



tuercas y tornillo

En el Caribe saben de ventas **p. 11**
Marcas más vendidas **p. 14**
¡Corona no se va del país **p. 18**
3R no teme al cambio **p. 24**



Ferretero vende en los Confines

Héctor Bernal es un ferretero colombiano, con su negocio Inversiones Confines, en Sarapiquí, con una superficie de más de 6000 m² y que maneja más de 20 mil ítems y sin temores a la competencia

p.32



 /Revista TYT

Suscríbese en:
www.tytenlinea.com/digital

DICIEMBRE 2014 año 18 / No. 222

expo
FERRETERA
su herramienta de negocios
29 al 31 Mayo 2015



PORTE PAGADO
PORTE PAYÉ **PERMISO N° 130**

Constru

TRIVIA



¿Por qué se desprenden porcelanatos en exteriores tan frecuentemente?

- a) Las superficies en exteriores sufren movimientos por los cambios de temperatura.
- b) Los revestimientos se instalan sobre superficies muy calientes o secas.
- c) Se utiliza un mortero con poco contenido de látex.
- d) Todas las anteriores.

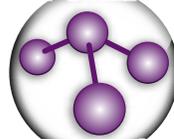
Respuesta: d) Todas las anteriores.

La Solución

Bondex® Premium Oro es nuestro mortero adhesivo flexible para instalar porcelanatos y piedras de baja absorción en pisos y paredes. Su fórmula compuesta por bipolímeros asegura una adhesión superior, tixotropía que permite instalaciones en vertical sin deslizamientos y flexibilidad para asegurar instalaciones en exteriores libres de desprendimientos.



Bi-Polímero



Tecnología adhesiva



Tixotrópico



Flex-TECH

¡Espera más Constru Trivias todas las semanas!

Escríbenos al correo clientes.cr@intaco.com y vuélvete un experto en construcción y asesoría

Seis características juntas que la hacen

INSUPERABLE



MAXIMA
Hi-DEF

LA MEJOR PINTURA
DEL MUNDO

01

MAXIMA COBERTURA
porque es base y pintura de una vez

02

MAXIMO PODER
ANTI-HONGOS, ANTI-ALGAS y ANTI-LIQUENES

03

MAXIMA DURACION
a la intemperie por su fórmula de Protección UV

04

MAXIMA DEFINICION
para colores intensos

05

MAXIMA SEGURIDAD
porque es Cero C.O.V. (sin gases tóxicos)

06

MAXIMA GARANTIA DE POR VIDA

MI MUNDO ES MEJOR CON LANCO

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





PINCELADAS

10 nada de fichas en Jiménez
Aumenta poder Ferretero



18 PERFIL
¡Corona no se va de
Costa Rica!

La Ingeniera Yara Argueta, Presidente Ejecutiva de Grupo Solid, afirma que Corona no se marcha de Costa Rica. "Nunca hemos abandonado un país en el que estamos, y menos lo vamos a hacer ahora".

12 MERCADEO
Calidad, envase y marca
El mercado ha cambiado totalmente. Los que compramos ya no somos los ignorantes, incomunicados, que fuimos hasta hace unos pocos años.

EL FERRETERO

32 Ferretero "profeta" fuera de su tierra
Allá por los confines de esta tierra, cerca de Sarapiquí, y según su propietario, en Ferretería Confines o Almacén El Oriente, lo único que no venden es lo que no tienen...

Perfil

- 20** TAC suena en el cielo
- 21** Taiké llegó a 35 años
- 24** 3R sin miedo al cambio
- 26** ¡Ya son 20 talleres y Makita quiere más...!

En Concreto

14 ¿Quiénes sí dejan marca en el mercado?
Posicionar una marca en el mercado, y conseguir que el cliente piense en ella cada vez que le solicitan un producto, no es tarea sencilla... Hacerlo requiere de todo un proceso, que como primer punto conlleva que el comprador crea y confíe en el producto.

30 Productos Ferreteros



Lea TyT en digital:

www.tytenlinea.com/digital

3.713 vistas en la edición digital

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

Suscripciones

Tel: 4001-6722
revistaty@ekaconsultores.com

Suscribase en:

www.tytenlinea.com/suscripciones

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



En nuestra próxima edición Enero / TYT 223

Especial: Sistemas constructivos y techos prefabricados, fibrocemento, pretensados, zinc, cielorrasos, aislantes, sistemas prefabricados.

Las novedades que copan el mercado y que generan que los ferreteros incrementen sus ventas. Un especial que marcará la pauta de los empresarios ferreteros para direccionar sus inversiones en el año, hacia este tipo de productos.

Estadísticas de la construcción

Expectativas del sector construcción para el 2015

Cierre comercial: 08 de diciembre, 2014



Anúnciese en TYT Y exponga en Expoferretera y Expoautomotriz

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

Encuentre ejemplares de TYT en nuestros puntos de distribución:

Tecno Lite
LA LUZ ES TUYA

MADISA

SUPER BATERÍAS
LOS ESPECIALISTAS EN BATERÍAS

DUARCO

BAOBY
— DE CENTROAMÉRICA S.A.

GRUPO KATIVO
An H.B. Fuller Company

SUR

CÁMARA DE EMPRESARIOS DEL COMBUSTIBLE

CONSTRU PLAZA

Grupo Indianapolis

CON
STIHL®

¡USTED VENDE CALIDAD Y SEGURIDAD
CON EL MEJOR RESPALDO DEL MERCADO!



8%

¡De descuento!

En convenientes plazos de 90 días

Cofersa
mayorista ferretero

DISTRIBUIDOR AUTORIZADO
PARA EL CANAL FERRETERO

Teléfono Cofersa
2205-2525



MOTOGUADAÑA LIGERA
FS38



MOTOGUADAÑA
FS55



MOTOGUADAÑA
FS85



SOPLADOR
SH86



CORTADORA
6.25 HP



MOTOSIERRA
MS180



CORTASETOS
HS45



Farmagro
Costa Rica

Oficinas Centrales San José 2547-9797
www.farmagro.co.cr



Farmagro, S. A.



¿PARA CUÁNTOS SÍ ESTÁ PREPARAD@?

Pasa en la vida, pasa en la empresa, pasa en cualquier circunstancia, pasa en cualquier decisión, pasa en cada momento, nos pasa en todo... Son esos instantes en que por ejemplo, queremos que nos digan "sí", buscamos a toda costa que así sea, pero al final, nos terminan "pegando", por así decirlo, en la frente, el rótulo del "no".

¿Cuántos de nosotros nos preparamos para un sí? Quizás ni lo pensamos, ni deparamos en ello, porque probablemente, tanto lo queremos desde fuera, pero por dentro ni siquiera vamos positivos en nuestra intención de obtener un sí. Una mente positivamente convencida trabaja en armonía perfecta para obtener un "sí", una mente que quiere un "sí", pero que no se prepara, inevitablemente está condicionada a obtener un "no".

Un sencillo ejemplo: al estar del otro lado del mostrador, intentando satisfacer la necesidad de un comprador, al que interpretamos que si requiere un producto, es el gancho para ofrecerle otros, he alcanzado a escuchar cosas como: "¿No quiere que le muestre los colores de pintura que tenemos?", "¿No quiere ver las nuevas máquinas soldadoras que nos llegaron?"...

Dos sencillas preguntas que llevan un "no" implícito, y hasta de primeros, es la herramienta perfecta para obtener el resultado contrario que perseguimos, para que simplemente, el comprador, nos estampe el "no" que para nada queremos.

La mente es sumamente poderosa, dicen los expertos que la trabajan y estudian a diario, por eso cuando afirmamos que hay que prepararnos para un "sí", debemos cubrir todos los espacios posibles que nos lleven a obtenerlo. "Permítame sorprenderlo con los nuevos colores de pintura que tenemos, fijo que le van a servir para su proyecto...", es una buena forma de empezar a cautivar un cliente e iniciar la búsqueda de un "sí" para conseguir una buena venta.

Todo es parte de un trabajo que camina poco a poco hacia un "sí"... Es algo así como el amante que trabaja con constancia en su conquista, y todo responde a una preparación para obtener ese tan ansiado y esperado "sí", de su amada.

Tenga en cuenta que obtener un "sí" no basta con solo pensarlo, como decimos hay que trabajarlo e integrar todo lo que rodea a éste. "Sí quiero ser un excelente vendedor..." ¿Cuánto quiere vender? ¿Por día, por semana o por mes? Hay que ser suficientemente explícito para alcanzar un "sí"... ¡Haga la prueba!

Hugo Ulate Sandoval
hugo@ekaconsultores.com



No te limites, porque con GE y sus breaker termomagnéticos de 1/2" si puedes ampliar tu centro de carga.

Porque la media si vale con GE



GE CENTROS DE CARGA
BREAKER
TERMOMAGNÉTICOS 1"
BREAKER
TERMOMAGNÉTICOS 1/2"
SUPRESORES DE VOLTAJE
BREAKER FALLA TIERRA
BREAKER FALLA ARCO



ELEKTRO
SYSTEMAS
ELK-SOLUCIONES FERRETERAS

Distribuye
Elektrosistemas
de Costa Rica

Tel: (506) 2456-2020
Fax: (506) 2456-2525



Tablilla TAC Blanco 000

Tablilla de **PVC** desde 1999

Un producto más de **CANET**

www.persianascanet.com • Costa Rica • El Salvador • Nicaragua • Oficinas Centrales 2280-1050 Ext:127

El evento donde
encuentra todo
lo que necesita
para su oficina

EXPO OFICINA Y TECNOLOGIA

**Martes 3 y
Miércoles 4
de Febrero, 2015**

Wyndham San José Herradura, Costa Rica

Expositores:

- Mobiliario
- Servicios de impresión
- Suministros de oficina
- Servicios de TI
- Desarrolladores de oficinas y áreas comerciales
- Servicios de finanzas y seguros
- Servicios al personal y Reclutamiento
- Servicios de Outsourcing
- Decoración de oficinas
- Servicios de capacitación y educación

Actividades simultáneas:



- Premio Oficina Verde

- Networking Coffee • Charlas

www.expooficina.net

Horario: Martes 11:00 a.m. — 8:00 p.m.
Miércoles 11:00 a.m. — 6:00 p.m.

Reserve su stand

Astrid Madrigal
astrid@ekaconsultores.com
Cel: (506) 7014-3607
Tel: (506) 4001-6725

Pinceladas

CARTAS

Pastel ferretero

Excelente revista que hace de sí misma, una plataforma y herramienta con la información actualizada, al más alto nivel, en lo que se refiere a la distribución de la participación del pastel ferretero costarricense. Promueve la eficacia y excelencia de la competitividad sostenible.

Francisco Loaiza

Correo electrónico: fjls02@yahoo.com

R/ Estimado señor Loaiza agradecemos profundamente sus palabras, que se convierten en motivación para continuar nuestra labor.

AUMENTA PODER FERRETERO

Nicaragua.- En octubre pasado, según el rotativo La Prensa, Sinsa abrió las puertas de su nueva sucursal en carretera a Masaya, la que cuenta con una inversión ciento por ciento nicaragüense.

La tienda tiene una extensión de 7,500 metros cuadrados donde hay una variedad de productos novedosos: un centro de diseño de cocinas, centro de pinturas, centro de armado y balanceo de llantas, servicios residenciales a domicilio en plomería, cerrajería, electricidad residencial, entre otros.

La tienda también cuenta con un área para brindar servicios personalizados a contratistas, servicios de madera, amplia variedad en materiales de construcción y stock completo de inventario en bodega.

Katy Alemán, Gerente de Mercadeo de Sinsa indicó que esta tienda es la más grande del país de las 15 que hay a nivel nacional.

Agregó que cuenta con un banco, cafetería y un área de actividades y manualidades para niños para mayor comodidad de sus clientes.

Posee un área de 2,220 metros cuadrados destinadas a materiales de construcción y un estacionamiento para 150 vehículos.



Muy parecidas en su formato, a negocios como Epa, en Nicaragua, las tiendas Sinsa toman fuerza con 15 sucursales en todo el país.

NADA DE FICHAS EN JIMÉNEZ

En el Almacén Hermanos Jiménez, en Cariari de Pococí, dicen que en temas como servicio al cliente, tratan de sacarse nota 10, y su consigna está no solo basada en que los compradores encuentren de todo lo que buscan, sino que no tengan que esperar...

Así nos lo comentó, Yurán Andrés Jiménez, Proveedor del negocio, quien incluso dice y va un poco más allá al afirmar que “ni siquiera nos gusta el sistema de entregar ficha porque sentimos que eso hace el servicio más lento”.

¿Pero cómo logran, en momentos de alto tránsito, atender los clientes con prontitud? “En esto estamos todos entrenados y capacitados. Cuando los compañeros de mostrador están sumamente ocupados, nos incorporamos a atender los de otros departamentos: bodega, contabilidad, la gente del patio, entre otros”.

Sostiene que muchos clientes les han comentado que han llegado a otros negocios y no los atienden con rapidez o bien, pasan hasta desapercibidos.

“La competencia es muy fuerte, y hay que buscar cualquier oportunidad para sacar provecho”.

Otra estrategia que poseen clara es que aunque el factor de precio es indispensable, para Jiménez es más importante que el inventario esté completo.

“Hay clientes que prefieren surtir todo un listado, sin faltantes, pero llevarse toda la mercadería sin importar el precio. Buscan en primer lugar que haya de todo, y el precio va en segundo plano”, cuenta Jiménez.

Yurán asegura que para cumplir con un inventario firme y completo, hay que estar muy atento con los proveedores, realizar los pedidos con tiempo, y tener un control estricto de las entregas. “Hay que llamar cuando se dan atrasos”.



En Almacén Hermanos Jiménez tienen muy claro el trabajo en equipo. Una de las premisas es que el comprador no tenga que esperar para ser atendido.

IMACASA
FUERZA EN SU TRABAJO

**FUERZA
EN SU TRABAJO**

www.imacasa.com

www.tytenlinea.com • Diciembre 2014 **TYT** 11

Innovación EN LA VENTA

Por José David Ulloa / Marketing & Sales. (*)

El ser humano a lo largo de la historia siempre está inventando cosas. La innovación es parte inherente al desarrollo de la humanidad. Cuando hablamos de innovación empresarial nos referimos a encontrar nuevas soluciones e implementarlas para satisfacer distintas necesidades.

A nivel empresarial, se habla de niveles de innovación de producto, de procesos, de gestión administrativa y de marketing. En este artículo nos enfocaremos en la innovación de marketing y gestión de ventas. ¿Por qué seguir utilizando las mismas técnicas del pasado para vender al detalle hoy?

Desde mediados del siglo pasado, aparecieron una serie de “gurús” que nos recitaban una serie de tácticas de venta personal para incrementar los ingresos personales y de la empresa. Estos métodos aplicaron y funcionaron muy bien en el pasado. Curiosamente, todavía hoy funcionan, pero cada vez con más dificultad, porque los clientes y consumidores de hoy están mucho más informados, cuentan con más opciones para elegir y son mucho más astutos que los clientes del pasado.

Estos métodos antiguos hay que adaptarlos a las nuevas tecnologías que nos ayudan a ser más efectivos. Pero para esto, ocupamos imaginación y creatividad, debemos pensar de una manera diferente a lo previamente establecido. Debemos cambiar viejos paradigmas, viejas prácticas y amoldarnos a la nueva manera de interactuar con los clientes y sus nuevos hábitos de consumo.

A continuación, se mencionan dos áreas y oportunidades de mejora que se deben incorporar al proceso de venta personal en el mundo “retail” actual:

Innovación en Servicio y Venta Consultiva. El arte de preguntar es vital en la venta al detalle. Aunque este no es un principio nuevo, si lo es en cuanto a su aplicación. La mayoría de los vendedores “venden” de la manera tradicional, se enfocan en el producto (levantan pedidos) y no en las necesidades del cliente.

Los clientes quieren sentirse importantes y escuchados, pero en la mayoría de las ocasiones no encuentran al asesor que los escuche, les brinde beneficios y les pregunte sobre sus preocupaciones. Esto no significa sólo saber escuchar, se debe tener un guión estructurado sobre qué preguntar al cliente. Recuerde: “El cliente no quiere una broca de ¼ de pulgada, quiere un agujero de ¼ de pulgada para colgar un adorno en la pared de su sala”.

Decisión correcta

Luego de la venta, confirme que su cliente haya recibido los beneficios prometidos y asegúrese que tomó la decisión correcta con ese comprador. En el presente, existe software que permite dar seguimiento y clasificar a sus distintos tipos de clientes, conocer la periodicidad de compra y hasta entender los gustos y preferencias. Estas herramientas tecnológicas (como los CRMs) ayudan a aumentar la permanencia de los clientes en su empresa.

Redes Sociales y Smartphones. Actualmente, el costo de contar con una página web, Facebook, Twitter, un blog y Whatsapp; es prácticamente cero. Entre de los nuevos hábitos de comportamiento del consumidor, el nuevo momento que se incorpora dentro del proceso de compra es buscar en internet lo que se quiere comprar. El famoso “Momento Cero” es donde en muchas ocasiones, dependiendo de lo que el comprador vea en internet, se convierte en el detonante que hace al cliente decidir su compra (esto justifica la aparición de los actualmente llamados: “Community Managers”).

Es injustificable que un negocio y sus agentes vendedores en este nuevo siglo, no utilicen estas herramientas web y de telefonía móvil.

Por mencionar un hecho importante, en Costa Rica más del 70% de la población cuenta con celular y el número sigue aumentando. Contar en nuestro teléfono con videos de You Tube, que respalden los productos que tenemos en nuestros anaqueles y sitios web en el celular



* José David Ulloa será uno de los expositores en el Seminario Ferretero, de diciembre 2014

Para más información:
Tel: (506) 4001-6722

para mostrarlos en el momento de atender al cliente, pueden mejorar la experiencia de compra del consumidor y aumentar su confianza hacia nosotros.

Piense diferente, innove y trate de cambiar la dinámica de venta en su negocio. Busque nuevas maneras de interactuar con sus clientes. Para ayudarlo en este proceso, piense en diferentes ideas y métodos para contestar las siguientes preguntas e implementarlas en su negocio:

¿Cómo incrementar la cantidad de personas que visitan el negocio?

¿Cómo aumentar el porcentaje de cierre de ventas entre las personas que visitan el negocio?

¿Cómo aumentar el consumo entre sus clientes actuales?

¿Cómo agrandar el combo?

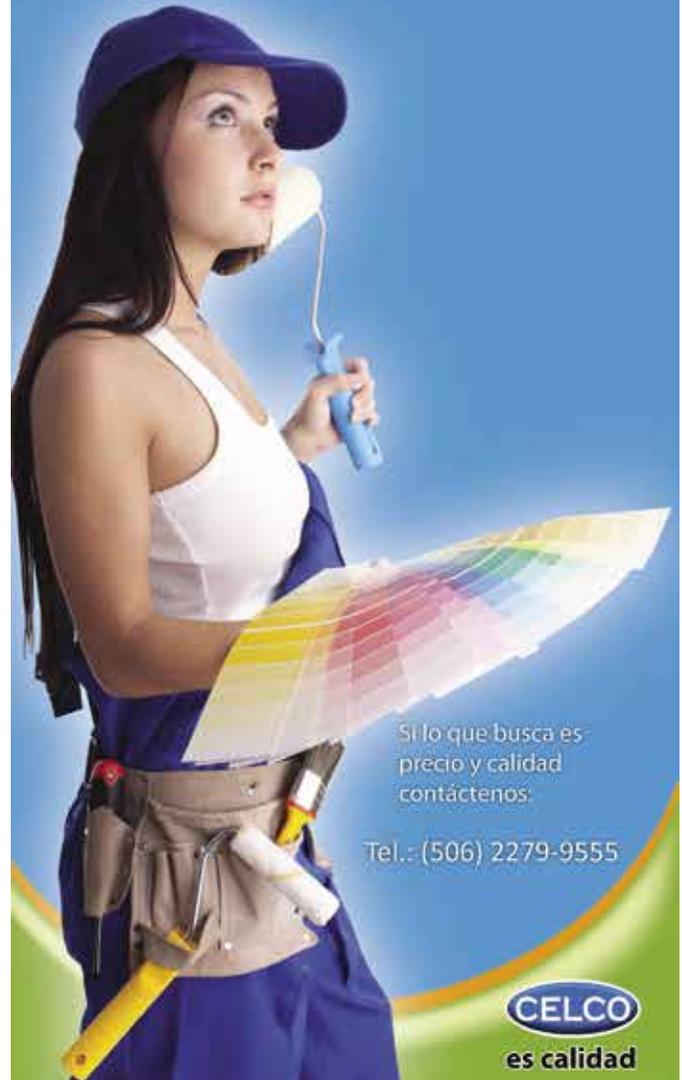
¿Cómo incrementar el número de transacciones entre sus clientes actuales? (La periodicidad de recompra).

Para cada una de estas preguntas, existe un sin número de respuestas; dependiendo de su creatividad. Hay que cambiar viejos paradigmas y amoldarlos a la nueva manera de interactuar con los clientes y sus nuevos hábitos de consumo, para poder competir y aumentar la participación de mercado. Recuerde que se debe innovar en el proceso de venta, como parte de la mejora en la competitividad de su empresa.

Pinturas CELCOLOR

Le ofrece variedad en productos:

- Pinturas arquitectónicas e industriales.
- Pinturas para tráfico.
- Recubrimientos para madera.
- Acabados automotrices.
- Revestimientos.
- Estucos y más.



Si lo que busca es
precio y calidad
contáctenos:

Tel.: (506) 2279-9555

CELCO
es calidad

¿Quiénes sí dejan MARCA EN EL MERCADO?

Posicionar una marca en el mercado, y conseguir que el cliente piense en ella cada vez que le solicitan un producto, no es tarea sencilla... Hacerlo requiere de todo un proceso, que como primer punto conlleva que el comprador crea y confíe en el producto.

Aunque hay productos como los tornillos que no tienen marca, el nombre del proveedor se instauro con fuerza, casi adherido en la mente de los encargados de compra. Por eso, cuando se pide la respuesta a los ferreteros hacia cuál es la marca de tornillos que le ayuda a vender más, es lógico que los clientes de inmediato mencionen las compañías distribuidoras.

Así pasa, por ejemplo, para otros productos como el block, piedra y arena, y otros, sin embargo, todos los restantes, sí poseen marca específica, y aunque se pudiera pensar todo lo contrario, los compradores ferreteros las tienen muy en su mente, y más allá de eso, las tienen para usarlas.

Detrás de una marca está todo el proceso de soporte que las empresas: servicio de entrega, facturación, cobro, y muy fundamentalmente, el servicio que otorga el agente de ventas encargado de visitar en sitio al cliente.

Este es el listado de marcas más mencionadas por los ferreteros, y que a la postre, son las que más venden en sus negocios. Para establecer este ordenamiento, se consultó a 100 ferreteros, de todo el país indicar las 5 marcas que más se venden en su establecimiento.

Aquí presentamos las más mencionadas, en orden alfabético, sin publicar el número de votos, pues solo la mención y no la cantidad, hacen merecedora una marca de aparecer en la publicación.

MARCAS MÁS VENDIDAS POR LOS FERRETEROS

1 3M	19 Fandeli	37 Pretul
2 Águila	20 General Electric	38 Sata
3 Amanco	21 Gladiator	39 Sista
4 ArcelorMittal	22 Great neck	40 Stanley
5 Best Value	23 Holcim	41 Súper Bonder
6 Black and Decker	24 Imacasa	42 Sur
7 Bosch	25 INTACO	43 Surtek
8 Bosny	26 Irwin	44 Sylvania
9 Bticino	27 koral	45 Tecni Gypsum
10 ByP	28 Lanco	46 Tornillos La Uruca
11 Caimán	29 Lorenzetti	47 Tramontina
12 Celco	30 Metabo	48 Tri-Circle
13 Cemex	31 Metalco	49 Truper
14 Conducen	32 Neo	50 Universal de Tornillos
15 Corona (Loza)	33 Pedregal	51 Viakon
16 Cutler Hammer	34 Philips	52 Yale
17 DeWalt	35 Plycem	
18 Durman Esquivel	36 Poxipol	

MARCAS DE MÁS ÉXITO

(por orden alfabético)

Amanco	Lorenzetti
Bticino	Metabo
Cemex	Metalco
Dewalt	Neo
Fandeli	Philips
General Electric	Price Pfister
Gladiator	Sata
Great Neck	Sur
Hilco	Surtek
Imacasa	Tactix
INTACO	Truper
Koral	Westinghouse
Lanco	

Facilidad de venta

Hay marcas que por su trayectoria y prestigio, el mercado les reconoce una posición. Marcas que facilitan su venta, que el comprador las conoce y más allá de eso, incluso las solicita en su pedido. Todo es consecuencia del valor de marca.

En la segunda parte de la investigación a los ferreteros se les pidió indicar cuáles eran las 2 marcas de más éxito, entendido éxito como las marcas fáciles de vender, y las que más prestigio en el mercado han cosechado. El ordenamiento aparece en orden alfabético.

PRODUCTOS MÁS INNOVADORES

- Plaquería, de Bticino
- Conectores eléctricos, de 3M
- Tejas de Alutech
- Bombillos LED Best Value, de Importaciones Vega
- Herramientas eléctricas Metabo
- Candados Yale, de Indudi
- Breker de falla tierra y falla arco, de Cosmac y El Eléctrico ferretero
- Sifones Flexibles, de Durman
- Grifería Graciela, de Distribuidora Arsa
- Pinturas Koral, de Sur
- Herramienta eléctrica Makita.
- Soluciones sépticas, de la Casa del Tanque
- Felpa antigota, de Unidos Mayoreo
- Cable Armorflex, de Importaciones Vega

Finalmente, se le solicitó a los ferreteros consultados indicar cuáles fueron las innovaciones más connotadas o que más les sorprendieron en este año, y de qué casa proveedora.

Estas fueron las principales menciones. El orden de aparición es al azar.

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.

exp

FERRI

su herramienta

29, 30 y 31 de Mayo, 2015

Regístrese y consiga su entrada gratis

000

ETERERA

ta de negocios

Centro de Eventos Pedregal

en www.expoferretera.com



¡Corona NO SE VA DE COSTA RICA!

Contrario a lo que muchos habían pensado, Grupo Solid aclara que no se están marchando del mercado tico, y que más bien, de cara al 2015, entrarán con más fuerza.

Yara Argueta, Presidenta Ejecutiva de Grupo Solid de Guatemala, nos llamó desde esa ciudad, para desmentir los rumores que corren por el mercado, sobre el cese de operaciones de la compañía en el mercado tico y su marcha a Nicaragua.

Asimismo, indicó que siguen liderando en su país, con crecimientos que define como importantes y que solo estimó que andaban por el orden de los dos dígitos.

Aseguró que son dominantes en los 5 canales en que estructuran el mercado, entre ellos ferreterías, consumidores finales, grandes superficies, exportaciones, tiendas propias y otros.

De hecho, en Guatemala poseen más de 60 tiendas propias y atienden cerca de 6200 establecimientos ferreteros en todo Centroamérica.

“Es que en Guatemala, comparado con otros países del área, la economía ha caminado bien”, dice Argueta.

- ¿Qué pasa con la compañía que no ha podido replicar, en Costa Rica, el éxito que posee en Guatemala y otros países?

- Esa ha sido, como ejecutiva, por así decirlo, mi asignatura pendiente. Hemos tenido muy buenos resultados en los otros países de Centroamérica y cada vez más con más peso. Hoy, más de la mitad de nuestras ventas vienen de fuera de Guatemala.

“Panamá ha sido el país con los mayores crecimientos, muy bien Honduras y Nicaragua, donde en este último acabamos de comprar un negocio y ya tenemos arriba del 50% de ese mercado. Pero Costa Rica es el único que no hemos conquistado como los demás”.

- ¿A qué podría deberse?

- Tiene que ver con varias cosas. Hay una rivalidad competitiva muy fuerte con dos competidores regionales, y que tienen como casa a Costa Rica. Hay 5 jugadores desde Guatemala hasta Panamá, en el negocio de pintura, y cada uno es líder en su casa, lo que ha generado una competencia más fuerte para otros que quieren entrar.

“También hay un tema cultural muy diferente al nuestro, que nos dificulta un poco, y lo último, que considero ha sido el mayor error, pero que ya estamos corrigiendo, ha sido que como nos va tan bien en el resto de países, estábamos replicando lo mismo en Costa Rica, y habíamos creado una estructura igual a la que teníamos en las otras naciones, sin que realmente nuestro negocio fuese igual en este mercado”.

No se van...

- ¿Y qué piensan hacer al respecto?

- Hay que hacer un “approach” (enfoque) diferente validando bien cuál y cómo es el tipo de cliente que trabaja con nosotros, cómo podemos tratar de desarrollarlo sin hacer esa copia que hemos hecho en el resto de Centroamérica.

- ¿Entonces, Corona no se está marchando de este país ni se va a llevar su operación a Nicaragua?

- No de ninguna manera. Nosotros no nos estamos marchando de Costa Rica. “Nunca hemos abandonado un mercado y menos lo vamos a hacer ahora”.

“Los competidores, lamentablemente, siempre tratan de encontrar alguna debilidad por ahí, para tratar de hacernos flaquear, pero este no es el caso. Es solo un rumor o una mala conclusión que algún competidor sacó”.

Argueta sostiene que han hecho algunos cambios en la forma en que han estado trabajando en los últimos años, y cita por ejemplo: una variación en la estructura del personal y en su gente “porque contábamos con una mezcla que respondía a una red de distribución que no teníamos en Costa Rica”.

Asegura que esperan entrar con una estrategia diferente, pero dice que antes “tenemos que podar el árbol y “quitar” las hojas secas”.

Concluye en que “queremos tener una distribución más selectiva, afianzar y apoyar más a los clientes que quieran crecer con nosotros, sin que signifique dejar de atender a alguno, y llegaremos con algunos productos nuevos, además del relanzamiento de otros”.

Yara Argueta, Presidenta Ejecutiva de Grupo Solid de Guatemala, confirmó y ratificó que en Costa Rica, Corona está muy firme y que para nada han pensado marcharse de este mercado.





Daniel Urbina, Gerente de Mercadeo y Ventas de Canet, asegura que manejan un inventario muy fuerte en la tablilla TAC, con diseños exclusivos, consultados previamente con el cliente final, para impulsar más la venta en las ferreterías.

TAC: SUENA EN EL CIELO...

En Canet, desde 1999 le entraron al mercado de tablilla de PVC para cielos y paredes interiores, y dicen que en este producto nadie les pone la mano.

Daniel Urbina fue muy claro en indicar que la tablilla TAC de la que son importadores exclusivos, posee algunas ventajas y beneficios que la hacen diferenciarse en el mercado.

Y como diferencias ante los competidores y beneficios para el ferretero, cita tres: los diseños que son propios, escogidos en el departamento de diseño de la empresa, junto con la retroalimentación que hacen con el cliente final, además el producto tiene las mismas o mejores cualidades competitivas de otros en el mercado, y como tercer punto señala la percepción del cliente por la marca, que es la garantía final.

“Nosotros le brindamos todas las garantías al cliente sobre la calidad del producto y le hacemos saber que está respaldado por Canet, una empresa con más de 64 años en el mercado”, asegura Urbina.

Producto uniforme

El gerente apunta que este es un producto de alta competencia en precio, pero que requiere de mucho cuidado con la calidad. “Precisamente, esa mezcla es muy delicada para nosotros y por eso la cuidamos siempre”, dice Urbina.

Y cuando habla de calidad, ésta no solo responde lo buena que puede ser la tablilla, sino a que responde a un proceso estandarizado, de

manera que la calidad sea siempre la misma, sea uniforme.

Asegura que precisamente esa rigurosidad en resguardar la calidad, hace que “vayamos por todo en el mercado, y cuando digo por todo, quiero decir que queremos ser los líderes”.

De cara al mercado ferretero asegura que están en constante apoyo con los clientes, con una apertura de publicidad más abierta, con más exposición, lo que indudablemente, impulsa la compra.

“Posee otros beneficios como la mezcla de precio y transporte, además que siempre nos preocupamos por proteger a nuestros distribuidores, con el manejo de un precio muy competitivo, así evitamos que el cliente final nos venga a comprar directamente la tablilla en Canet porque le saldría más cara que comprarla en la ferretería”.



Un inventario amplio de productos de sus marcas Iradi, Westinghouse y Tokoa, aseguran al distribuidor ferretero un servicio inigualable.

TAIKÉ: 35 AÑOS DE EXCELENCIA Y ÉXITO

1979 y la visión de don Fernando Tseng y su esposa Alicia Lin, fueron la fórmula que se conjugó para que hace 35 años, naciera en Costa Rica, su empresa importadora y distribuidora de productos asiáticos en iluminación y tubos decorativos, la que todos conocimos inicialmente como Tubo Decorativo Corporación (TUDECO).

Por Taiké

Pocos años después, y gracias a la expansión demostrada, se fundó la compañía hermana Proyectos Tauca para ampliar su stock, diversificando en la comercialización de muebles para oficina, hogar y otros nichos de mercado. Justamente, por el crecimiento y la ampliación de negociaciones en los mercados ya no solo de Taiwán, sino de China y de otros países asiáticos, es que decidieron crear Taiké, como nombre corporativo y sombrilla para sus subsidiarias y la gama amplia de productos que distribuyen.

“Taiké quiere decir “suerte y bonanza” en chino mandarín, y bajo nuestro eslogan ‘Un legado de excelencia’, buscamos todos aquellos productos en muebles para oficinas y hogar, iluminación y en tubos decorativos que satisfagan las necesidades de calidad y precio, para la gente más importante: nuestro distribuidor y consumidor”, explicó David Tseng, Gerente General de la compañía.

Marcas propias

Taiké cuenta con dos marcas propias. Tokoa está especializada en muebles de oficina y hogar, conceptos diseñados con elegancia, funcionalidad y confort; con las últimas tendencias y estilos en decoración de espacios internos, para amueblar oficinas, salas, comedores, dormitorios y exteriores, con excelencia. Iradi, por su parte, posee una línea variada de luminarias, con diseños novedosos que marcan el rumbo de la iluminación mundial, conservando variedad de estilos.

También tienen la representación en Costa Rica de la mundialmente reconocida marca Westinghouse iluminación, y desde hace ocho años distribuyen ventiladores de techo y portátiles, bombillos de ahorro y de tecnología de iluminación LED.

Con oficinas centrales en Pavas, la empresa opera en el mercado costarricense por medio de más de 200 distribuidores en todo el territorio nacional, a quienes garantizan disponibilidad de producto, respaldo y excelencia en el servicio, más de 500 productos para luminarias y 300 para muebles de hogar y oficina. “Taiké es una empresa con pasión por la excelencia, y por eso organiza y gestiona sus procesos para trasladar esa excelencia a sus productos y servicios”, puntualizó Tseng.



Profesionales muy bien capacitados y dispuestos a brindar el mejor servicio, son parte de su historia de éxito. En las fotos, el gerente general David Tseng y sus ejecutivas de ventas.

¿Quiere la camiseta original de Keylor Navas?

Solamente debe suscribirse a la revista TyT digital ingresando a www.tytenlinea.com y quedará participando en la rifa de 1 camiseta oficial del arquero del Real Madrid Keylor Navas. La premiación se realizará el 19 de Enero 2015.



Suscríbese a la revista tyt digital ingresando a www.tytenlinea.com

Más información

Alejandra Monge, alejandra@ekaconsultores.com
Tel: (506) 4001-6723

Para Anunciarse:

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



DEWALT®

Los mejores discos abrasivos DE ALTO RENDIMIENTO



**HIGH
Performance**

IMPORTACIONES
VEGA
LA RESPUESTA DEL FERRETERO

DISTRIBUYE IMPORTACIONES VEGA. | Tel.: 2494-4600 | [f](#) /importacionesvega

SOLIDEZ GARANTIZADA.™



3R sin miedo AL CAMBIO

Este es el nuevo edificio de Almacén 3R. Mide cerca de 2400 m², cuenta con 40 colaboradores y la llegada en promedio de 400 compradores diarios.

Almacén 3R de Guápiles paso de tener un negocio de 1100 m² a una superficie de más del doble, que los llevó a mejorar el control y el orden, pero les trajo más ventas y más poder de exhibición.

Cuando una empresa frena sus operaciones por remodelaciones a su infraestructura arriesga a perder clientes, a darle “alas” y ventaja a sus competidores, y probablemente, hasta podría generar especulaciones en el mercado.

¿Pero, qué hacer si una ferretería requiere con urgencia de un local más amplio para comodidad de sus compradores, ofrecer más productos y vender más? La respuesta la tiene Almacén 3R en Guápiles, que pasaron de tener un local de 1100 m² a uno de 2400 m², y construyeron sin necesidad de interrumpir su operación.

¡Así fue! Cuando los clientes se percataron vieron levantarse sobre ellos una construcción tipo domo que daba la amplitud que un negocio como éste demandaba.

Otros nichos

Dennis Rodríguez, Gerente General del Almacén, cuenta que el nuevo edificio lo inauguraron el 28 de junio de este año.

“Todo lo conseguimos gracias al trabajo en equipo, porque en el momento que se construía había que estar muy atentos para que los clientes sintieran incomodidades”, dice Rodríguez.

Precisamente en este sentido, indica que hasta debieron ubicar personal en las afueras del negocio para recibir a los compradores y llevarlos directamente a donde estaba lo que buscaban.

“Ahora todo es diferente porque trabajamos con más holgura, hay más espacio para explotar mucho más la exhibición de productos e incluso nos da la posibilidad de explotar otros nichos de mercado, pues introdujimos, por ejemplo, electrodomésticos que atraen otro tipo de compradores”, asegura.

Dice que al pasar al doble de superficie ahora requieren tener mucho más orden y control, pues también se incrementaron las líneas y la profundidad de éstas.

“El flujo de clientes es mucho más alto, incluso atendemos con ficha para ser más ordenados, pero también nos hemos hecho más eficientes en el tiempo de respuesta de forma que el cliente no tenga que esperar mucho para ser atendido”. Y es que para Dennis en un negocio como este, y dada la competencia que existe en el cantón, es clave mejorar el tiempo de respuesta hacia los compradores. “Es que sí vamos a cambiar hay que hacerlo con repercusiones positivas”, dice Dennis.

Dentro de las ventajas además del espacio que les ha dejado el nuevo edificio se encuentra que “ahora contamos con un segundo piso y una fortaleza en la parte vitrina, además ha atraído proveedores que antes no nos tomaban en cuenta”.

De cara a los compradores, Rodríguez afirma que el cambio les ha gustado. “Los clientes están contentos y un espacio más amplio nos ha permitido establecer más alianzas con los proveedores”.

Dennis Rodríguez, Gerente General de Almacén 3R, dice que cuando decidieron ampliarse, lo hicieron sin tener que cerrar el negocio. "Había que ser muy ordenados y manejar tiempos justos". Lo acompañan sus compradores Sergio Picado y Sandro Sandí.





Ericka Porras,
Gerente de Taller
de Servicio y
Francisco Calderón,
Gerente Comercial
de Tool Solutions,
Representantes
de Makita para el
país, anuncian que
arrancaron con
fuerza la apertura de
talleres de soporte,
en todo el país.

¡Ya son 20 talleres Y MAKITA QUIERE MÁS...!

El que se alimenta, toma fuerza... Así dicta la lógica, y por eso Tool Solutions, Representantes y Distribuidores de Makita en el país, dicen estar más fuertes que nunca, gracias a la apertura de 20 talleres de servicio, de reparación y repuestos que han abierto en todo el país.

Ya llevan 20 centros autorizados y ojo, porque esperan abrir más... O sea que la cosa apenas arranca.

Así lo indicaron Ericka Porras, Gerente de Taller de Servicio y Francisco Calderón, Gerente Comercial de Makita, al afirmar que las herramientas Makita van como la espuma, "creciendo cada día más en el sector, gracias a que los clientes ahora sí sienten un respaldo total con esta apertura de talleres", asegura Porras.

Afirma que los todos los talleres están debidamente certificados por medio de un curso intensivo impartido por un técnico internacional de la marca. "Requieren realizar un examen teórico y práctico para constatar que pueden otorgar el servicio a la marca", afirma Ericka.

Rigurosos

Una vez que los talleres son avalados para dar servicio a la marca, entran en un proceso de reafirmación, donde reciben rotulación en el punto. "El taller queda capacitado para atender cualquier herramienta Makita". Tool Solutions pretende abrir más talleres, pues tiene como objetivo cubrir

todo el territorio nacional.

Y para que no quepa la menor duda del potencial de respaldo que quiere dar la compañía, Calderón comenta que ya incluso se hizo una inversión en inventario de repuestos para toda la variedad de máquinas, de más de 150 millones de colones, "con el fin de que haya una plena satisfacción total en la demanda".

De esta forma, los talleres están en la capacidad de dar soporte a todos los equipos que se encuentren en garantía, comercializan repuestos y accesorios.

"Sin duda, esto hace que seamos más eficientes en los tiempos de respuesta, pues, por ejemplo, el usuario de zonas alejadas, ya no requiere trasladarse con la máquina hasta San José", dice Porras.

SERVICIO

Makita®

ESTÁ AQUÍ



CON LA MEJOR Y MÁS AMPLIA RED DE SERVICIO POST VENTA DEL PAÍS
REVISIÓN, REPARACIÓN, VENTA DE REPUESTOS ORIGINALES, TRAMITE SUS GARANTÍAS

ENCUENTRE NUESTROS TALLERES DE SERVICIOS

PROVINCIA: SAN JOSÉ

Uruca San Jose

CAPRIS S.A.

Teléfonos: 2519-5070 • 25195075

Santa Ana

EQUIMUSA S.A.

(EQUIPOS MUNDIALES)

Teléfonos: 2282-2802 • 8705-3975

Desamparados

SERVASA (Servicios Arias Sanchez)

Teléfonos: 2250-5208 • 2250-9871

Guadalupe

TALLER VILUGUI S.A

Teléfonos: 2280-4940 • 8314-7250

Perez Zeledón

TALLER BOGANTES

Teléfono: 2771-7354 / 2772-4597

PROVINCIA: ALAJUELA

Alajuela Centro

MULTISERVICIOS ELEC. MARCONY

Teléfonos: 2441-1993 • 6194-4990

Palmares

PARTES GENUINAS

Teléfonos: 2453-0871 • 8928-1616

Pital San Carlos

INVERSIONES

ELECTROMECHANICAS DEL NORTE

Teléfonos: 2473-1060 • 2473-1150

Cuidad Quesada

SERVICIOS ELECTRICOS
DEL NORTE

Teléfono: 2460-1830

PROVINCIA: HEREDIA

Heredia Centro

REPUESTOS UNIVERSALES S.A.

Teléfonos: 2262-7964 • 2238-2724

PROVINCIA: GUANACASTE

Guanacaste / NICOYA

SERVICENTRO KRONOS

Teléfono: 2685-6111

Guanacaste / CAÑAS

TALLER CUADRA

Teléfonos: 2668-9168 • 8763-5801

PROVINCIA: CARTAGO

Cartago Centro

SERVIREPUESTOS PIEDRA LTDA

Teléfonos: 2552-8478 • 8916-4699

PROVINCIA: LIMÓN

Atlántico / GUACIMO

SERVIELECTRO SOES

Teléfono: 2716-7029

Atlántico / GUAPILES

SERVIELECTRO SOES

Teléfono: 2710-5153

☎ 2519-5070

✉ servicio@toolsolutions.cr | talleres@toolsolutions.cr

makitacr.com



¡Y se vinieron LOS NEGOCIOS A LA EXPO!

Rueda de negocios se implementaría en la feria, con empresas de Costa Rica y otros países.



En esta edición, Expoferretera tendrá la novedad de implementar una Rueda de Negocios, para que los compradores saquen mayor provecho de las alternativas que presentarían las empresas.

Con el fin de que los visitantes saquen un mayor provecho de la oferta de negocios, Expoferretera organizará su Rueda de Negocios, con expositores internacionales.

La idea es que las empresas, puedan tener un espacio libre para negociar con visitantes clave, a quienes se les otorgará una cita para que puedan sentarse a la mesa y escuchar las ofertas de negocio.

En principio, Expoferretera tiene ya confirmada la visita internacional de empresas de China, España, México, Guatemala, Panamá, Colombia, Venezuela, Brasil y otros países que podrían integrarse a esta rueda de negociaciones.

Los compradores ferreteros y las empresas ofertantes que quieran ser parte de esta Rueda de Negocios, pueden inscribirse en el link: <http://www.expoferretera.com/rueda>

Oferta automotriz

Para esta edición, la feria también contará con su área automotriz, donde los compradores podrán encontrar variados productos enfocados en esta área.

Aquí intervienen productos que van desde herramientas manuales como llaves, juegos de cubos, destornilladores, herramienta eléctrica, herramienta neumática, productos de limpieza como desengrasantes, aceites, aditivos, así como la gama de tecnologías de motor.

Los negocios ferreteros han incrementado aún más su exhibición de productos automotrices, y la idea es darle al comprador alternativas que le ayuden a proyectar su crecimiento en esta área.



¿EL NIÑO
LE TRAJÓ
TODOS SUS
JUGUETES?



¿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 27 de Noviembre, 2014



Internacionales:



西兆克国际展览有限责任公司
CMEC International Exhibition Co., Ltd.



Productos Ferreteros

Cinta doble contacto de 3M.

Nueva presentación en empaque blister.



Línea automotriz.

Limpiador para sistema de gasolina y protección para motor.



Distribuye: Cofersa • Tel.: (506) 2205-2525



Palas

Variedad de palas para múltiples usos. Cabos de hierro.

Distribuye: Masaca • Tel.: (506) 2244-4044



LED 38351 Westinghouse.

Producto amigable con el ambiente. Presentación en luz LED 5W GU 5.3 modelo 38351, amigable con el ambiente. Se encuentra en luz de día y cálida, en 5 watts. Además es multivoltaje 110 a 240 V, con alta eficiencia energética de 80 lúmens por watts y una vida útil de 25.000 horas.



Plafón PL-11-2MA IRADI

marca IRADI. Con acabado en color madera. Posee vidrio semi transparente, un socket E27 para un bombillo de 60 watts. Sus dimensiones son 292 mm de base X 144 mm de altura.

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



Cemento asfáltico

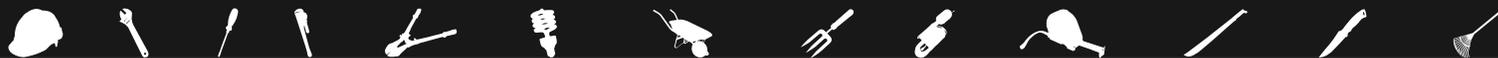
diluyente en agua y se puede aplicar incluso con brocha. Variedad de presentaciones. En la foto: 1/8 y 1/4 de galón.

Distribuye: Rosejo • Tel.: (506) 2296-7670

Sección patrocinada por:



FUERZA EN SU TRABAJO





¿Le cambio estos premios por una cita?

Visítenos en:

expo FERRETERA

su herramienta de negocios

Stands #926 y 1025

29-31 Mayo, 2015



Tel: (506) 2218-1110 | 2236-0421 • Fax (506) 2218-1107 | 2297-3355 • www.impersacr.com • E-mail: info@impersacr.com

Llene y entregue este cupón al agente de ventas de IMPERSA en su próxima visita
y gáñese una motocicleta FREEDOM SPIRIT 200, año 2015 y dos pantallas LCD de 40"

Nombre del comprador: _____

Ferretería: _____

Teléfono: _____

E-Mail: _____



SORTEO DE PRIMERA PANTALLA 31 DE ENERO 2015, SORTEO SEGUNDA PANTALLA 25 DE ABRIL Y GRAN SORTEO DE LA MOTOCICLETA EN LA EXPOFERRETERA 2015 EL 31 DE MAYO

* Aplican restricciones • fotos con fines ilustrativos • Ver Reglamento y más información en nuestra página web www.impersacr.com





Ferretero “profeta” **FUERA DE SU TIERRA**

Allá por los confines de esta tierra, cerca de Sarapiquí, y según su propietario, en Ferretería Confines o Almacén El Oriente, lo único que no venden es lo que no tienen...

La Victoria de Horquetas de Sarapiquí.- No ha sido en vano el tiempo en el que hemos conocido infinidad de empresarios ferreteros como para reconocer en sus palabras, siempre la pasión que les encierra por su negocio.

Y es que por allá, un poco lejos, donde llaman La Victoria de Horquetas de Sarapiquí, nos encontramos con un ferretero de raíces colombianas, y al que fácilmente lo delataba esa pasión, esa pasión inconfundible que los lleva a buscar mejorar su empresa todos los días.

Salió de Colombia hace 12 años, cuando tenía un negocio similar, y salió por esas condiciones que sufrían en ese entonces, los dueños de empresa de este país, y decidió venir a instalarse a Costa Rica.

Su negocio lo hace llamar Inversiones Confines o Almacén El Oriente y él, Héctor Bernal, quien procede de un pueblo que se llama Samaná en

Caldas. Al vernos, nos dijo, todavía en un acento muy típico y singular de su país: “venga, ¿y qué es lo que me va a preguntar? Pregunte que yo le cuento. Eso sí, nada más no le vaya a decir a la competencia...”.

Bernal dice que en su país tenía un negocio al que bautizó como Almacén El Oriente, y que por eso cuando vino a este país, no dudó en replicar el nombre.

Para los chicharrones

Ante nuestros ojos, se erguía un negocio, tipo domo, que junto con su terreno y bodega para

Ferretería Confines o Almacén El Oriente combina el autoservicio con un énfasis más acentuado con el mostrador. El negocio posee una superficie cercana a los 6 mil metros cuadrados.

material pesado ronda los 6000 m2, y en el que vende de todo, incluso, hasta espacio para electrodomésticos, y más allá, hasta para una olla de esas para los chicharrones.

“Este es un negocio en el que hay que reinvertir, y siempre hay que asegurarse de tener “cositas”. –Haciendo alusión a ese tipo de productos que muchos no esperarían que se manejen en una ferretería- Creo tener como 20 mil ítems”, dice Héctor.

Todas sus líneas están respaldadas por su positivismo, y así lo hace ver. “Lo único que no se vende es lo que no se tiene”, agrega.

A su negocio, en promedio, acuden cerca de 300 compradores diariamente, y son atendidos en un esquema que combina un 40% de autoservicio y el resto es atención de mostrador.

“La diferencia es estar siempre con una sonrisa de oreja a oreja... Con esto quiero decir que hay que ser muy cálido en el servicio y digo esto porque a todo lo que usted hace tiene que añadirle calidad”, advierte.

Pero es realista y dice que todos los negocios tienen su pro y su contra. “A veces hay que lidiar con situaciones externas, pues este 2014 por momentos, se ha puesto duro, pero hay que echar pa ´lante, sin desmayo”.

18 colaboradores le acompañan en las faenas diarias.

Habla con sensatez cuando dice que para ser exitoso hay que aliarse con buenos proveedores, “sin que signifique perder la cautela con las compras, comprar sin exceso... Ese es un buen consejo”.

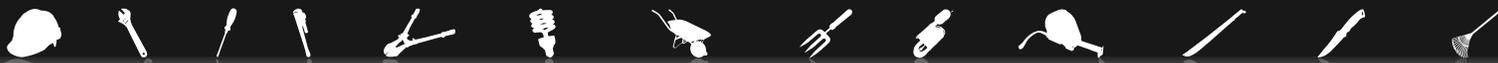


Héctor Bernal, un ferretero colombiano que tiene desde hace 12 años, su ferretería en La Victoria de Horquetas de Sarapiquí, y dice que para vender más “al cliente hay que atenderlo con una sonrisa de oreja a oreja”.

Sección patrocinada por:



FUERZA EN SU TRABAJO



Lista de Anunciantes

Empresa	Contacto	Cargo	Teléfono	Fax	email
Almotec	William Alfaro	Gerente General	2528-5454	N.D	william.alfaro@almoteccr.com
Celco de Costa Rica	German Obando	Gerente General	2279-9555	2279-7762	gobando@celcocr.com
Elektrosystemas	Aisen Sánchez	Gerente Administrativo	2456-2020	N.D	asanchez@elektrosystemas.com
Farmagro S.A	Juan Manuel Castro	Gerente de mercadeo y Ventas	2547-9797		juan.castro@farmagro.co.cr
Imacasa	Andrés Zamora	Gerente General	2293-2780	2293-4673	azamora@imacasa.com
Impersa	Mauricio Orozco	Gerente de Proyectos	2218-1110	2218-1107	morozco@impersacr.com
INTACO	Roger Jimenez	Gerente Comercial	2211-1717	2222-4785	roger.jimenez@intaco.com
Lanco Harris	Ignacio Osante	Gerente General	2438-2257	2438-2162	lancoyharris@racsa.co.cr
Persianas Canet	Daniel Uibina Canet,	gerente desarrollo de negocios	2280-1050		durbina@persianascanet.com
Sika	Juan Carlos Sayago	Gerente General	2293-3870		
Sur	Ricardo Chanto Ulloa	Gerente Ventas	2211-3741	N.D	r.chanto.u@gruposur.com
Taike	David Tseng	Gerente General	2231-7307		dt seng@taikecr.com
Tools Solution,	francisco calderon	gerente comercial	4101-5000		fcalderon@makitadecostarica.co.cr
Tornillos la Uruca	Enrique Araya	Gerente General	2256-5212		gerencia@tornilloslauruca.com
Vertice	Eitan Rosenstock	Gerente General	2256-6070	2257-4616	info@verticecr.com

TaiKé

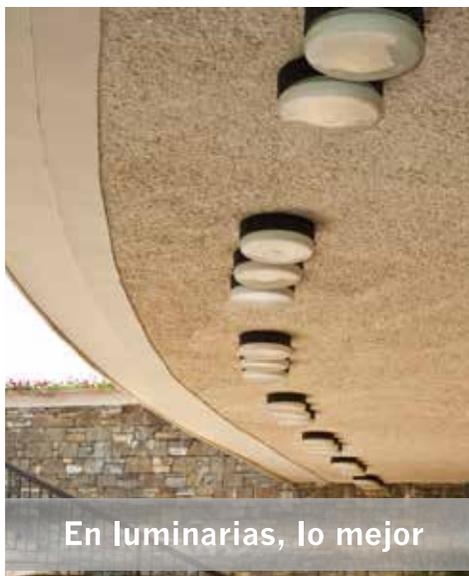
Un legado de excelencia

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

35 años
de excelencia en Costa Rica



Calidad mundial en iluminación



En luminarias, lo mejor



Muebles de hogar y oficina
Calidad comprobada



JONNESWAY®

PROFESSIONAL TOOLS SERIES

**AHORA CON
WAREHOUSE
EN**



MIAMI

- * INVIERTA MEJOR SU DINERO...
- * NO ACUMULES STOCK INNECESARIOS
- * COMPRE SOLO LO QUE NECESITE
- * STOCK DISPONIBLE CON + 1.500 ITEMS
- * HABLAMOS ESPAÑOL

**all in 1
HAND
PNEUMATIC
AUTOMOTIVE TOOLS**



BUSCAMOS DISTRIBUIDORES EN COSTA RICA, LAS ISLAS DEL CARIBE, CENTRO Y SUR AMERICA

BRAIC 
Group. LLC

Síguenos en



@braicogroup



8400 NW 17th St. Miami, FL 33126 - T: 786-401-52-83 / 305-500-9253 / C: 954-297-6266
E-mail: sales@braicogroup.com - braicosales@gmail.com / www.braicogroup.com

Morteros **SUR**

La calidad se
demuestra con resultados

Los morteros SUR, son el resultado de profundos trabajos de investigación y de la tecnología más avanzada desarrollada por SUR en su afán de ofrecer siempre los mejores productos para la construcción.

Ningún otro mortero nacional le ofrece tanto:

- Tecnología de innovación.
- Excelente respaldo técnico.
- Fácil aplicación y la más alta trabajabilidad.
- Competitividad a todo nivel.
- Aditivos adhesivos y retardantes de humedad.
- No requieren fibras ni se fisuran.
- Cumplimiento de normas ANSI / ASTM.
- Laboratorio de materiales certificado ISO 9001 / ISO 14001.

Hay un mortero **SUR**
para cada necesidad



Los morteros SUR, están respaldados por nuestra alianza estratégica con la empresa italiana Vimark.

Con más de 30 años en el mercado mundial y con las más diversas e innovadoras soluciones para la construcción.



Más Información

Encuéntrelos en los depósitos de construcción más prestigiosos del país



La evolución no se detiene

