

tuercas y tornillos

TYT

LA REVISTA FERRETERA

¿De qué sirve el empaque? p. 12

Construcción apenas da p. 14

Santa Bárbara llegó a 30 p. 18

El Eléctrico "montó" su fiesta p. 20

De bodeguero

A FERRETERO...

Geiner Monestel tiene un negocio de 500 m², con 11 colaboradores y la visita de 200 clientes diarios y la escuela de venir de empresas como El Lagar y El Colono.

p.28



 /Revista TYT

Suscríbase en:
www.tytenlinea.com/digital
ENERO 2015 año 18 / No. 223

expo
FERRETERA
su herramienta de negocios
29 al 31 Mayo 2015

CORREOS
DE COSTA RICA

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

Constru

TRIVIA



¿Por qué es frecuente ver filtraciones de agua en los cielorrasos de casas de múltiples pisos?

- a) No se realiza una correcta impermeabilización en los pisos de las duchas en los pisos superiores.
- b) La colocación del revestimiento cerámico no es suficiente para evitar que el agua migre hacia pisos inferiores.
- c) En los cuartos expuestos al agua como las duchas y terrazas, es frecuente que se empoce el agua y ésta tiende a filtrar por gravedad al piso inferior.
- d) Todas las anteriores.

Respuesta: Todas las anteriores

La Solución

Prevenir los frecuentes problemas de humedad en los cielorrasos, causados por filtraciones de agua en baños o terrazas superiores, es tan rápido y seguro, como utilizar nuestro Maxilastic® antes de colocar el Bondex® y los revestimientos cerámicos.

Nuestra membrana impermeabilizante y aislante de fisuras Maxilastic® funciona como barrera contra el agua y evita que ésta migre a capas inferiores, ocasionando debilitamiento de la losa de entrepiso y problemas de desprendimiento del repello y la pintura en los cielorrasos.



Membrana elastomérica impermeabilizante



Malla



Mortero adhesivo

¡Espera más Construcción 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

08

- Arpe Alajuela ahora es Construplaza
- En Arias se motivan con el crecimiento
- Ojo al comprador incógnito de GE
- ¿Cómo impulsar productos con más eficiencia?
- Pinturas Palmareñas
- Importaciones “chapinas” con freno

22

PERFIL

Grupo Santa Bárbara llegó a los 30

Grupo Santa Bárbara camina ya por sus 30 años. Aunque sus dueños dicen que les encanta el negocio de la ferretería, señalan que tampoco ha sido fácil.

12

MERCADEO

Calidad, envase y marca

La calidad no es imitable, pero tampoco se puede esperar que al bajar la calidad de un producto, tenga los mismos resultados en ventas. El empaque es una poderosa arma de venta.

28

EL FERRETERO

De bodeguero a empresario...

En El Caribe, en Ferrecentero, un joven de la ferretería que arrancó como bodeguero, hoy busca consolidarse con un negocio propio.

Perfil

19 Seminario de TYT dictó cátedra ferretera

18 TEI Eléctrico Ferretero tuvo su feria

22 Un galardón de oro para Masaca

En Concreto

14 Construcción deja los “pelos en el alambre”

Según el CFIA el sector terminó de acuerdo con lo proyectado y para el 2015 se espera continúe por la misma senda y arroje un crecimiento entre un 10% y 15%.

23 Productos Ferreteros



Lea TyT en digital:

www.tytenlinea.com/digital

3.817 vistas en la edición digital

NUEVO
DISEÑO

"NO RAJA LA MADERA"
• GARANTIZADO •

Que un clavo saca otro...

NO CON NUESTROS CLAVOS

• CLAVOS EL MALACRIANZA •

DE MASACA

LE CAMBIAMOS
SUS CLAVOS VIEJOS*
MALACRIANZA

POR UNOS

NUEVOS

* Aplican Restricciones • PUEDEN ESTAR HERRUMBRADOS


MASACA
TAN GRANDE COMO EL CORAZÓN DE NUESTROS CLIENTES


EL MALACRIANZA
MASACA

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

Febrero / TYT 224

Especial: Soldadura

Los productos de soldadura representan más del 16% de ventas en ferreterías. Cada vez son más las novedades y las exigencias de los soldadores por encontrar productos que hagan más eficientes sus tareas. Venda más máquinas para soldar, electrodos, soldadura en rollo, máscaras, mazos, martillos, pintura anticorrosiva para hierro y aluminio, hierro, acetileno, soldadura en frío, indumentaria para el soldador, artículos eléctricos para esta área, por medio de este especial en TYT.

Especial: Materiales para la construcción

Productos para repello, morteros, cemento, fraguas, pegamento para cerámicas, aditivos, laminados (gypsum, fibrolit, siding, plywood), blocks decorativos, bloques, arenas, pigmentos, herrajes para construcción (aldabas, platinas, sujeción), techos, albañilería, hierro decorativo, acero, calefacción, ventilación y enfriamiento, aislamiento, escaleras, madera, molduras y carpintería, plomería, techos y canoas, sistemas constructivos (siding), accesorios para escaleras y gradas, herramientas manuales para trabajar con materiales para la construcción.

Cierre comercial: 19 de enero, 2015



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 BATERIAS
LOS ESPECIALISTAS EN BATERIAS

DUARCO

BACOV
DE CENTROAMÉRICA S.A.

GRUPO KATIVO
An HUB Fuller Company

SUR

CÁMARA DE EMPRESARIOS DEL COMBUSTIBLE

CONSTRU PLAZA

Grupo Indianapolis



¡LLEGÓ LA HORA DE DIVERTIRSE!

Vaya, lo que es la vida, todos esperamos con ansias los días de fin de año para descansar, y hasta para salir un rato de la rutina. Pero una vez, que arrancamos de nuevo, sentimos como si nada avanzara y que el ciclo vuelve nuevamente, sin remedio.

¿Le parece conocido? Probablemente, sepa de lo que le estoy hablando, pero quizás también le cause sorpresa o curiosidad cuando le diga que los ciclos, las rutinas, el mismo camino pesa sobre nuestros hombros. Por así decirlo, es nuestra culpa, es nuestro estado, nuestra decisión...

Y escribo esto en enero porque probablemente sea el mes, después del receso de fin de año, cuando más nos cuesta arrancar. Viene a ser como la "resaca del año", donde desde el inicio cualquier cosa del trabajo nos molesta y quizás somos menos permeables y ni que se diga a los cambios. No queremos nada con los cambios ni que se nos hable de eso.

Sin embargo, como dicen los que saben, en el lenguaje popular, es mejor "buscarle la comba al palo" y buscar una alternativa que nos vuelva mayormente productivos, y descartar de un solo aquella frase que un día acuñó don Ramón: "...el trabajo nunca es malo, lo malo es tener que trabajar".

Estoy seguro que si buscamos y nos proponemos hay formas de no caer en la rutina del trabajo y que sea "un mal necesario" para muchos. Lo primero es llenarse de positivismo, y para ello, necesariamente, debe gustarme lo que hago, de lo contrario, el problema es que no encajo ni en el puesto ni en la empresa.

En segunda instancia, pensemos por un momento, si estamos frente a algo que nos gusta, frente a algo que nos hace sentir bien, entonces ya me estoy divirtiendo. El trabajo tiene que ser divertido, para que dejemos de mirarlo como una obligación, como algo con lo que tenemos que cumplir porque sino lo hacemos no podremos llevar dinero a casa.

Si usted está en un puesto, cualquiera que sea, es porque lo requieren, pero no debemos olvidar que por más que nos requieran hay que volvernos necesarios, y volverse necesarios es trabajar con honestidad y con alegría, porque la felicidad, indudablemente nos da oportunidades de mejora continua.

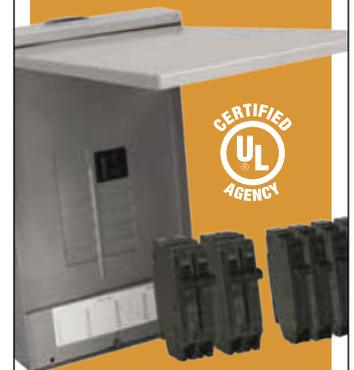
Cuando algo nos gusta y nos divierte, nos despierta la pasión, la pasión por no dejar nada nuestro a los demás, por atender ese cliente que no nos dejó salir a almorzar en el momento requerido, pero que se marchó contento con nuestra atención, pero que solo por ese detalle, otro gran día, alguien dio una referencia nuestra que difícilmente nosotros mismos podríamos igualar.

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

ARPE ALAJUELA AHORA ES CONSTRUPLAZA

El sector ferretero se distingue por su dinamismo y en este caso recientemente, arrojó la noticia de que Materiales Arpe Alajuela, el negocio que todos conocemos y que se apuesta sobre Calle Ancha de Alajuela centro, fue adquirido por Construplaza. Sin embargo, los negocios de Arpe San Rafael, cerca de La Guácima, así como sus tiendas en Guanacaste siguen operando normalmente, bajo la misma estructura y organización de Arpe. Al parecer, todo indicaría que Construplaza hizo una oferta de negocio muy atractiva, por lo que de ahora en adelante, pasaría a manos de Construplaza. La negociación se finiquitó a finales de noviembre, y en cualquier momento Construplaza entraría a operar, demostrando su nueva expansión hacia el mercado alajuelense.

Intentamos conocer la versión de Víctor Argüello, Propietario de Materiales Arpe, pero no fue posible localizarlo.



En una visita que realizamos a Materiales Arpe Alajuela, en el 2012, así lucía este negocio.

EN ARIAS SE MOTIVAN CON EL CRECIMIENTO



Diego Arias (de celeste), con parte de su personal. Afirma que en Centro Ferretero Arias, en cuatro años, han logrado crecer a base de un inventario acertado y una dosis de administración acertada.

Cuando llegamos no pudo esconder la sonrisa de oreja a oreja que se le dibujó... Y es que no era para menos, acababa de cumplir 4 años de tener el negocio, estaba realizando su primera feria, lo que le indicaba que iba por el camino correcto.

Se trata de Diego Arias, de Centro Ferretero Arias, en La Guácima de Alajuela.

Ya habíamos estado ahí en otro momento, pero volvimos para constatar el avance del que nos habían hablado entre los corrillos ferreteros.

“La verdad nos ha ido muy bien, no hay queja”, indicó Arias, quien en este momento cuenta con la ayuda de 12 colaboradores.

Diego mantiene en su negocio la combinación de ferretería y materiales de construcción, y dice que para mantenerse, para él lo vital es una buena administración. “Hay que ser bien ordenado, pero también cuenta tener buenos aliados comerciales que nos ayuden a crecer”, apunta Diego.

Dice que cada cliente que ingresa al negocio, tiene un alto valor, pues con la competencia que hay en la zona, hay que “pellizcarse” y no permitir que alguno se les vaya.

La feria la realizó amparado a que sabe que con esta estrategia, no solo se logra un acercamiento más certero con los clientes, sino que con la ayuda de sus proveedores, puede otorgar precios de feria con más descuentos y promociones.

OJO AL COMPRADOR INCÓGNITO DE GE

Hace ya varios días que Elektrosistemas arrancó con la promoción del “Comprador Incógnito de GE”, en la que está regalando dinero a los vendedores, siempre y cuando de primera entrada, en una cotización que se les solicite ofrezcan los productos de la marca.

GE, a través de Elektrosistemas, entre otras líneas, ofrece centros de carga, brekes termomagnéticos, brekes de falla a tierra, falla de arco y supresores de voltaje.

“Más vale que los vendedores estén atentos, pues estaremos visitando las ferreterías de todo el país. Los premios se entregan de una vez y es dinero en efectivo”, cuenta Aisen Sánchez, Gerente de Ventas de Elektrosistemas.

Estas son las ferreterías que ya el Comprador Incógnito de GE visitó y que podría volver a hacerlo: Maderas Camacho, Centro Ferretero Arias, Romara, Distribuidora Fama.



Leonard Azofeifa (derecha), de Distribuidora Fama, en Alajuela, fue uno de los primeros ganadores con la promoción de Elektrosistemas y GE. Aquí cuando Aisen Sánchez, le hace entrega del premio en efectivo.



Para impulsar un producto con éxito, requiere al menos, planificar una estrategia y “amarrar” todos los detalles para crear atracción en el comprador.

Fotos con fines ilustrativos

¿CÓMO IMPULSAR PRODUCTOS CON MÁS EFICIENCIA?

A todos nos interesa que la caja registradora de la ferretería suene más seguido, y cuantas más veces, mucho mejor.

De repente como suele pasar, nos encontramos que no podemos resistir los descuentos y el negocio seductor de una compra: “que por tantas unidades, hay un descuento especial, pero si compra más, obtiene otro, sino docena de 13 y hasta de 14...”.

Luego viene el reto de hacer rotar esa mercadería en el menor tiempo posible, y resulta que al ser una compra grande, ésta demora más de lo esperado, entonces es cuando hay que acudir a algunas estrategias para impulsar este producto.

- Si se trata de una compra fuerte, con muchas unidades de producto, lo primero es ubicarlos en una zona visible para el comprador, ojalá, cerca de la entrada del negocio, y si se puede en la parte izquierda, pues cuando un comprador ingresa a un negocio, el instinto del cerebro, hace que primero mire hacia ese lado.

- La zona que se destine para exhibir el producto, debe estar siempre limpia, iluminada, y mantener una temperatura agradable. Si el producto está en cajas, mantenga al menos, una unidad fuera de ella, para que el comprador pueda observarlo de cerca.

- Si le es posible, acompañe el producto de material POP como habladores que resalten las bondades o marca del producto, y ojo, que el precio esté completamente visible y legible. De ser posible, haga lo posible para que el precio sea una cifra impar, pues las cantidades redondeadas, dan la sensación de que pueden ser negociables. Tenga en cuenta que ante la vista y percepción del comprador no es lo mismo ₡1000 que ₡999.

- Si le es posible, conozca a fondo cada comprador que accede a llevarse el producto, haga un pequeño CRM, porque así sabrá a quiénes ofrecer este producto en una nueva compra.

- No olvide mantener debidamente informado a su personal sobre las características técnicas del producto. No poder responder una pregunta es igual a una venta perdida.



TORNILLOS
E. URUCA
HERRAMIENTAS, TECNOLOGÍA
& SERVICIO.

SATA

SATA

Fuerza de Ventas
Oscar Madriz

Herramientas Manuales
Un producto de calidad mundial
al servicio de nuestros clientes



Tel: (506) 2256-5212
Fax: (506) 2258-3909
www.tornilloslauruca.com

Pinceladas

CARTAS

Ferretero mira hacia Costa Rica

Mi nombre es Juan Figueira, residente en Venezuela. Trabajo en ferretería, desde hace más de 15 años. Tengo mi propia ferretería aquí en Caracas, con mucha pena y lástima me veo obligado a venderla o arrendarla por la situación del país.

¿Qué les parece la idea de emprender bien sea una ferretería, tornillería, materiales eléctricos o pinturas, en su país? ¿O ya el mercado de Ustedes esta un poco saturado?

De antemano, muchas gracias por su atención.

Juan Figueira

ferremolinos@gmail.com

R/ Estimado señor Figueira, nuestro país es promotor de la inversión extranjera, por lo que siempre hay espacio, en nuestro mercado para más participantes. Le extendemos invitación para que venga a nuestra próxima Expoferretera, y pueda constatar las oportunidades que ofrece el mercado costarricense para los ferreteros.

IMPORTACIONES “CHAPINAS” CON FRENO

Ciudad de Guatemala.- Guatemala se encuentra entre los países donde el proceso de importación es el más difícil. Las pérdidas anuales se estiman entre un 10% y un 13% en cuanto a multas, pérdida de negocios o retrasos en aduanas

Alejandro López, Presidente de la Cámara de Comercio de ese país, dice que frente a las oportunidades latentes de invertir en Guatemala “la inseguridad, la corrupción, la falta de certeza jurídica y la carencia de una estrategia de desarrollo como país impactan negativamente”.

Para las empresas guatemaltecas que comercializan productos importados, las limitantes son los trámites por impuestos y aranceles y la burocracia en general. Estos factores representan “grandes obstáculos” para empresarios que incursionan en estos negocios, asegura López.



PINTURAS PALMAREÑAS

La pasión por tener su negocio propio e instalarse con una tienda de pinturas pudo más que cualquier cosa... Por eso, cuando se le presentó la primer oportunidad, se adueñó de ella y se fue para Palmares.

Se trata de Color Family, un negocio que prioritariamente vende productos de Lanco, y en el que su propietario Danny Navarro confía plenamente en sacarlo adelante y por qué no, en otro momento, pensar hasta en una sucursal.

“Conocemos a fondo los productos Lanco y eso nos da la confianza para conquistar clientes que buscan una buena pintura”, dice Navarro.

Navarro ya conoce el mercado ferretero porque trabajó en el área de ventas de Importaciones Vega, experiencia suficiente para tomar una decisión de independencia.

“Las cosas no las hicimos azar. Nos dimos cuenta que en Palmares hacía falta un negocio especialista en pintura y accesorios, por eso no dudamos en abrir”, cuenta Danny.

Asegura que en Palmares hay varias ferreterías, pero pocas tienen una especialización en pintura, “y este es un mercado que siempre busca un producto que esté respaldado”.

Indica que cualquier pintura se vende, pero que solo aquellas que llegan a satisfacer las necesidades de los compradores son las que tienen la oportunidad de volver a venderse.

Asegura que desde que arrancaron a mediados de este año, “nuestra idea no ha sido quedarnos de brazos cruzados a esperar los clientes. Aquí hay varios proyectos y mucha industria y hemos salido a tocar puertas. El mercado es de quienes lo buscan”, asegura, a la vez que indica que una vez que los clientes abren puertas, “hay que contar con un producto para cada necesidad. No se puede andar a medias”.



Danny Navarro (derecha), Propietario de Color - Family, en Palmares, dice que el negocio de la pintura es sumamente competido, pero que es un producto que se requiere en todas las épocas del año.

IMACASA
FUERZA EN SU TRABAJO

**FUERZA
EN SU TRABAJO**

www.imacasa.com

Calidad ENVASE Y MARCA

Por Jorge Pereira

La calidad no es imitable, pero tampoco se puede esperar que al bajar la calidad de un producto, tenga los mismos resultados en ventas. El empaque es una poderosa arma de venta.

La historia de las galletas de mantequilla Royal Dansk comenzó hace más de 75 años, cuando las jóvenes Anna y Marinus abrieron una pequeña panadería, en un pueblito en Dinamarca. La calidad de sus galletas hizo que la panadería creciera y se hiciera famosa en su país.

En 1966, crearon la marca Royal Dansk y así nació una nueva gama de productos deliciosos y crujientes. Las galletas fueron envasadas y distribuidas en una hermosa caja de metal, de color azul con bordes dorados, que muestra una vieja casa de campo danés.

Para mantener la frescura de las galletas se utiliza estaño, en el envase de metal. Las atractivas cajas de metal no se botan, por lo general, se mantienen y se utilizan para guardar otros productos. Algunos las coleccionan y mantienen en gavetas.

Las galletas Royal Dansk de mantequilla se distribuyen, son conocidas y se venden en todo el mundo. Estas galletas siguen siendo tan deliciosas como las que Anna y Marinus comenzaron a fabricar en su pueblo natal.

La calidad de las galletas, el atractivo del envase azul real, con bordes dorados y la marca Royal Dansk son su garantía de un excelente producto de alta gama.

Las galletas Royal Dansk son las galletas de mantequilla de mayor venta en los EE.UU., el mercado consumidor de golosinas (galletas, confites, chocolates, entre otros), más grande del mundo. Las galletas Royal Dansk se venden en 85 países del mundo.

El papel del envase

En el ambiente de los autoservicios, como los supermercados y las tiendas por departamentos, los productos se encuentran solos frente al cliente. Deben venderse ellos mismos. Es ahí donde el envase atractivo y una marca confiable juega un papel importante.

En las tiendas de autoservicio, el comprador no tiene un vendedor que le aconseje. La decisión de compra la tiene que hacer el comprador solo con las recomendaciones de conocidos o parientes y lo que recuerda de ello. La marca, logotipo y la foto del producto, en el envase, son los elementos que ayudan al comprador, a tomar una decisión.

La marca y sus objetivos

Se dice tradicionalmente que la marca debe entregar un mensaje claro, confirmar su credibilidad, conectar al consumidor emocionalmente, motivar la compra y conseguir su fidelidad. Las galletas de mantequilla Royal Dansk son un ejemplo de la forma de manejar todos esos elementos del "branding", que se puede calificar de magistral. La casita de campo danesa es un elemento emocional bien pensado.



La calidad no es imitable

La imitación más pobre que he visto de las galletas de mantequilla danesas, son las fabricadas en China con el nombre de "Danesas". Son vendidas por Walmart que se ha convertido en el principal distribuidor de productos chinos del mundo. Lo que espera ese negocio es atraer grandes cantidades de compradores, que buscan productos de precio bajo y compradores para los que la calidad no es importante.

Como el envase es parecido, compré las galletas chinas, sabiendo perfectamente que no eran las originales galletas danesas y su calidad no podía ser igual. Luego de comerme una sola de las galletas chinas "falsificadas", me pude dar cuenta de la terriblemente mala calidad del producto. De solo darles un mordisco, es posible darse cuenta que no tienen mantequilla de verdad, sino alguna otra grasa vegetal. De galletas de mantequilla, esas galletas chinas, no tienen nada. Su calidad es pésima y terminaron en la basura.

Degradar el producto

Por estos lados, son muchas las empresas, especialmente pequeños productores, que tratan de mantener el precio, reduciendo la calidad. Para mantener su prestigio, los productos y sus marcas deben mantener la calidad a toda costa. Aunque esto se aplique especialmente a los productos de gama alta, es una norma que deben seguir todos los productos que no quieren que su marca se desprestigie y sus ventas caigan.

Cambios en la calidad menos ventas

Pensar que la gente no se da cuenta de los cambios en la calidad, es demasiado ingenuo y primitivo. Solo lo hacen los industriales que tratan de surgir a base de "prueba y error", algo riesgoso y erróneo, en estos tiempos que vivimos.

El mercado no es el mismo

El mercado ha cambiado totalmente. Los que compramos ya no somos los ignorantes, incomunicados, que fuimos hasta hace unos pocos años. Cuando comenzamos a comprar un producto, esperamos que la calidad no disminuya, si esto sucede, simplemente nos cambiamos a otra marca o producto que nos de la calidad que esperamos.

Lo peor es que cuando la calidad decae, las personas al darse cuenta de ello, se lo dicen a todos sus familiares y conocidos, lo incluyen en la redes sociales. Esto de inmediato crea un efecto negativo para la marca, el producto o la empresa. El resultado es una baja en las ventas, que es difícil para los gerentes o propietarios explicarse las causas. Como es lo simple hacen responsables a los vendedores de las ventas bajas.



Construcción deja LOS “PELOS EN EL ALAMBRE”

Según el CFIA el sector terminó de acuerdo con lo proyectado y para el 2015 se espera continúe por la misma senda y arroje un crecimiento entre un 10% y 15%.

De pronto, empezaron a notar que la estiba de cemento se empezó a mover más rápido de lo normal, y lo mismo sucedió con la varilla, el block, la arena y otros materiales pesados. Y aunque el movimiento era constante, tampoco era como para “festejar”, pero eran ventas, ventas constantes al fin.

Esta es quizás parte de la historia que podría estarle pasando al sector construcción, donde solo algunas zonas del país, se han visto beneficiadas con una moderada reactivación, mientras otras provincias parecen mantenerse en el rezago.

Veamos un poco los números: durante los primeros 10 meses de este año, el Colegio Federado de Ingenieros y Arquitectos (CFIA), registró 6.735.886 metros cuadrados, dato que es un 9% mayor al reportado en el mismo período del año anterior (6.189.345 m²).

La información corresponde al registro de responsabilidad profesional de planos constructivos que toda obra debe realizar ante el CFIA, previo a la solicitud del permiso municipal de construcción.

Criterio oficial

Para Olman Vargas, Director Ejecutivo del CFIA, el cierre de los números de la construcción han sido positivos, “pues están muy cercanos a lo que habíamos proyectado. Habíamos indicado que cerraríamos con un crecimiento cercano al 10% y lo estamos haciendo con un 9%”, estimó Vargas.

Y al tomar en cuenta situaciones como la entrada del nuevo gobierno, ir a segundas elecciones, generaron incertidumbre en la construcción.

“Sin duda, esto produjo un detenimiento, además la llegada de un partido al gobierno, que podría considerarse como novato, pues es la primera vez que gobierna, provocó que algunas obras quizás no se reactivaran con la fuerza suficiente”.

Sobre el 2015, manifiesta que se esperaría que el tema de construcción de obra pública empiece a darse con mayor fuerza.

“Hay mucho recurso que no se está usando en todo su potencial, pues por ejemplo, el MOPT tiene un presupuesto para la construcción de obras de más de 2 mil millones de dólares y solo se ha usado un 5% en dos proyectos, y hay un préstamo aprobado por el BID para obras municipales del que solo se ha usado un 20%”, dice Vargas.

Indica que precisamente se esperaría que estos recursos sean mayormente aprovechados en el 2015, pues la obra de gobierno debe reactivarse, ya que durante este año, los proyectos que más se vieron fueron los de carácter privado, como condominios, casas de habitación y otros.

“En el 2015 esperaríamos un crecimiento de entre un 10% a un 15%, sobre todo si se incorporan con más fuerza las obras públicas”.

Vargas es claro al afirmar que por ejemplo en el 2016, la ejecución de la Reforma Fiscal, sí podría afectar a la construcción y a las empresas involucradas.

“De momento, para este año no se vislumbra su ejecución, y habría que ver como podría ser el comportamiento de las empresas de construcción con la puesta en marcha de una Reforma Fiscal”, asegura Vargas.

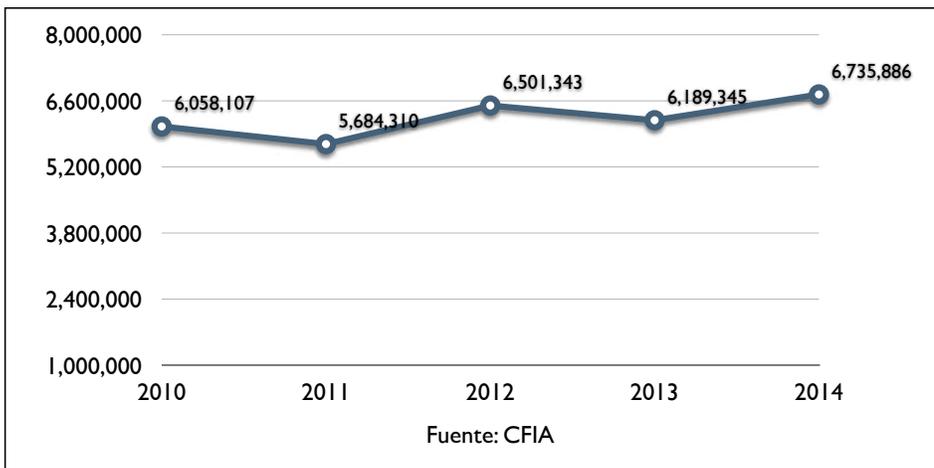
Lo que sí es definitivamente seguro, es que este 2015, será un año en el que se muestre crecimiento positivo, y que ya la “depresión” que enfrentamos por el 2009 y 2010, ha sido sobrepasada. Por lo menos así lo respaldan los números...

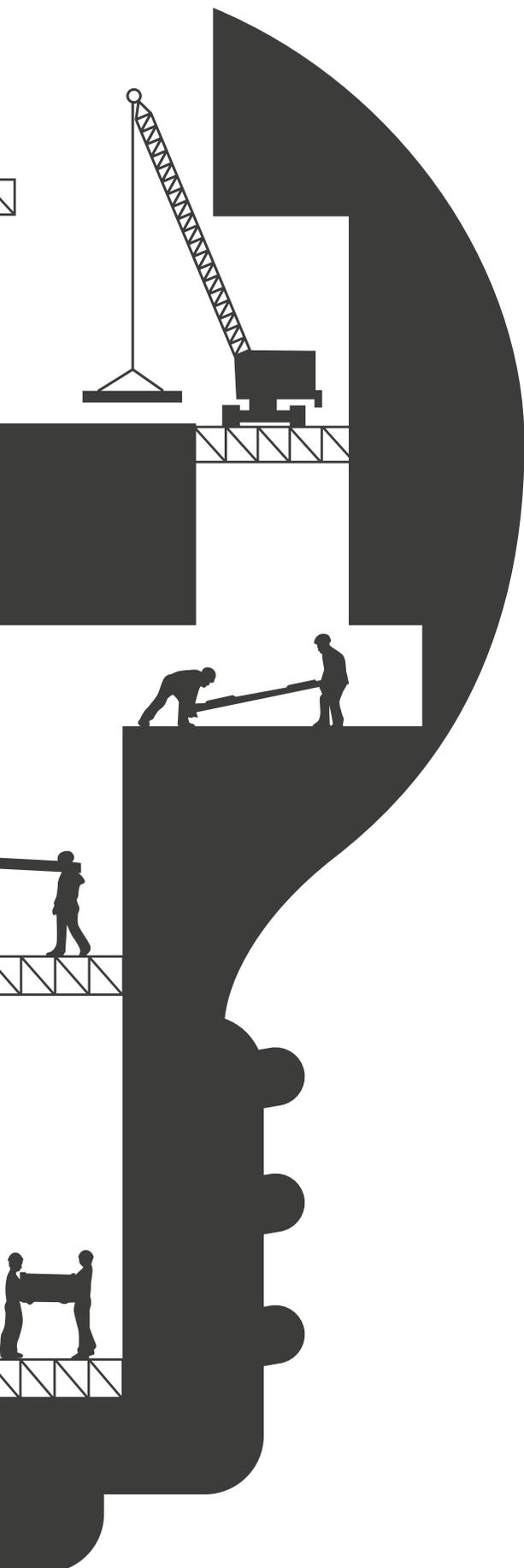


9%

Es innegable que a pesar de que es tan solo un 9%, el crecimiento es positivo. A como se venían presentando las cosas, con un año plagado de incertidumbre, sobre todo en lo político y el sistema cambiario, se habría esperado algo peor.

Registro de metros cuadrados (Enero - Octubre)





12%

Registro por tipo de obra

Con respecto al registro por tipo de obra, se observa una mayor concentración en los proyectos de tipo habitacional (2.918.214 m²), con un crecimiento del 12% con respecto al año anterior. Las provincias con mayor obra habitacional (casas, condominios, apartamentos y otros) son San José, Alajuela y Heredia.

Cantón	2013	2014	Dif
Alajuela	564800	628991	64191
San José	452603	590139	137536
Limón	107047	481638	374591
Escazú	213996	377207	163211
Heredia	379001	370272	-8729
Santa Ana	204008	253117	49109
Cartago	342396	196195	-146201
Santa Cruz	221864	174262	-47602
Santo Domingo	98961	160373	61412
San Carlos	194641	152221	-42420

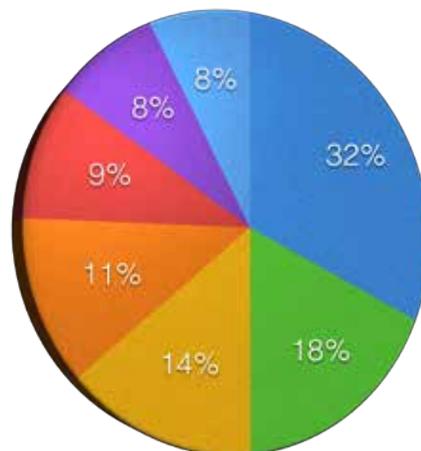
32%

Por provincia

Durante el 2014, el principal dinamismo del registro de metros cuadrados se concentró en San José, con un total de 2.137.743 m², es decir que uno de cada 3 metros cuadrados registrados en este periodo corresponde a la provincia de San José.

Registro por provincia
(Enero - Octubre)

- San José
- Alajuela
- Heredia
- Limón
- Cartago
- Puntarenas
- Guanacaste



Una feria QUE ELECTRIZA...

El inventario en accesorios eléctricos, en un negocio ferretero ya ronda un porcentaje superior al 12%, lo que equivale a decir que este rubro cobra cada vez más fuerza, sobre todo cuando en el mercado de fabricantes las innovaciones son constantes. A sabiendas de este crecimiento, El Eléctrico Ferretero realiza su feria anual, en la que invita a todos sus clientes del país para que aprovechen las promociones y descuentos.

Valiosa

“A esta feria vale la pena venir, primero porque es un proveedor importante para nosotros y además porque sabemos que en la feria hay mucho producto ventajoso”, dice German Carrillo, Encargado de Compras del Almacén El Mejor Precio, de Cariari, a la vez que indicó que “es importante apoyar a los socios comerciales.

Y es que además de aprovechar estas ventajas, los clientes que llegaron también tuvieron la oportunidad de ganarse productos para camping y otra serie de premios.



German Carrillo (centro), Encargado de Compras del Almacén El Mejor Precio, de Cariari, afirma que las ferias motivan a comprar porque ofrecen muchas ventajas en los productos.



Bticino fue una de las casas proveedoras que apoyó al Eléctrico Ferretero. Mostró un buen “arsenal” de novedades y ofreció descuentos importantes.



Los compradores de la Ferretería Montero y Campos llegaron desde temprano para aprovechar las propuestas de negocios de los expositores de El Eléctrico Ferretero.

Seminario dictó CÁTEDRA FERRETERA

Arrancaron las capacitaciones en vivo de TYT, con la puesta en marcha de seminarios con temas de gestión ferretera para aumentar las ventas en los negocios.

El primer Seminario de TYT arrancó con una nutrida asistencia de ferreteros, que llegaron de todo el país, seducidos por los temas de gestión de negocio.



A pesar de que no se esperarían muchas fluctuaciones del dólar para el 2015, la recomendación a manejarse con cautela, y realizar inversiones muy bien pensadas, sería una de las estrategias más sensatas que arrojó el primer Seminario de TYT, en el primer tema abordado por Melvin Garita, Economista y Experto en Finanzas.

A la cita de este primer encuentro asistieron cerca de 50 ferreteros, en busca de información que les brindara estrategias para estar preparados ante las exigencias del entorno económico y satisfacer los gustos y preferencias de sus clientes.

Clientes fieles

La segunda ponencia, a cargo del mercadólogo José David Ulloa, sobre cómo innovar en la venta, destacó temas importantes sobre la necesidad de aumentar la relación con los clientes para interpretar sus necesidades y gustos de manera más eficiente.

¿Cuánto de verdad, llegamos a conocer nuestros clientes? ¿Entendemos realmente sus necesidades? ¿Sabemos por qué llegan a nuestras tiendas? Precisamente, conocer los gustos y preferencias de los compradores no solamente ayuda a tener clientes más fieles, sino que aumenta el número de transacciones en la ferretería.

Ésta es precisamente una estrategia que serviría para diferenciarse de los competidores, porque no hay nada más valioso para un cliente que sentirse importante “querido” y “apreciado” cuando visita un negocio.

En el último tema de la noche, se abordó un foro sobre la estrategia del “push - money” o impulso de la venta por comisión, en la que se extrajeron puntos importantes y encontrados como que esta táctica funciona mayormente en el tanto sea uno o dos productos los que otorguen el beneficio, de lo contrario, podría caerse en una guerra de comisiones.

A cargo de la discusión estuvieron Manuel Ujueta de Masaca y Alejandro Soto, de Importaciones Vega.

Próximamente, TYT estará realizando otros seminarios con otros temas de valor para la gestión ferretera, y por supuesto, estaremos invitando a todos los empresarios ferreteros.

Para más información: Tel: (506) 4001-6730



Plastimex fue de los patrocinadores que se incorporó con el seminario. Aprovecharon para dar información de sus productos a los ferreteros.



José David Ulloa, con el tema “¿Cómo innovar en la venta?” cautivó a los ferreteros, sobre recomendaciones sobre cómo tener un verdadero conocimiento de sus compradores.

Santa Bárbara LLEGÓ A LOS 30

Grupo Santa Bárbara camina ya por sus 30 años. Aunque sus dueños dicen que les encanta el negocio de la ferretería, señalan que tampoco ha sido fácil, pues tuvieron que tomar decisiones duras, como el cierre de varias de sus tiendas.

Fue una tarde de 1984, cuando ambos hermanos vieron una oportunidad y decidieron ir por ella porque aunque digan lo contrario, hay oportunidades que para nada se repiten...

Sin embargo, ellos se envalentonaron y fundaron lo que hoy es Grupo Santa Bárbara.

Hoy, a sus 30 años de existencia, Orlando y Didier Fernández Quintana, han pasado por muchas: buenas, muy buenas, no tan buenas, y hasta crisis, pero de cualquier situación han salido airosos y a pesar de los vientos en contra, han sabido sostener su negocio.

“Cuando se vinieron los tiempos duros, tomamos la decisión de sostener el personal que teníamos, de no despedir a nadie, porque contábamos con gente de experiencia y muy capaz, sin embargo, hubo un momento en que no fue posible”, dice Orlando, quien funge como CEO de la empresa. Sin embargo, cree fielmente que solo con la ayuda del personal, ha sido posible que estén en las puertas de las tres décadas.

Santa Bárbara llegó a tener negocios o sucursales en San Carlos, Limón, Orotina, Bello Horizonte, Santa Ana y en Heredia cerca de Coope Libertad, pero hoy solo se mantienen con su sede central en Pavas, uno en Ciudad Colón y dos negocios en Heredia.

Afirma que es cierto que ha habido momentos difíciles, pero que el trabajo se ha facilitado “porque a todos nos gusta lo que hacemos. Buscamos aprender el uno del otro y a capacitar suficientemente al personal”.

Para él está claro que una empresa responde a situaciones y variables externas como comportamiento de precios, economía, importaciones, entre otras, pero recalca que no cataloga la trayectoria como difícil.

“Una maratón se podría ver como difícil, pero si usted se prepara, se entrena, y le gusta, se le facilita y más bien se disfruta”, aclara Orlando.

Cada uno con su mercado

Sobre la toma de decisiones, dice que se hace de forma colegiada, de

forma que los dos estén de acuerdo. “La mejor forma de tomar una decisión es apartar los nexos familiares, pues eso hace que se sea más objetivo”.

En el tema de la competencia, afirma que poseen muy buena relación con la mayoría de empresas grandes, y que incluso se reúnen con constancia para hablar de negocios.

“Para nosotros, negocios como El Lagar, los vemos como colegas. Cada uno tiene su mercado y sus formas de atenderlo y medirlo”.

Al insistir sobre cómo lograban diferenciarse, Orlando dice que “mucho ha sido la tradición de empresa responsable, y eso nos lo ha reconocido el mercado. Lo que le decimos al cliente es lo que hacemos. Para nosotros la palabra vale”.

Servicio, precio, inventario constante, honestidad en los productos que comercializan, son claves a la hora de elegir un proveedor. “Muchos de nuestros mayoristas son de muchos años, no nos gusta estar cambiando y menos por unos pesos más o menos”.

Dice que aunque el “chiquito” –negocio– está más grande, “se encuentra un poquito enfermo en esta época por la crisis de construcción que es fuerte, el pastel de clientes es más pequeño y los “lagarticos” están más grandes”.

Y para ello dice que han buscado reinventarse y buscar otros nichos de mercado para aumentar las ventas.

TIENDAS DEL GRUPO

Pavas con 6000 m²

Ciudad Colón, con 4500 m²

Heredia San Francisco, con 3500 m²

Heredia San Pablo, con 3700 m²

Entre todas, reciben cerca de 800 clientes diarios.



PELIGRO
CAIDA DE
OBJETOS
SS

Didier y Orlando Fernández llevan 30 años de tener en sus manos a Grupo Santa Bárbara. Son creyentes fieles en su personal y evalúan sus proveedores por su seriedad y honestidad.



Todo el cuerpo gerencial y administrativo de Masaca se mostraron más que felices por esta condecoración.

Un galardón **DE ORO PARA MASACA**

Fue premiada como la Empresa de Excelencia Oro, que se otorga a las empresas emprendedoras.

La alegría no podía ser más vibrante para Masaca cuando llamaron a su Presidente, Mario Salazar, una de tantas tardes, para comunicarle que el Gobierno de Costa Rica, y de acuerdo con la elección y consulta a otros empresarios, en este caso ferreteros, que su empresa sería galardonada con Excelencia Oro, que otorga la Fundación Programa Nacional de Cultura.

Además, se le hizo entrega a Salazar de una medalla como Empresario Emprendedor 2014.

“(...) Al localizar el significado de la palabra emprendedurismo en el diccionario, dice textualmente así: (...) el que hace que las cosas sucedan... O bien: quien aplica su talento innovador para crear su propia empresa, o engrandecer una ya existente. Detrás de todo esto está Masaca (...)”, fueron las primeras palabras que esgrimió Salazar en la ceremonia de premiación.

A punta de esfuerzo

Finalmente acabó su discurso con una recomendación para los empresarios.

“Primero creer en sus sueños. Ya cuando arrancan que es lo más difícil, saber que deben esforzarse, sacrificar tiempos, lujos y cosas que dejaran de hacer con tal de ver su empresa surgir. Adicionalmente, esfuércese y trabaje. Los cimientos hay que hacerlos, cuide y mantenga su negocio. Cuesta más mantener qué hacer y para ello debe delegar funciones una vez que tenga los cimientos hechos. Aprendizaje todos los días: utilícelo, reinventese, actualícese y rejuvenézcase cada vez que pueda”, concluyó Salazar.

Masaca ha estado en el sector ferretero por más de 27 años.



Mario Salazar, Presidente de Masaca, muestra el galardón que acredita a la empresa como Empresa Oro. Lo acompañan su esposa Miriam Sandoval, y José Rodríguez, Gerente General.



Máquina de soldar

marca JASIC. 220 Voltios. 200 Amperios CD. Suelda todo tipo de electrodo en diámetros de 3/32", 1/8", 5/32" Y 3/16". 1 año de garantía.



Máscara de soldar electrónica

marca TECMEN sombra 11. Velocidad de reacción 1/ 4.000 segundos. No usa baterías.



Máscara de soldar electrónica

marca TECMEN sombra 5-13. Velocidad de reacción 1/ 25.000 segundos. Panel de ajuste digital.



Máquina de soldar

TIG y electrodo marca Miller Syncrowave 210, 110/220 Voltios, 210 Amperios AC/DC. Tecnología inversor. Pesa solo 61kg.



Cortina de protección para rayos de soldadura

Dimensiones de 6" x 6". Filtra rayos ultravioleta e infrarrojo. Hecha en EE.UU.



Esmeriladora angular WE 14-125.

Lijadora de banda 120 V / 60 Hz / 1 F BFE 9-90. 900 watts. Ancho cinta 6-19 mm



Lijadora

de tubos motor marathon. 40 mm x 760 mm, caja color negro. 1200 Watts. Marca Metabo.



Lijadora

angular de soldadura. 1300-4000 RPM 120 V / 60 Hz / 1 F. 720 Watts Revoluciones / Minuto al vacío: 1300-4000 rev/min. Marca Metabo.

Productos Ferreteros

Línea automotriz.

Limpiador de frenos, carburadores y partes de motor, y restaurador de hules y plásticos.



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



Makita FS4200

atornillador eléctrico para tabla roca. 40000RPM. Doble aislamiento, velocidad variable, reversible, luz de trabajo integrado. Potencia de entrada: 570W. Tornillo para tabla roca: 5mm (3/16"). Tornillo autoperforante: Zanco (Hex): 6,35mm (1/4"). Velocidad sin carga: 0-4.000. Dimensiones (L x A x A): 269x65x207mm (10-5/8"x2-9/16"x8-1/8"). Peso neto: 1,4kg (3,1lbs).



Línea de grifería Graciela

cacheras, accesorios para baño, pánel de baño, llaves de control, fregaderos. Diseños variados y minimalistas.

Distribuye: Distribuidora Arsa • Tel.: (506) 2285-4224



Makita LS1216

Sierra ingleteadora telescópica DXT 305 mm (12"). 1650 W. 3200 RPM. Doble aislamiento, freno, velocidad constante, arranque suave, corte de inglete 45 ID, recolector de polvo. Potencia: 1.650W. Capacidad de corte máxima: a 0 grados : 107x363mm (4-1/4"x14-1/4") a 45 grados: 107x255mm (4-1/4"x10"). Diámetro del disco: 305mm (12"). Dimensiones (L x A x A): 721x640x806mm (28-3/8"x25-1/4"x31-3/4"). Peso neto: 26,6 kg (58,6lbs).

Tronzadora

Stanley Power Tools.



Esmeriladora
Stanley Power Tools.

Distribuye: Tool Solutions • Tel.: (506) 4101-5000



Línea Living - Light.

Rectangular y elíptica. Variedad de colores y ambientes. Placas son intercambiables con los fondos.

Distribuye: Bticino, a través de sus distribuidores en el país.

Distribuye: MFA Abonos Agro • Tel.: (506) 2211-5000

HERRAMIENTAS NEO



AA 1215

850 watts de potencia integran esta amoladora angular de 4 1/2", diseñada con un potente motor protegido, para una vida útil más larga y en condiciones de trabajo más severas. Cuenta con carbones auto-stop, carcasa de poliamida de alta calidad y 2 posiciones para el mango lateral.



AA 1223

No es solamente la herramienta más comfortable gracias a su soporte soft grip, sino que también es la amoladora industrial de mayor calidad. 2100 watts de potencia, carbones auto-stop, protección de motor epoxi contra partículas y polvo, y manga antivibratoria, son solo algunas características de esta amoladora de 9" con calidad súper industrial.



RM 936:

Industrial es la palabra que mejor describe a este rotomartillo electroneumático de 1 7/16". Con 1500 watts de potencia se desenvuelve en 3 funciones: martillo rotopercutor, taladro y martillo demoledor. Viene equipado con embrague de seguridad, soft grip, protección contra polvo y la mayor tecnología a favor del usuario para alargar la vida útil y las horas de trabajo.



GG 911:

Este cepillo eléctrico de 4" cuenta con 2 funciones: garlopa y canteadora. Con 1050 watts de potencia y un ajuste de hasta 3mm de profundidad, sus cuchillas industriales cuentan con la mayor capacidad de cepillado, brindando facilidad y seguridad al realizar los trabajos de la manera más profesional.

HERRAMIENTAS GLADIATOR



AA 815:

Gladiator ofrece la mejor solución en amoladoras profesionales de 4 1/2". Esta opción cuenta con un poderoso motor de 900 watts, protección contra polvo, interruptor de seguridad y rodamientos blindados para brindar mayor calidad y horas de trabajo que, sin duda, se verán reflejados en cada trabajo realizado.



TP 613:

Facilidad y potencia al alcance caracterizan al taladro percutor Gladiator de 1/2" TP 613. 810 watts de potencia, velocidad variable y reversible, y tecnología soft-grip, todo en un diseño exclusivo e innovador diseñado minuciosamente para la comodidad del usuario.

Distribuye: Importaciones Vega • Tel.: (506) 2494-4600



Víctor Argüello, Propietario de Materiales Arpe, fue reconocido, en la edición anterior de Expoferretera, como Ferretero del Año. Aquí con parte de su personal.

¡Un año para **EL MÁS EXITOSO!**

Expoferretera una vez más, abre un espacio para condecorar, de acuerdo con las votaciones del sector, al Ferretero del Año.

En la edición anterior, se generó mucha expectativa, ante los 10 candidatos que quedaron postulados al reconocimiento de Ferretero del Año, que se otorga en el primer día de Expoferretera.

El Ferretero del Año, 2103 - 2014, le correspondió a Víctor Argüello, Propietario de Materiales Arpe, por su labor de más de 20 años de trayectoria, al mando de negocios no solo en Alajuela, sino con sucursales en Guanacaste.

En ese momento, Argüello indicó que además de estar agradecido por la nominación, significaba un premio al esfuerzo y sacrificio que siempre demanda estar a la cabeza de un negocio ferretero.

En este momento están abiertas las postulaciones, en la que se invita a todos los involucrados en el área de ferretería y materiales de construcción para que den a conocer sus candidatos preferidos.

Para optar por este reconocimiento, es importante que el candidato haya estado al menos, por un año, al mando de un negocio ferretero, sin importar que se encuentre en cualquier parte del país.

Para nominar ferreteros, solo hay que acceder a la dirección:

<http://www.expoferretera.com/ferretero-del-ano/>

La fecha límite para nominar candidatos, es hasta el miércoles 21 de enero del 2015.

Posterior a esto, se clasifican los 10 candidatos que hayan obtenido la mayor cantidad de votos, que bregarán hasta el 29 de mayo, primer día de Expoferretera, y a las 6 de la tarde se daría a conocer el nuevo Ferretero del Año.

Oscars Ferreteros

Los Oscars Ferreteros también serán parte de la ceremonia de inauguración de esta Expoferretera, y como todos los años, se estarían premiando: La ferretería con el equipo de ventas más capacitado, el gerente ferretero más exitoso para los negocios, la ferretería con las estrategias más connotadas en mercadeo, las ferreterías de mayor tradición en el país, además de premiar un caso de éxito en servicio al cliente.



¿SE LE HIZO
PEQUEÑO EL
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 10 de Diciembre, 2014



Internacionales:



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





De bodeguero **A EMPRESARIO...**

En El Caribe, en Ferrecentro, un joven de la ferretería que arrancó como bodeguero, hoy busca consolidarse con un negocio propio.

Guácimo, Limón.- Ya estaba bien entrada la mañana, incluso rayaba casi el mediodía, y era uno de esos días, que como de costumbre, el calor mezclado con humedad, se sentía por todas partes, incluso bajo la sombra. Y bueno, una situación ambiental que podría hacer perder el humor a cualquiera... A cualquiera menos a este ferretero que cuando lo encontramos, sin importar el trajín a esta hora del día, seguía apacible, y con tiempo hasta para sonreír frente al cliente que atendía y que preguntaba por pintura.

Habíamos llegado a Ferrecentro, una ferretería de tamaño pequeño -500 m²- y que desde hace dos años Geiner Monestel tomó la decisión de abrirse paso como empresario.

Y aunque el negocio tiene solo dos años, Monestel “echa” mano de la experiencia que cosechó durante 14 años trabajando para empresas como

El Lagar y el Colono de Guácimo.

“Me inicié como bodeguero y desde ahí me gustó este mundo”, dice Geiner, mientras nos contó que el primer día que lo pusieron en la bodega le pidieron una llave de tanque bajo de 4 tornillos TW...

“Pensé que me hablaban en otro idioma, pero pregunté y le llegué. Poco a poco me gustó más, y se me metió el gusanillo de tener algo propio hasta que lo conseguí”, recalca.

Geiner afirma que cuando se trabaja ya en un negocio propio, el cariño por lo que se hace es mucho más intenso. “No se puede descuidar

Aquí parte de los colaboradores que acompañan a este empresario a diario. En los extremos, ese día estaban dos de sus proveedores: Aisen Sánchez, Gerente Comercial, de Elektrosistemas y Marlon Sanabria, de Capris.

ningún detalle y cualquier decisión que se tome, por pequeña que sea, tiene sus efectos”.

Asegura que este negocio da la oportunidad de aprender todos los días. “Aunque tengo algo de experiencia, todos los días son nuevos”, dice.

Y se rige con una máxima: “un ferretero de experiencia me dijo que cuando se tiene dudas, hay que preguntar y no una sino hasta dos veces, pero ya una tercera es necesidad y no querer aprender”.

Sin igual

Geiner dice que aunque las cosas no son fáciles, por la fuerte competencia de toda la zona, asegura que cuando se le entra a un negocio propio, las

responsabilidades aumentan al triple. “Tengo el compromiso de quedar bien con mi gente, mis colaboradores, con los proveedores porque no se le puede, bajo ningún pretexto quedarle mal a nadie, y conmigo mismo, de buscar que la ferretería crezca todos los días”, dice Geiner.

Cuenta con la ayuda de 11 colaboradores y recibe cerca de 200 clientes junto con los que sale a buscar todos los días para crearles la necesidad y ofrecer el servicio de venta de materiales de construcción.

“En esto hay algo sagrado, nunca se le puede mentir a un cliente. Si se le dice que el material se lo pongo en el punto de trabajo a las 11, hay que cumplir a toda costa, así sea que terminemos sacrificando la utilidad”.

Este ferretero de 31 años dice que busca sacar jugo de cualquier capacitación. “Aunque parezcan iguales, ninguna ferretería se parece, y la que hace diferencia es la que vende más”, sostiene.



Geiner Monestel, Propietario de Ferrecentro de Guácimo, dice que los negocios no esperan... “Hay que ir por ellos”.

Lista de Anunciantes

Empresa	Contacto	Cargo	Teléfono	Fax	email
Almotec	William Alfaro	Gerente General	2528-5454	N.D	william.alfaro@almoteccr.com
Elektrosistemas	Aisen Sánchez	Gerente Administrativo	2456-2020	N.D	asanchez@elektrosistemas.com
Imacasa	Andrés Zamora	Gerente General	2293-2780	2293-4673	azamora@imacasa.com
Importaciones Industriales Masaca S.A.	Jose Rodríguez Brenes	Gerente General	2244-4044		jjrodriguez@masaca.net
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
Sur	Ricardo Chanto Ulloa	Gerente Ventas	2211-3741	N.D	r.chanto.u@gruposur.com
Tornillos la Uruca	Enrique Araya	Gerente General	2256-5212		gerencia@tornilloslauruca.com

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

Horario: Martes 11:00 a.m. — 8:00 p.m

Miércoles 11:00 a.m. — 6:00 p.m

Charlas Gratuitas para visitantes

Expositores:

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

Adquiera su entrada gratis en: www.expooficina.net

Para más información al Tel: (506) 4001-6723

STANLEY®

NUEVA Herramienta Eléctrica



Para el **profesional** más exigente que conoce de **calidad y respaldo**



STANLEY
2 AÑOS
GARANTÍA
LIMITADA™

Con el respaldo de más de
23 Centros de Servicio
en TODO el país.



Distribuye:

MFA

Mayoreo Abonos Agro

Tel. 2211-5150

Nadie le da tantas opciones para proteger su madera

Años de investigación, el profundo conocimiento de nuestros científicos y la alta tecnología desarrollada por SUR nos permiten ofrecer hoy más de 30 barnices e impregnantes base agua, para proteger y embellecer su madera...en interiores y exteriores.



más información

de venta en tiendas *SurColor*
y distribuidores autorizados



La evolución no se detiene

SUR
www.gruposur.com