en cerrajería, el servicio hace la diferencia”, aclara.

“Para actualizarme uso la ayuda de los proveedores, o bien, los cerrajeros del país tenemos un grupo en “whatsapp” en el que constantemente, estamos aclarando dudas, haciendo preguntas e informando sobre productos nuevos y técnicas”, asegura.

Pero Elery dice que no podía quedarse solamente con la parte de cerrajería, entonces, llegó un momento en que en su mismo negocio empezó a dar el servicio de ensamble de mangueras, y ahora cuenta con una máquina y ofrece hasta la instalación en varias empresas de la zona.

“Hidroca me tendió la mano y me ayudó con capacitación, y ahora cuento con un servicio más en el negocio”, dice Álvarez.



Elery Álvarez afirma que en el negocio de la cerrajería hay que ser diferente porque si se trata de solo hacer copias de llaves, hay mucha competencia con las ferreterías.

¿QUIÉN DA MÁS POR LA CONSTRUCCIÓN?

Mientras la Cámara Costarricense de la Construcción (CCC), proyecta que para el cierre de año, habría una caída cercana al 9%, hay ferreteros que aunque alegan que el sector está duro, prefieren mantenerse optimistas.

"Lo negativo aumenta las condiciones negativas, y no podemos quedarnos pensando en estas cifras", dice Sender Zamora, Propietario del Depósito El Konstructor, en el Barrial de Heredia.

La Cámara alega que en los primeros 7 meses de este año, la cantidad de metros cuadrados tramitados cayeron en un 10,1%, respecto al mismo periodo del año anterior.

"Ha estado muy contraído y no lo fuerte que uno quisiera. Creemos que después del cierre fiscal, los últimos tres meses del año podrían mejorar, pero sentimos que sería hasta febrero donde se empiecen a ver proyectos con más fuerza", destaca Zamora.

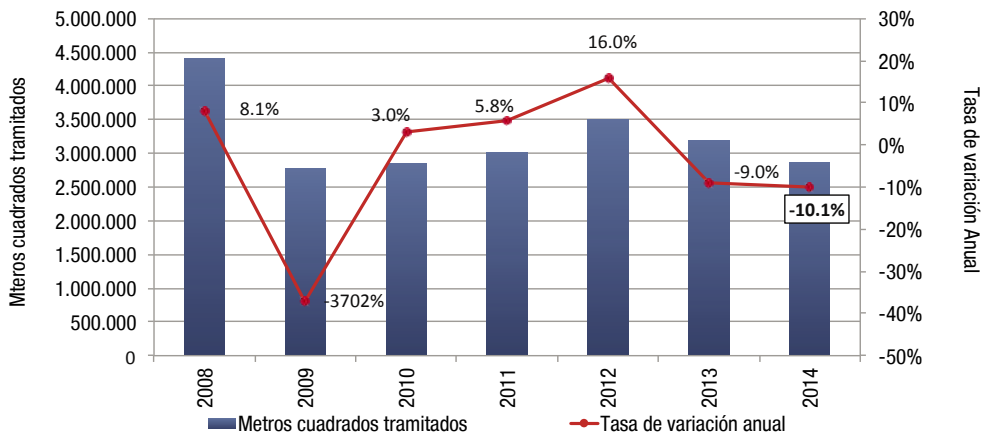
En el ente de la construcción explicaron que debe atenderse de forma prioritaria temas como infraestructura vial y agua potable-saneamiento, vivienda, costos de construcción, trámites y ordenamiento territorial, pues el sector construcción prevé una caída de un 9% al cierre de este año, lo que representa cerca de 500.000 metros cuadrados que se dejarán de construir si se le compara con el 2013.

El presidente de la CCC, Ing. Guillermo Carazo expresó que "estos temas son considerados críticos por esta cámara, por lo que, ya fueron expuestos al Presidente de la República, con el fin de que trabajemos en conjunto para solucionar las problemáticas expuestas. Estamos muy preocupados, pues con la caída estimada significaría 10.000 empleos menos que se generarían en el sector".

Sender destaca que hay que apostar a la creatividad, y que en el sector ya ni siquiera el precio en las cotizaciones conforma un factor único de decisión. "El cliente exige mayores plazos de pago, entregas rápidas y calidad en los materiales, y a eso estamos apostando".

Área de construcción tramitada ante el C.F.I.A.

Niveles en metros cuadrados y tasas de variación anual. Enero - Julio, 2008 - 2014



Fuente: C.C.C. con base en datos del Colegio Federado de Ingenieros y Arquitectos (C.F.I.A.)

Durante los primeros 7 meses del 2014 se tramitó poco más de 2.850.000 metros cuadrados para la construcción de nuevas edificaciones, lo que representa un -10,1% menos, con respecto al mismo periodo del 2013 (320.000 m2 menos).

metabo[®]
PROFESSIONAL POWER TOOL SOLUTIONS



(506) 2519-5066

8000-CAPRIS



mayoreo@capris.co.cr



www.capris.cr

Precios DINÁMICOS

La fijación dinámica de precios se ha estado haciendo masiva, incluso en la venta al detalle. Se trata de diversas formas de diferenciación de precios o, como se conoce en economía, discriminación de precios.

La fijación dinámica de precios, en la forma intensiva que se usa ahora, comenzó en la década de 1980 con la empresa American Airlines, como una forma de luchar contra la competencia de las líneas de bajo costo como People Express. American comenzó reduciendo los precios de los billetes comprados con anticipación y poniendo precios elevados a los que se compra más cerca de la fecha del viaje. Si el tiquete se compra tres meses antes el precio es un tercio del que se compra en el mismo mes que se hace el viaje.

En las décadas posteriores, esto se ha convertido en política de las compañías aéreas, hoteles. Los hoteles y las líneas aéreas quieren tener pronto completos sus cupos y les conviene reducir los precios y tener respectivamente sus habitaciones y asientos ocupados de antemano.

Más recientemente, a medida que la tecnología ha hecho que sea más fácil segmentar el mercado y cambiar los precios sobre la marcha, la fijación de precios dinámica también se ha vuelto algo común en otras industrias. Las competencias deportivas profesionales la usan para establecer los precios de las entradas a los partidos. Los partidos contra equipos de alto perfil cuestan más que los partidos contra equipos más modestos. En esto lo que se manipula es la demanda existente. Por supuesto, las finales de los campeonatos tienen precios elevadísimos. Y esto no incluye la reventa de entradas, hecha por especuladores.

Aspectos positivos y negativos

Un estudio realizado en 1986, por Daniel Kahneman, Jack Knetsch y Richard Thaler encontró que la mayoría de la gente pensaba que “elevar los precios en respuesta a la escasez es injusto incluso cuando hay sustitutos cercanos fácilmente disponibles”. Los aumentos de precios, cuando hay catástrofes como tornados o tsunamis es considerada abusiva e intolerable, una especulación.

La fijación dinámica de precios ha hecho prosperar a sitios web como Priceline, Travelocity, Hotwire y muchos otros. Estos sitios informan sobre los precios más bajos existentes de hoteles y líneas aéreas. Algunos de ellos permiten hacer comparaciones de precios.

En 1999, el que por entonces era director general de Coca-Cola, Douglas Ivester, sugirió que las máquinas expendedoras inteligentes permitieran que esos refrescos fueran de mayor precio los días calurosos, cuando la demanda es superior. La reacción negativa fue instantánea. Si Ivester hubiese sugerido utilizar la fijación dinámica de precios para reducir el precio de los refrescos los días fríos, es posible que la respuesta del mercado habría sido diferente.



Precios a mayor y menor demanda

En la mayoría de los casos, las industrias que utilizan precios dinámicos tienen un inventario limitado. Un vuelo de una línea aérea tiene un número fijo de asientos, un hotel un número determinado de habitaciones. Fijando precios en forma dinámica tratan de conseguir el mayor provecho a sus inventarios.

Las empresas telefónicas han usado la fijación dinámica de precios para promover las llamadas nocturnas y en días festivos, en que las empresas tienen menores comunicaciones de negocios.

Las compañías eléctricas están empezando a utilizar la fijación dinámica de precios para la energía eléctrica, lo que podría ayudar a prevenir



apagones en los momentos de alta demanda y promover la conservación de energía en general.

Minoristas y precios

Una nueva empresa llamada Boomerang Commerce, liderada por ex-ingenieros de Amazon, ha estado ayudando a los minoristas en línea, a fijar los precios de forma dinámica.

La fijación dinámica de precios tiene un largo camino por recorrer. Cuando se hace de forma profesional y científica, usando el poder de los datos disponibles, puede ayudar a maximizar las ganancias de los comerciantes al detalle.

El secreto, para ahorrar dinero, como comprador, es conocer el momento en que los precios se encuentran de baja, para adquirir productos y servicios. Esto es lo que el libre mercado permite hacer, cuando no se encuentran los precios fijados arbitrariamente por los gobiernos.

Fuente: www.mercadeo.com

metabo[®]
PROFESSIONAL POWER TOOL SOLUTIONS

Capris

(506) 2519-5066
8000-CAPRIS
 mayoreo@capris.co.cr
 www.capris.cr

Especial de **PINTURA**

¿Cómo pinta **EL MERCADO?**

El mercado de pinturas comercializa sólo en Costa Rica, anualmente, cerca de 6,75 millones de galones de pintura, que se lo reparten entre cerca de 7 empresas fabricantes.



Este es un mercado que responde mucho al factor de innovación, como efecto seductor de cara al usuario final, y últimamente, también se ha basado en una estrategia de precio, en la que casi en “una guerra”, los principales actores del mercado han entrado a defender su terreno.

En Costa Rica, los clientes o compradores consumen un promedio de 1,5 galones de pintura por año, lo que representa un mercado nada despreciable para los fabricantes, que si bien en sus estrategias apelan con fuerza al comprador, también la red de distribución debe y es necesariamente, un factor que para nada se puede descuidar.

Hemos visto como en el mercado, los ferreteros más agresivos manejan hasta tres marcas diferentes de pintura, creando todo un departamento lo suficientemente fuerte y llamativo en sus tiendas, y entendiendo que proporcionalmente, la pintura, junto con la tornillería, es uno de los productos que más rentabilidad otorga.

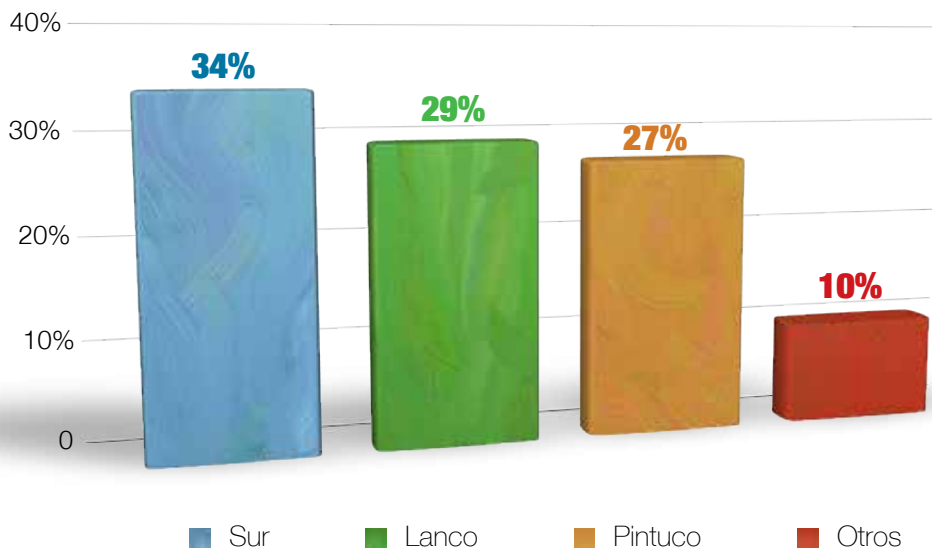
Además, también conforma todo un gancho para vender multiplicidad de productos: brochas, lijas, discos abrasivos, herramientas manuales y eléctricas, y todo lo que tiene que ver con material pesado, pues cuando se remodela por ejemplo, detrás de la pintura hay un variedad amplia de artículos que siempre se requieren.

Mercado repartido

En la red de distribución, principalmente los ferreteros que manejan hasta tres marcas diferentes, saben que por la alta y fiera competencia de los fabricantes, la marca que por alguna razón les “falle”, es casi seguro que de inmediato, la siguiente llegará buscando oportunidad para “meterse” entre las preferidas.

Copado como está el mercado, el aumento de participación en una marca, dependería, necesariamente porque algún fabricante se descuidó, y lo que no vende en ese momento, es porque alguien aprovechó la oportunidad para crecer en ventas.

Participación de mercado fabricantes de pintura en %



metabo[®]
PROFESSIONAL POWER TOOL SOLUTIONS



(506) 2519-5066

8000-CAPRIS



mayoreo@capris.co.cr



www.capris.cr

Le “cayó” competencia fuerte: AL MERCADO DE PINTURAS

Importaciones Vega quiere su rebanada de pastel en el mercado, por eso se incorporó con Toscana, su nueva marca de pintura.



Rafael Vargas, Gerente General y Alejandro Soto, Gerente de Ventas de Importaciones Vega, muestran la nueva pintura de la empresa marca Toscana. Su objetivo es colocarla en los anaqueles de los más de 1000 clientes que tiene la empresa.

Para Rafael Vargas, Gerente General de Importaciones Vega, ahora sí son un proveedor integral al 100%, al ofrecer una solución más, y ahora en el área de pinturas, con la llegada al mercado de su marca: Toscana.

“En el mercado, nos encontramos ferreteros incómodos con las marcas tradicionales y deseosos de obtener productos con calidad, buen precio, respaldo y buena imagen”, asegura Vargas.

Inicialmente, Vega entraría al mercado con dos modalidades de pintura en látex acrílico, una línea media y otra media – económica, para exteriores e interiores.

“Toscana se fabrica en Guatemala, con licencia de Estados Unidos”, agrega.

La fábrica encargada de su manufacturación es Alquimia de Guatemala, bajo licencia de C.O. Brothers Corporation, Florida, USA.

Más de 20 colores

Actualmente, Toscana cuenta con 26 colores diferentes en mate, con presentación de galones y cubetas.

“Nuestra fuerza de distribución abarca más de 1000 ferreterías en el sector, por lo que podemos competir con fuerza para hacer llegar este producto. Nos gusta porque sabemos que en el área de pinturas, hay mucha oportunidad”, afirma Vargas.

Sobre los beneficios de Toscana, precisamente Alejandro Soto, Gerente de Ventas de la compañía cita su calidad, tecnología americana, una buena imagen, colores de moda, stock permanente, claridad en el segmento al que se quiere llegar, fuerza en cobertura de mercado, rentabilidad justa para el distribuidor, atractiva relación precio – calidad para el consumidor, “y todo nuestro respaldo”.

Vargas recalca que en Vega siempre “nos gusta aprovechar las oportunidades que nos tiende el mercado, por eso, como lo hemos hecho con nuestras líneas, vamos a darle la fuerza necesaria para que sea exitoso”.



TOSCANA

Pinta con los colores de Toscana



La pintura para interiores y exteriores Toscana es **100% garantizada**, con licencia norteamericana y elaborada con tecnología de última generación, certificada en Estados Unidos; siendo así, la pintura con los más altos estándares de calidad y al mejor precio. Entonces... ¿Para qué pagar más?



IMPORTADO PARA COSTA RICA POR IMPORTACIONES VEGA S.A.

SERVICIO AL CLIENTE. E-MAIL: TOSCANA@IMPORTACIONESVEGA.COM | TEL.: (506) 2494-9600



Innovación MUY A LO SUR

Finalizar el año con una venta superior a los 2,5 millones de galones de pintura es una de las metas que Sur se ha trazado en el mercado.



Eladio Gamboa, Gerente de Ventas y Andrea Loaiza, Gerente de Comunicación de Sur, afirman que el grado de innovación para cada línea que la empresa presenta, le permiten liderar el mercado de pinturas.

Y más de dos millones y medio de galones no son una venta por casualidad, sino responden, según Eladio Gamboa, Gerente de Ventas y Andrea Loaiza, Gerente de Comunicación, de la empresa “al resultado de una búsqueda constante en la innovación en todas las líneas de producto”.

Y a como pintan las cosas para esta empresa, y de acuerdo con estimaciones, terminarían cerrando el año, con un crecimiento en las ventas de cerca de un 15%. Una cifra más que envidiable para cualquier empresa de pinturas que esté en el mercado.

“Es que incluso a productos que ya están en el mercado, les hemos hecho mejoras”, dice Eladio.

Gamboa recalca que “nuestra idea es que el ferretero tenga una solución que acompañe a sus clientes en todo momento de sus proyectos, pues tenemos productos que abarcan desde el inicio de una obra en construcción, hasta el acabado final, tanto en las líneas de koral y Sur”.

Andrea afirma que todos los productos se actualizan de acuerdo con las exigencias del mercado.

“Precisamente, esa constancia para innovar y leer el mercado con tino en todas las áreas donde tenemos producto, además hemos sido rápidos para corregir a tiempo cualquier anomalía”, recalca Gamboa.

Andrea destaca que con Sur, el ferretero lleva la ventaja porque “podemos surtirle líneas completas en productos para madera, donde sobresale uno de los últimos que es un tinte para exterior, además contamos con morteros, anticorrosivos, y demás especialidades”.

Eladio secunda al decir que el ferretero se siente verdaderamente acompañado porque “no hablamos de un solo producto por línea, sino hasta 15 productos diferentes por área de negocio”.

Diferencias

Sobre la pregunta, en qué gana Sur en el mercado, tomando en cuenta que los competidores también reaccionan poniendo en el sector productos similares.

En ese sentido, Gamboa es claro al afirmar que hacen diferencia en el valor agregado que otorga cada producto, y para ello cita como ejemplo, el caso de los morteros.

“El mortero de repello grueso, simplifica para que el usuario con ese mismo producto obtenga el acabado final. Es como adquirir 2 en 1. También está el Directo al Metal, con el que no hay que pensar en un primario, es al agua y 100% ecológico”.

Y Andrea también menciona la parte de revestimientos a los que se les han incorporado nuevas fórmulas y cartillas, que comprenden todo un abanico de opciones para el ferretero y los clientes.

“Tenemos múltiples alternativas tanto en Sur como en Koral, con beneficios que el ferretero puede trasladar a sus clientes”, afirma Loaiza.

Pintuco va por los clientes MÁS “PINTADOS”

Después de un año de adaptación al mercado tras la adquisición de Kativo, en Pintuco afirman que van por todo en el mercado, con la consigna clara de aumentar su participación en la red de distribución.



“Vamos a aumentar la penetración de mercado, no con la estrategia de poner galones de pintura para que el cliente los venda, sino a hacer negocios y nuestra responsabilidad será que esos galones se muevan”, Agustín Zamora, Gerente Regional de Mercadeo Decorativo de Pintuco.

Para el cierre de este periodo, en la compañía esperan estar con una participación de más o menos un 30%, y terminar con la venta de más de 1,9 millones de galones de pintura.

Agustín Zamora, Gerente Regional de Mercadeo Decorativo, afirma que las estrategias han cambiado, y ahora los esfuerzos van dirigidos al comprador, para generar la venta en la red de distribución, “y ahora estamos más de cerca con el distribuidor, le ayudamos a tener inventarios inteligentes, de rotaciones más rápidas”, señala. Agrega que estos últimos 18 meses, los cataloga como un periodo de transición en el se mejoraron y variaron procesos y que el más sustancial fue el de ERP.

“Hemos duplicado las inversiones en investigación de mercado y en algunos países, incluso hasta triplicado, con el fin de entender más al comprador”, dice Zamora.

Reconoce que este proceso los ha retrasado un poco en el mercado, lo que ha sido aprovechado por algunos de sus competidores. “Sin embargo, hemos perdido en algunos clientes, pero hemos ganado en otros, y esto es lógico por los cambios que estamos generando”.

A expandirse

Y afirma que ahora van en busca de una expansión en la penetración de mercado. “Los ferreteros pueden esperar mejores condiciones para hacer negocios. Queremos ayudarles a manejar más el “sell-out”, ayudarles a vender”.

Esto viene siendo algo así como si un cliente tuviera producto en su bodega, “es nuestra responsabilidad ayudarle a moverlo, a sacarlo de ahí”, dice Zamora.

Y recalca que entre los cambios que se están ejecutando, está el de tener normado un esquema de precios que sea competitivo para todos los clientes por igual, sin importar el tamaño de la ferretería.

“Entendemos que cuanto más rápido pueda rotar el inventario del ferretero, más ganancias va a obtener”, asegura.

Lanco fiel A SU RECETA

Lanco es de esos competidores en el sector de pinturas, que buscan sorprender y adueñarse cada vez más de una porción más amplia de mercado. Su gerente dice que todo es obra de seguir una receta que gusta a los distribuidores.



Ignacio Osante, Gerente General de Lanco, dice que solo para Costa Rica esperan cerrar el año con una venta superior a los 2,2 millones de galones. "Vamos con el acelerador hasta el fondo"

"Si la sopa gusta, no hay por qué cambiar la receta", así de claro como siempre, Ignacio Osante, Gerente General de Lanco, define las razones sobre la posición que ostenta la compañía en el mercado, pues afirma que les ha dado resultado el trabajo de innovación que vienen haciendo, tanto que asegura estar en una segunda posición, pero eso sí, sentencia que muy cerca del líder.

Y entre las metas de la empresa, está cerrar el año con una venta cercana a los 2,2 millones de galones para el mercado tico, y una participación de mercado por encima del 30%.

Arrancando con una pintura que "todo le resbala", porque de verdad le resbala todo, y esto porque lo vimos en Expoferretera: Stainless, y también se agrega la Máxima Hi-Definition, con doble poder cubriente, pero que este año se le hizo un "upgrade" o mejoramiento a la fórmula, y ahora cuenta con mayor poder fungicida, alguicida, es 0 vapores que contaminen.

Osante afirma que esas dos pinturas han sido lo más revolucionario para este año, pero a la vez sentencia que "viene algo mejor. No lo puedo decir aún, pero en Centroamérica, en el área de pinturas, nunca nadie lo ha hecho. Será revolucionario, y con fuertes beneficios al exterior".

A la pregunta de cuándo, Ignacio dice que sería en la próxima Expoferretera.

A todo gas...

Repasando el tema sobre la actual posición de Lanco en el mercado, Osante asegura que estar muy cerca de la punta, se ha dado porque "somos fieles a los que nos define: siempre innovando con productos que traen un beneficio directo al consumidor. Al no tener tiendas propias, aún así propiciamos que el ferretero tenga el producto que necesita, con el precio y en el momento que lo requiere".

Y agrega que una de las virtudes de la empresa ha sido "ponernos en los zapatos de los ferreteros, de sus necesidades, de dar en el punto clave sobre lo que esperan de un fabricante de pintura". Y asegura que sin importar cómo esté la economía, "siempre vamos con el pie en el acelerador y los competidores que dicen haber despertado ya... pues tiene tiempo de venir diciendo lo mismo", asegura Osante.

¿Qué hay de NUEVO SHERWIN...?

Por Sherwin Williams

Sherwin Williams estaría cerrando el año con la venta cercana a 200 mil galones de pintura.

En Sherwin Williams no se andan “por las ramas” en el sector de pinturas, aunque no dan detalle exacto sobre sí han experimentado o no crecimiento, Juan Carlos Araya, Gerente General, afirma que dada las condiciones de mercado envueltas en una guerra de precios y precios ridículos, están satisfechos.

- ¿Cuál ha sido y por qué, en lo que va del año, su producto “estrella”?

- Sin duda, es Excello Látex, de mayor venta como línea de producto y esto se debe a que está dirigido a un segmento socioeconómico medio alto de la población, que ofrece calidad y un precio muy accesible al consumidor.

- ¿A nivel general, cuántos galones de pintura podría vender Sherwin Williams para el cierre de este año?

- Cerraremos el año con la venta de 200.000 galones

- ¿Qué porcentaje de crecimiento han obtenido durante este año en el mercado costarricense, a nivel de participación de mercado?

- En medio de la situación que se vive actualmente en el mercado, como la guerra de precios, precios ridículos por parte de otras marcas y toda la lluvia publicitaria de otros ha sido algo complicado conseguir el número esperado, sin embargo, el crecimiento ha sido satisfactorio.



Juan Carlos Araya, Gerente General de Sherwin Williams afirma que a pesar de estar en un mercado inmerso en una guerra de precios y bombardeo publicitario, a la marca le ha resultado un desempeño satisfactorio.



¿Vas a instalar un SANITARIO?

La Solución **PROFESIONAL**

BRIDA
flexible 

- Corrige desfasamientos
- Sello hermético, evita filtraciones y el retorno de malos olores
- Máxima fijación al piso con 4 tornillos (incluidos)
- Incluye tornillos ancla de polímero de alta resistencia
- Larga vida útil

10 años



La Solución más **PRÁCTICA**

CUELLO
flexible 

Con el Cuello Flexible Coflex...

**¡ Es más fácil y siempre
queda bien !**

No se degrada, vida útil igual al Sanitario
Sello hermético: no hay filtraciones ni malos olores

10 años



Nueva presentación



Gil Coto Navarro
Representaciones, S.A.
Tel.: (506) 2224 2278
(506) 2225 8403
Fax: (506) 2224 6703
info@gilcoto.com
mundoherra@amnet.co.cr
servicioclientes@coflex.com.mx
www.coflex.com.mx



Líder
el mercado de
Tubos de Abasto

Reposa CON ELITE

Por Reposa

Reposa integró recientemente, en su gama de productos, la línea de inversores y máquinas para soldar marca Elite, con tecnología de diseño alemán.



Prácticamente, podríamos decir que la competencia en máquinas de soldar e inversores aumentó por partida doble, pues Reposa se alió con la marca Elite de Europa, que posee inversores y máquinas para soldar de tecnología alemana.

Raúl Pinto, Gerente General de Reposa dice que “estamos entrando al mercado con 3 tipos de inversores ArcTig, un modelo para soldadura TIG y una Multiproceso, en el caso de los inversores uno es de 110V y los demás equipos son Auto Voltaje (110/220V)”.

Afirma que esta última característica lo que nos ofrece es que funcionan de forma automática, lo que significa que traen una tarjeta en la que la máquina se ajusta a la tensión eléctrica que se conecta, sin necesidad de hacer ajustes en el equipo”.

Asegura que funcionan con un raje de 95 a 400 voltios auto ajustable, lo que permite que el usuario pueda conectar una extensión hasta de 80 metros sin pérdida de tensión.

A diferencia de los equipos inversores convencionales que hay en el mercado, estos traen un sistema que se ha denominado como doble inversor en una misma máquina, e internamente su tecnología logra que un inversor establezca la tensión eléctrica para optimizarla al 99,9% y que el otro inversor quemara el electrodo dando como ventaja tener hasta un 40% más de rendimiento, ya que disminuye el calentamiento y evita que se apague además de disminuir el consumo de energía eléctrica en un 30%. Pinto aclara que no son equipos desechables, pues son para trabajo constante.

Ventajas

Según el gerente, a diferencia de otras marcas del mercado, en el área de inversores, estos equipos ofrecen:

- Sistema HOT START. Hace un precalentamiento del electrodo antes de empezar a soldar para que este ya esté técnicamente preparado.

Raúl Pinto, Gerente General de Reposa, dice que Elite, los ferreteros cuentan con servicio técnico, garantía, taller de servicio y repuestos. Aquí lo acompañan un representante de la marca y Eladio Pinto.

- Sistema ARC FORCE. Permite regular el circuito controlado del electrodo para que el cordón de soldadura sea del grueso adecuado,

- Sistema ANTI STICK. Si el electrodo se pega al metal a soldar, el mismo corta la corriente facilitando despegarlo.

Pinto asegura que la tecnología de los equipos Elite permiten quemar todos los tipos de electrodos, Rutilicos (6013), Básicos (7018) y Celulósicos (6010 y 6011), por ejemplo, el modelo SI6130LV de 130 Amperios reales que tiene la capacidad de quemar electrodos de 6013 en 3/32 en un 100%. En el caso del multiproceso este es ARC, MIG y TIG. Otra ventaja de este equipo es que funciona para soldar con aluminio en MIG colocándole un forro especial a la antorcha.

Reposa en sus 25 años de estar presente en el mercado se ha especializado en traer líneas de producto que marquen diferencia, “y con la línea de equipos de soldar Elite seguimos demostrando ese compromiso con nuestros amigos y clientes, porque esta línea de equipos de soldar que viene a sustituir las prácticas antiguas del arte de unir metales.

EQUIPOS DE SOLDADURA

ELITE®

Keep Working

Los equipos ELITE® han sido diseñados con tecnología Alemana, su sistema de doble inversor nos da un 40% más de rendimiento y ahorra un 30% de energía; con HOT START, ARC FORCE y ANTI STICK que permite una fuerte y segura unión. Posee además multifunción MMA / TIG / MIG



1 AÑO DE GARANTÍA

DISTRIBUIDO POR REPOSA / TEL.: (506) 2272 9020 / E-mail: info@reposa.cr



Rigoberto Vargas, Propietario del Depósito San Roque, en San Roque de Barva, asegura que la competencia de un ferretero es el ferretero mismo. "Hay que ocuparse en atender bien a los clientes, con buenos precios, sin mirar mucho al competidor".

San Roque se "agarra" **BIEN DE "RIGO"**

Si la competencia pudiera ser medida por su ferocidad, podríamos decir que el Depósito San Roque está entre las "fauces del lobo", pero su propietario dice no desvelarse, pues sabe que mientras se sustente con buenos precios, lleva una dosis de ventaja.

San Roque de Barva.- Esta historia es parecida a la de aquel vendedor de empanadas, que todos los días, sin importar si llovía o no, si las noticias del mundo eran buenas o malas, salía con su canasta y al final del día, regresaba con la cesta vacía.

Fue al tiempo cuando su hijo, habiendo estudiado una carrera a fuerza de la venta de empanadas, dijo a su padre que “se avecina una crisis mundial, y hay que frenar el negocio. Llegó el momento de ser austeros”. El padre sintió que por la preparación académica de su retoño, había que hacerle caso...

Frenó la venta de empanadas... Pero con el mundo en crisis, al mes, decidió volver al negocio, y adivinen lo que pasó: de nuevo, volvió a vaciar la canasta, y se dijo a sí mismo: “la verdad que no entiendo ni quiero saber nada de esto de las crisis, lo que soy yo, sigo vendiendo empanadas...”

Pues algo similar nos encontramos en el Depósito San Roque, allá en un lugar en medio de Barva de Heredia y San Lorenzo de Flores, pues escogieron que no importa si el sector está deprimido o en bonanza, “hay que vender todos los días y que todos los días son una oportunidad más para vender”.

Esto nos lo dijo, así de primera entrada, su propietario Rigoberto Vargas, a quien todos, clientes y colaboradores, de cariño, llaman “Rigo”.

“Sabemos que todos los días tienen que ser diferentes, y no importa si nos dicen que es un día malo o una semana regular, aquí la “pulseamos” con ganas todos los días”, recalca Vargas.

En la actualidad, cuenta con el depósito que tiene una superficie cercana a los 1650 m², y una ferretería carretera a Heredia de 80 m², y es casi como un negocio cruzado, pues afirma que de la ferretería salen muchos clientes... para el depósito que requieren de materiales de construcción.

“Todo está en el servicio, ese es el secreto, no hay más allá”, dice “Rigo”, quien afirma que el detalle está en que los clientes se sientan bien con su compra “que se lleven lo que buscaban, un buen producto y que si vuelven, que sea por más servicio”.

Sobre la competencia y las situaciones oscilantes del mercado, “Rigo” dice que eso no le preocupa. “En 11 años, ya muchos clientes nos conocen y saben lo que podemos ofrecer. Siempre procuramos estar positivos aunque los tiempos marquen otra cosa”.

Se corrió la voz

Dice que el negocio lo arrancó su padre, y que después le tocó a él seguir, y ahora se ayuda con 9 colaboradores más sus hermanos Alexander y José Miguel.

Aunque el negocio no está ni siquiera frente a lo que se podría llamar una calle principal, sino como a 100 metros de ella, Rigoberto dice que no pasan desapercibidos. “Tenemos clientes que nos compran desde largo: Guanacaste, Santa Ana, Escazú. Es que la voz del servicio se ha corrido”, agrega Vargas.

Muy cerca de ahí se encuentra el Depósito San Miguel, al otro lado Ferretería Rugama y más allá todos los negocios de Heredia, pero a “Rigo”, lejos de preocuparle, aduce que “nosotros mismos somos nuestra competencia. Todos competimos por tener el mejor precio. Es una lucha continua, pero si a eso usted le agrega un muy buen servicio, no hay que preocuparse”.

Para Rigoberto, uno de sus mayores aliados es la cautela y analizar a profundidad cada oferta que le presenta el mercado. “No es lo mismo comprar que vender. Hay que comprar para que se venda, y no irse de bruces con la primer oferta porque puede resultar nefasto para el negocio”.

IMACASA
FUERZA EN SU TRABAJO

**FUERZA
EN SU TRABAJO**

www.imacasa.com

The advertisement features a vertical image of a construction worker in a red hard hat and safety vest, using a yellow-handled pickaxe on a construction site. The background is dark, and the text is in white and orange. At the bottom, there are icons of various tools: a hard hat, a wrench, a screwdriver, a hammer, a saw, and a drill.



Mario Salazar y Miriam, su esposa, a base de sacrificio y esfuerzo consolidaron, hace 27 años, lo que hoy es Masaca. Hoy sus hijos, integran la segunda generación que llega en busca de aumentar la fuerza de la empresa.

Masaca

SACA “PECHO”

Mario Salazar, en conjunto con su esposa Miriam Sandoval, se llenaron de visión empresarial, y hace 27 años se abrieron paso en el mercado ferretero. Ser fabricantes para varios de sus productos, le dan a Masaca una ventaja fuerte ante cualquier competidor sometido a la importación.

Aquella tarde se propuso que la panadería tenía que vender más de lo que producían con el único saco de harina que molían. “Tengo que ponerme las pilas...”, se dijo para sí mismo... Y tan fuerte fue su convicción, que a la semana siguiente, ya tenía al panadero produciendo lo de dos sacos, y al mes, incluso, llegaron a ser cinco.

Fue así como Mario Salazar, hoy Presidente de Masaca, se dio cuenta que llevaba las ventas en su ser y que todo producto siempre tiene las mismas posibilidades que cualquier otro de ser exitoso.

Así, poco a poco al darse cuenta que nació para las ventas, y allá desde la Campiña Turrialbeña, un día un amigo le propuso vender 10 cajas de bisagras y en una semana ya las había colocado, y fue así como arrancó, hace 27 años, con la venta de herrajes y fundó Masaca, empresa que posteriormente impulsó la creación de Majomi. Recuerda que su primer agente fue Adrián y posteriormente, se unió Alexander, que son sus hermanos.

Para Salazar la clave para mantenerse vigente ha sido mucho trabajo, perseverancia y sacrificio, y desde hace 12 años, están instalados en Santa Rosa de Santo Domingo.

Así el 4 de noviembre de 1995, con dos máquinas de soldar y un par de troqueladoras, Salazar se lanzó al mundo empresarial.

Hoy en la empresa lo acompaña su esposa Miriam Sandoval, que ha estado desde los inicios, sus hijos José Mario y Jehimy, además del apoyo de sus gerentes José Rodríguez, Christian Umaña y Manuel Ujueta.

Muy vendidas

Hoy, la empresa es fabricante de todo tipo de herrajes tanto para camión como para fincas de ganado en todas partes del país.

“Nuestros productos siempre los hemos fabricado muy de la mano con los clientes, adaptándolos a sus necesidades. Por ejemplo, una vez a San Carlos llevé unas bisagras y los clientes me ayudaron a hacerles incorporaciones y hoy son muy vendidas”, asegura Mario.

Salazar dice el norte de la compañía siempre busca ser una empresa líder en el mercado ferretero, en la parte agrícola con sus herramientas. “Y ya exportamos a Centroamérica”.

Además de los herrajes, la empresa es fabricante de toda clase de herramienta agrícola como: palas, machetes, cuchillos, hachas, cajas y accesorios para emt, láminas de hierro liso y galvanizado, cumbreas, botaguas, fregaderos, entre otros productos, y comercializa varilla de construcción, herramientas manuales, y una variedad amplia de líneas ferreteras.



Esta es solo una parte de la fábrica de Masaca. Aquí se hacen las bisagras y todos los herrajes que la compañía comercializa en el mercado y exporta a Centroamérica.

“De hecho, somos muy competitivos con los precios. Nuestras palas, machetes y cuchillos, tienen un precio 30% menor que los de otros competidores”.

Salazar sabe que ser fabricante de varios productos le otorga ventajas a sus clientes, pues se garantiza que siempre van a poder contar con cualquier artículo en el momento que lo requieran, sin tener que esperar por un proceso de importación.

“Precisamente, en la línea eléctrica cuando vimos que ya éramos autosuficientes, tomamos la iniciativa de exportar”, asegura Mario.



CONGENTE 2014
XI CONGRESO INTERNACIONAL
DE RECURSOS HUMANOS
5 de Noviembre
Hotel San José Palacio | Costa Rica

Vea el programa en: www.congente.net

Más Información:
Astrid Madrigal Tel: (506) 4001.6725
astrid@ekaconsultores.com



Organiza





Nuevas marcas

Y PRODUCTOS A LA EXPO

En los últimos días, se ha desatado una fuerte efervescencia por traer y presentar tanto marcas como productos nuevos.

A la lista de expositores recientemente se unió Inversiones KRC que es una empresa con sede en Venezuela y tiene la exclusividad de comercialización exclusiva en este territorio, desde el 2009, de la marca Italiana Veto Italy, que comprende productos eléctricos como tomas, plaquería, porteros y otros.

Vendrán a Expoferretera seguros de poder abrir mercado y encontrar distribuidor para sus productos, tal y como ya lo han hecho en otros mercados como el de Panamá.

“Gracias al trabajo desarrollado en Venezuela, se nos pidió hace unos meses que desarrolláramos el mercado Centroamericano y el Caribe”, dice Carlos Ávila Gerente de Veto Italy.

Afirma que desde el momento que miraron hacia Costa Rica, la referencia inmediata para lograr el objetivo de incursionar en este mercado, fue hacerlo a través de Expoferretera.

30 años

Y manifiesta que la idea de estar en Expoferretera es porque “creemos en el alcance de esta feria para conseguir socios comerciales en Costa Rica y en otros países de la región”.

La propuesta de esta empresa es sumamente clara, y son conocedores que solo pueden lograr su meta a base de productos novedosos y marcas respaldadas con fuerza.

La marca Veto Italy tiene más de 30 años de trayectoria y buscan posicionarse en Centroamérica.

Ávila comentó que para noviembre tendrían en Panamá una nueva sede, en la Zona Libre de Colón, lo que facilita aún más la logística de hacer llegar los productos al país.

“Las piezas eléctricas que vamos a exhibir son de alta calidad y que cumplen con todas las normas que corresponde a su categoría”, afirma.



China regresará

Toda una delegación de expositores chinos también regresará a la feria, pero con la diferencia que serán más las empresas y los productos que traerán a la Expo.

Marcelina, Representante de esta delegación oriental, desde México manifestó que en la edición anterior, los empresarios quedaron complacidos y entusiasmados con los logros alcanzados, pues algunos lograron hasta conseguir distribuidores para sus productos, mientras otros obtuvieron mucha aceptación de sus tecnologías.

Esto indudablemente, los hizo volver a tomar la decisión y prometen venir con mucho más sorpresas.



En el cronograma de la participación en ferias de China, resalta el de Expoferretera. En México, las empresas orientales estuvieron exhibiendo lo que serían sus presentaciones.

¿SE ATREVE A HACER UN CAMBIO A SU NEGOCIO?

¿SERÁ QUE LE HACE FALTA IR A EXPOFERRETERA?

29, 30 y 31 de Mayo, 2015 • Centro de Eventos Pedregal

Regístrese y consiga su entrada gratis en www.expoferretera.com

Reserve su stand:

Braulio Chavarría, braulio.chavarría@eka.net

Tel: (506)4001-6726 / 7014-3611

Organiza:  /Expoferretera Costa Rica  Expoferretera

expo
FERRETERA
su herramienta de negocios

Expositores confirmados al 3 de setiembre, 2014



Luminarias Colgantes IRADI
asignan elegancia, versatilidad y modernidad. Ideales para los techos altos y recomendadas para salas y salones amplios.

Distribuye: Taiké
Tel.: (506) 2231-7307



Lijadora orbital

de 1/4 3a #6020-21 con bolsa Milwaukee. 3 amperios. Almohadilla 4-1/4". Opm sin carga 14.000. Diámetro órbita 1/16". Peso 1.49 kg. 120 V ac.



Sierra circular de magnesio

7.1/4. #6430-20 mw 15a Milwaukee. 15 amperios. 5800 rpm. disco 7-1/4". Segueta lado derecho. Peso 4.71 kg.

Distribuye: MFA Abonos Agro
Tel: (506) 2211-5121



Taladro percutor

de 1/2" #5374-20 mw 680 watts. Milwaukee. 5.7 amperios. mandril 1/2". 3.000 rpm.



Zwaluw High Tack.

Adhesivo mono componente fuerte. Alto poder de agarre inicial, a base de MS Polímeros. No tiene olor, neutro y libre de siliconas e Isocianatos.

Zwaluw Hybrifix

Adhesivo, sellador elástico y duradero, multipropósito a base de MS Polímeros. Se puede pintar, resistente a rayos UV, agua, mohos.

Distribuye: Intrep
Tel: (506) 2239-2767



Nuevo cuello flexible de Coflex

para instalación de inodoro sanitario. Evita filtraciones y el retorno de malos olores, ya que ofrece 2 sellos herméticos, uno entre el labio superior del cuello y el sanitario, y el otro entre la manga y el interior de la tubería de drenaje. Para tubos de PVC, barro y fierro fundido, con diámetro interior de 100 mm (4").

Distribuye: Gil Coto Navarro
Tel.: (506) 2224-2278

Distribuye: Capris
Tel.: (506) 8000-CAPRIS (227747)

Productos Ferreteros



Sierra de inglete telescópica

Mayor longitud de corte. Disponible para corte de 168 mm. (6- $\frac{5}{8}$ " tope molde corona. Disponible para corte 120 mm (4- $\frac{3}{4}$ " base con soportes. Estructura resistente usando 4 poles deslizables. Marcador láser que permite una fácil y exacta con la línea de tinta incluso en cortes angulares o madera decorativa. Potencia de entrada: 1510 W. Máxima capacidad de corte a 0 grados: 91 X 279 mm (3- $\frac{5}{8}$ " x 11").



Amoladora angular de cabeza plana para un trabajo en ángulos estrechos.

USP ángulo mínimo alcanzable 43 grados. USP hueco mínimo alcanzable. Cubierta protectora ajustable sin herramientas; con fijación protegida contra torsión. Cambio rápido de la herramienta sin llave. Revoluciones marcha en vacío 10.000 r/min.



Esmeriladora angular

Motor eficiente para corte en concreto y alta resistencia al calor. Construcción de laberinto que protege los rodamientos del polvo y restos. Bloqueo del eje para cambio fácil del disco. Fácil reparación de la sección de engrane con una llave. Potencia de entrada: 840 W. Diámetro del disco: 115 mm (4 $\frac{1}{2}$ "). Velocidad sin carga: 11000.

Herramientas eléctricas GLADIATOR

Distribuye:
Importaciones Vega
Tel.: (506) 2294-4600

Herramientas eléctricas NEO



Amoladora profesional de 4 $\frac{1}{2}$ ". Modelo AA 815. Esta opción cuenta con poderoso motor de 900 watts, protección contra polvo, interruptor de seguridad y rodamientos blindados



Amoladora angular de 4 $\frac{1}{2}$ ". Modelo AA 1215. 350 watts de potencia. Cuenta con carbones auto-stop, carcasa de poliamida de alta calidad y 2 posiciones para el mango lateral.



Taladro percutor **Gladiator** de $\frac{1}{2}$ ". Modelo TP 613. 810 watts de potencia, velocidad variable y reversible, y tecnología soft-grip

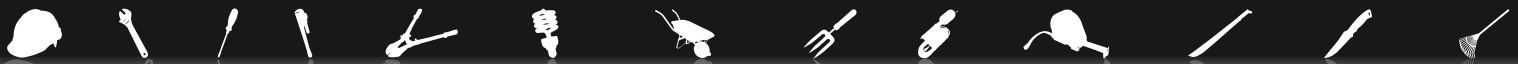


Cepillo eléctrico de 4". Modelo GG 911. Cuenta con 2 funciones: garlopa y canteadora. Con 1050 watts de potencia y un ajuste de hasta 3 mm de profundidad.

Sección patrocinada por:



FUERZA EN SU TRABAJO





Ángeles

FERRETEROS

En los Ángeles de Grecia, está Ferretería Los Ángeles, un negocio guiado por empresarios si se quiere empíricos, pero sin temor a tomar decisiones y tomar riesgos para vender más, a pesar de las contracciones del sector.

¿Usted qué haría si la economía le dice que las ventas ferreteras y de materiales de construcción están paralizadas? Aunque no podríamos saber lo que estaría pasando por su cabeza en este momento, lo menos que suponemos que haría sería dejar de intentar vender, y mucho menos pensar en cerrar su negocio, atendiendo este vaticinio.

En Grecia, propiamente, en Los Ángeles de Grecia, hay un par de socios empresarios, que se hacen ayudar de dos hombres de su confianza, desde

hace más de 13 años, trabajan con la consigna de que para vender más, hay que ser bueno en el negocio, y no deparar tanto en detalles económicos externos, que aunque no se pueden dejar de lado, a veces sólo funcionan para desviar la atención.

Ferretería Los Ángeles de Grecia está dirigida por



Deyber, Carlos ("Nano"), Orlando y Felipe, coinciden en que no importa la situación externa ni los vaticinios de la economía. "Aquí no dejamos de trabajar ni de complacer a los clientes".

Carlos Alberto Quesada, conocido popularmente por clientes, amigos y vecinos como "Nano" y Orlando Rojas, quienes son respaldados por Deyber Rojas, Administrador y Felipe Rojas, Encargado de Compras.

"Entendemos que a veces la economía muestra números reales de lo que se está viviendo, pero con trabajo, uno puede cambiar cualquier panorama", dice "Nano".

Carlos y Orlando saben que para estar en este negocio no solo es una cosa de gusto, sino que hay que saber, y cada uno sobrepasa ya los 40 años de experiencia de mantener un roce directo entre herramientas y materiales de construcción. "Nano" dice haber trabajado por más de 25 años en un almacén que se llama Coope Victoria, y que siempre estuvo ligado al área ferretera, y Orlando siempre ha estado relacionado a la parte de construcción.

"Es cierto, que conocemos que se dice que al final de año, vamos a tener menos construcción que el año pasado, según los números, pero no podemos cruzarnos de brazos y menos preocuparnos. Nos toca a nosotros cambiar esos números", agrega.

A librar conflictos

A esta ferretería, también la abriga otro conflicto que es estar en medio de competidores que siempre han sido fuertes en el cantón. Por un lado, tienen a Rojas y Monge en el centro, y a Ferretería Barosa, un poco más allá, y eso sin contar a Materiales Arsenio Soto y otras ferreterías de mediano tamaño.

Aquí es dónde fue necesaria la pregunta sobre cómo hacen para librar este obstáculo y conseguir que los clientes no se queden con las alternativas del centro de la ciudad, y prefieran recorrer los más de 2 kilómetros que los separan del parque central de Grecia, pues se encuentran camino a Sarchí.

Casi de inmediato, "Nano" le cedió la palabra a su administrador, indicando que "Deyber en eso se las sabe todas, y él tiene la respuesta".

"Ahora hay que ser muy personalizado en la atención. Al comprador hay que llamarlo por su nombre, atenderlo bien. A nadie le gusta esperar y eso tratamos de dárselo", dice Deyber, tras indicar que al cliente "hay que hacerlo vivir una experiencia feliz en su compra".

Igual manifiesta que la competencia es muy fuerte, pero "nos hemos pellizcado, mientras nosotros a los 4 años pusimos un sistema de cómputo, Rojas y Monge tardó 20 años, y los mismos clientes nos lo decían".

"Nano" dice que cualquier cosa hace la diferencia, hasta los pequeños detalles, "por eso tenemos café, jugos y sorbetos".

Bueno, pero si cuesta ponerse de acuerdo entre dos, no podemos imaginar lo que podría ser lograr consenso entre cuatro, a lo que Orlando dice: "siempre hay discrepancias, pero también humildad para reconocer cuando estamos equivocados, y saber que para la siguiente decisión se puede hacer mucho mejor".

Y Felipe rescata que todo se puede, mientras la comunicación esté en un canal bien abierto.

Y para aumentar las ventas, saben que una de las formas está en acercar al pueblo al negocio, por eso no escatiman en tener abierta ya una página en las redes sociales con un perfil en Facebook, y no hace mucho organizaron una carrera de 10 kilómetros con salida directamente en el negocio.

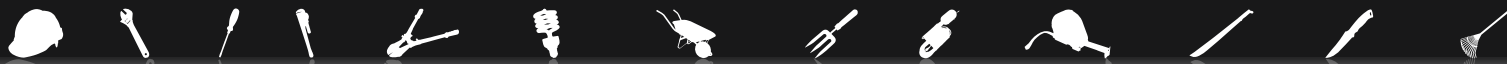
"Las acciones sociales nos ayudan a vender, pues cuanto más se puede ayudar a una comunidad, en su mente siempre estará el nombre de la ferretería", sostiene Carlos.

El negocio mide cerca de 6500 m², y hay 38 personas que atienden la llegada de más o menos 200 clientes diarios.

Sección patrocinada por:



FUERZA EN SU TRABAJO



Lista de Anunciantes

Empresa	Contacto	Cargo	Teléfono	Fax	Apartado	email
Capris	Peter Ossenbach Kröschel	Gerente General	(506) 2519-5000	(506) 2520-1579	7-2400 San José 1000, Costa Rica.	peter.ossenbach@capris.co.cr
INTACO	Roger Jimenez	Gerente Comercial	(506) 2211-1717	(506) 2222-4785	N.D	roger.jimenez@intaco.com
Kativo	Adriana Brenes	Gerente de Mercadeo	(506) 2518-7300	N.D	N.D	adriana.brenes@pintuco.com
Lanco Harris	Ignacio Osante	Gerente General	(506) 2438-2257	(506)2438-2162	N.D	lancoyharris@racs.co.cr
Tornillos la Uruca	Enrique Araya	Gerente General	(506) 2256-5212			gerencia@tornilloslauruca.com
Imacasa	Andrés Zamora	Gerente General	(506)2293-2780	(506)2293-4673	N.D	azamora@imacasa.com
Taike	David Tseng	Gerente General	(506) 2231-7307			dtseng@taikecr.com
Vertice	Eitan Rosenstock	Gerente General	2256-6070	2257-4616		info@verticecr.com
Sur	Ricardo Chanto Ulloa	Gerente Ventas	(506) 2211-3741	N.D	N.D	r.chanto.u@gruposur.com
Distribuidora Reposa	Raúl Pinto	Gerente General	2272-4066	2272-1693	N.D	rpinto@disreposa.cr
Rosejo	Rodrigo Martinez	Gerente de Ventas	2296-7670			rmartinez@rosejo.com
Sika	Juan Carlos Sayago	Gerente General	2293-3870			
Coflex	Mariano de la Torre	Director de Ventas Colombia, Centroamérica y el Caribe	(52) (55) 5523-8014	N.D	N.D	mdeletorre@coflex.com.mx
Importaciones VEGA	Rafael Vargas	Gerente General	(506) 2494-4600	(506) 2444-8351	N.D	rvargas@importacionesvega.com

El nuevo equipo tapa goteras

Cemento Asfáltico

imptek
INNOVACIÓN BIENESTAR



- Cemento asfáltico de base acuosa y alta viscosidad
- Listo para usarse. Se puede disolver con agua (1:1)
- Se utiliza como imprimante, sellante y pegante.
- No es inflamable ni combustible.
- Presentación en envases plásticos: 1/8 galón hasta 5 galones

www.imptek.com

Mejor
Calidad
Mejor
Precio

Banda autoadhesiva

ALUMBAND



- Asfalto modificado con polímeros.
- Protección de foil de aluminio.
- Película desprendible de polietileno.
- Máxima adhesión & grosor (0.20 MM / 0.079").
- Presentación en rollos hasta 1 metro de ancho.

DISTRIBUIDOR EXCLUSIVO Tel 2296-7670 / Fax 2232-0048 / 800-ROSEJO1
ventas@rosejo.com / www.rosejo.com

R
ROSEJO

Expertos **EN LÁMINAS**

En el Coyoil de Alajuela, está la empresa Perfiles Nacionales, con una planta de 3500 m², y son fabricantes de láminas de micro concreto o concreto, de la marca Microconcretos Nacionales.

Además hacen de todo en perfilería: stud, track, angular, furring, canal, en calibres y medidas especiales.

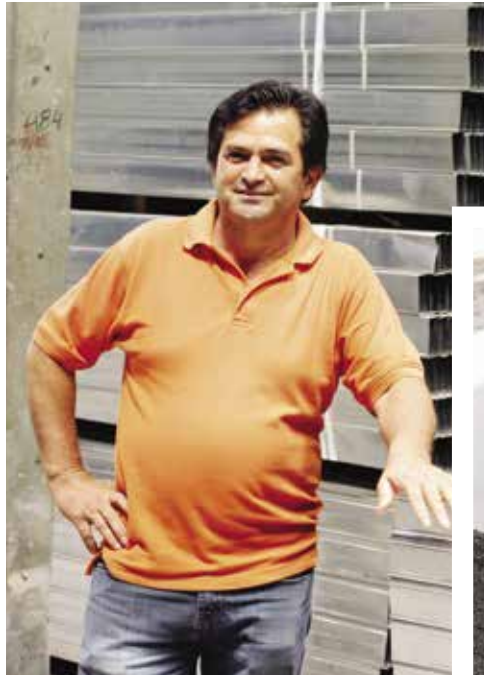
Su propietario Guillermo Villegas, dice que operan desde el 2001, y también comercializan gypsum, pasta y accesorios.

Afirma que la competencia es fuerte, pero que en su empresa viven apegados a la calidad para mandar al mercado un producto que cumpla con todos los requerimientos.

Y es que últimamente, según dice, han proliferado algunas fábricas que hacen estos productos, pero no cumplen con los estándares.

“En nuestro caso, para las láminas utilizamos una malla interna que es de tecnología americana, y hemos visto que se ha encontrado láminas en el mercado con malla tipo mosquitero”, dice Villegas.

Guillermo dice que su empresa está a la disposición de cualquier negocio ferretero en cualquier parte del país.



Guillermo Villegas,
Propietario de
Perfiles Nacionales,
ofrece láminas de
concreto a cualquier
parte del país.



Estas son las láminas que la empresa fabrica y comercializa en el sector ferretero.



IRADI
Iluminamos sus espacios

Distribuido por

TaiKé
Un legado de excelencia

Tel: 2231-7307
info@taikecr.com
www.taikecr.com



EXTERIORES



COLGANTES



LAMPARAS



APLIQUES



PLAFONES



BOMBILLOS

SU CASA
NECESITA UN PRODUCTO
HECHO POR
PROFESIONALES



- Selladores • Pinturas Base Agua • Esmaltes • Anticorrosivos •
- Acabados para Madera • Acabados Decorativos •

Pinturas
Koral

www.pinturaskoral.com