

tuercas y tornillos

**TYT**

LA REVISTA FERRETERA

Clave de ferretería: delegar funciones **p. 22**

37 años en Palmar Norte **p. 24**

¿Quiénes son líderes en servicio? **p. 30**

Se viene el Ferretero del Año **p. 35**

# FERRETERO DE IGUANA VERDE

**p.32**

Hace 7 años llegó a Uvita, y con la pasión que mueve a los ferreteros, Sergio Padilla conquistó la Zona Sur. Ya está a punto de abrir un nuevo local de más de 5000 m<sup>2</sup>.



 /Revista TYT

Suscríbase en:  
[www.tytenlinea.com/digital](http://www.tytenlinea.com/digital)  
**MAYO 2015 año 18 / No. 227**

**expo**  
**FERRETERA**  
*su herramienta de negocios*  
**29 al 31 Mayo 2015**

**CORREOS**  
DE COSTA RICA

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



El que sabe de morteros

# Maxiseal®

Impermeabilizante cementicio

## Recomiéndelo por su calidad



Polimero



Tecnología adhesiva

Decorativo



Rápido de aplicar

Para prevenir y evitar los problemas de la humedad el **Maxiseal® es la solución.**

Este se convierte en parte de la estructura e impide el paso del agua, a la vez que permite el paso del vapor. De esta manera, la superficie puede respirar, característica indispensable para evitar que se desprendan los repellos por humedad.



Llueva, truene o haga sol  
**DRY COAT ES LA PINTURA TODOTERRENO**  
que funciona mejor y dura más



**3 en 1** PINTA, SELLA E IMPERMEABILIZA DE UNA SOLA VEZ

**MI MUNDO ES MEJOR CON LANCO**

Teléfono: 2438-2257 • [www.lancopaints.com](http://www.lancopaints.com) • Síguenos en



Ferretería Valerio, de Palmar Norte, en la Zona Sur, es una de las nominadas al Ferretero del Año. Óscar Valerio (de rojo), es su representante.

# 07

## MERCADEO

### ¿Su negocio lleva métricas de mercadeo?

Actividades para hacer crecer su negocio hay muchas. Seguramente, varias personas se le han acercado y le han brindado una idea grandiosa para implementarla. Esto es muy positivo, pero se convierte en lo opuesto cuando se materializan muy "alegremente".

# 11

## EN CONCRETO

### Herramientas Manuales

Del inventario total de una ferretería, las herramientas manuales representan más del 20%.

### 16 ¡Los productos ya no son los mismos!

Una marca o producto requiere una renovación constante, de lo contrario se arriesga a perder posicionamiento en el mercado.

# 08

## PINCELADAS

- ¿Cómo bajar la factura eléctrica?
- Vuelco en Ciudad Quesada
- Cifra de viviendas iniciadas subió el 2%
- Imacasa con nueva cara...

# 24

## PERFIL

### ¡37 años a la sombra de Palmar!

La entrada constante de clientes, y aunque muchos venían por transacciones pequeñas y medianas, dio pie para establecer que Ferretería Valerio es un referente de Palmar Norte.

# 22

### ¿Para qué sirve delegar funciones?

# 26

### Ojo con la competencia desleal

# 30

### Los más eficientes en servicio

# 35

### 20 nominados van por el reconocimiento al Ferretero del Año 2015.

# 32

## EL FERRETERO

### Pasión por la Iguana

Hace 7 años cuando llegó a la zona, parecía que todo se le venía encima... Era algo así como abrir trocha. Sin embargo, los obstáculos más bien le dieron fuerza para ir por su sueño, el sueño de tener su propia ferretería...



Lea TyT en digital:

[www.tytenlinea.com/digital](http://www.tytenlinea.com/digital)

4.601 vistas en la edición digital

## Presidente

Karl Hempel Nanne  
karl.hempel@eka.net

## Director Editorial

Hugo Ulate Sandoval  
hugo@ekaconsultores.com

## Directora Eventos

Silvia Zúñiga  
silvia@ekaconsultores.com

## Asesor Comercial

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

## Directora de Arte

Nuria Mesalles  
nuria@ekaconsultores.com

## Diseño y Diagramación

Irania Salazar  
iranias@ekaconsultores.com

## Foto de portada

Hugo Ulate

## Suscripciones

Tel: 4001-6722  
revistaty@ekaconsultores.com

## Suscríbese en:

[www.tytenlinea.com/suscripciones](http://www.tytenlinea.com/suscripciones)

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



## En nuestra próxima edición

### Junio / TYT 228

#### Ranking de las 120 de TYT

El listado de las ferreterías que dominan el mercado. Una edición para tomar decisiones de compra y venta.

El ranking más esperado por los ferreteros y que retrata el sector de "cuerpo entero".

**Cierre comercial: 29 de abril, 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:



Construrama



ROSEJO



Central de mangueras S.A. EBO 9001-2008





# ¿QUÉ APORTAN LOS DEPENDIENTES?

Siempre hemos hablado de las diversas áreas que componen un negocio ferretero, incluso de las estrategias que podrían implementarse para sobrellevar cada una de éstas con algún grado de éxito... Incluso siempre hemos resaltado la labor y personalidad de los empresarios ferreteros y también a los proveedores o compradores de ferretería, pero nunca nos hemos referido, con detenimiento a los dependientes.

¿Qué importancia tienen los vendedores de mostrador en este negocio? ¿Qué generan los dependientes? Mucho, hemos de decir. Y mucho, porque hemos visto como bastantes se preocupan por aprender y desarrollarse lo mejor posible, aunque también he visto bastantes que esperan y desean que los clientes mejor no pregunten para no ir a traer el producto.

Pero hablemos de los buenos, de los que son más... Hay que tener presente que los dependientes son el primer puente o contacto entre el producto y el cliente. Son el primer asesor, y también son los que se convierten en decisores del comprador. Dicho de otra forma, cuando un cliente solicita un producto, sin especificar marca alguna, es el vendedor de mostrador quien decide qué marca venderle.

Y para tomar esta decisión por el cliente, se requiere que el dependiente esté debidamente capacitado e informado sobre los productos.

Además, también cumple el papel de ser "recomendador" a la hora que el comprador de la ferretería dirige sus compras a los mayoristas. En sí, es la primera fuente de información que posee el proveedor en decisiones en las que debe inclinarse por una u otra marca.

Si se saben potenciar bien, los dependientes son los poseedores de ideas innovadoras y que pueden hacer la diferencia en un negocio. Recordemos que son los primeros en atender a los compradores, y que éstos a su vez los buscan para comprarles, aclarar dudas, recibir recomendaciones, y hasta para expresar sus quejas.

Un dependiente que lo haga bien, que se preocupa por sus clientes, sin importar dónde esté, los compradores siempre lo buscarán y en muchos, casos llegarán hasta el nuevo lugar donde éste se encuentra. Lo que es lo mismo, no es de extrañar que los clientes de la ferretería también sean del dependiente.

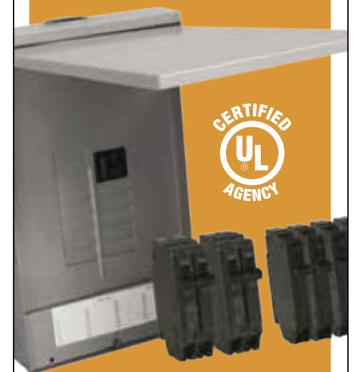
Y lo más importante, los vendedores de mostrador son la cara de la ferretería, representan su imagen, así que: ¡adelante, muchach@s!

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



Por José David Ulloa Soto  
Mercadólogo y  
Economista Empresarial

# ¿Su negocio lleva **MÉTRICAS DE MERCADERO?**

Actividades para hacer crecer su negocio hay muchas. Seguramente, varias personas se le han acercado y le han brindado una idea grandiosa para implementarla. Esto es muy positivo, pero se convierte en lo opuesto cuando se materializan muy “alegremente” y no se lleva el control del impacto real que estas actividades tienen en su negocio.

Por mencionar algunos ejemplos frecuentes de actividades que se llevan sin mayor control (vistos cuando nos acercamos a realizar un diagnóstico para asesorar a algún microempresario), están los siguientes:

- **En nuestro negocio hacemos volanteo y perifoneo frecuentemente.** Esta idea es una excelente alternativa para dar a conocer su negocio, pero ¿conoce usted el impacto y el retorno de dinero sobre esta inversión? Frecuentemente, la respuesta es un rotundo NO.

Por ejemplo, no pueden explicar de cada 1000 volantes repartidos cuántas nuevas personas le visitaron y cuántos de estos terminaron realizando una transacción como clientes. La solución está en generar volantes que brinden algún cupón con algún tipo de regalía, para que al final usted pueda contabilizar los cupones que se recolectaron y se pueda explicar sobre cuántas nuevas visitas se generaron como resultado del volanteo.

Con el perifoneo sería lo mismo, emita un mensaje que le indique a los oyentes que exijan o reclamen alguna muestra gratis, luego registre la cantidad de muestras gratis brindadas. Sea cual sea la actividad de mercadeo que se realice para atraer nuevos clientes, debemos medirla, para conocer su eficacia.

Costo de inversión en actividad promocional dividido entre el número de personas que le visitaron para exigir la regalía = Costo por persona que visitó el negocio.

## **Crítico**

- **En nuestro negocio los clientes vienen muy seguido y consumen mucho.** Las preguntas que deberíamos hacernos son: ¿con qué frecuencia?, ¿cuánto gasta mi cliente promedio en mi local? Todo negocio debería llevar, aunque sea en una pequeña hoja de cálculo la periodicidad de compra de todos sus clientes, para poder identificar el tiempo en promedio de recompra.

Esto basta con sólo registrar en el momento de la transacción, las fechas y los montos de compra. Una vez que se conoce la periodicidad de recompra y el monto de compra promedio de sus clientes se pueden generar estrategias para aumentar el consumo entre sus clientes. Pero si no se ha medido anteriormente esta variable, no se puede conocer con detalle qué tan efectivas pueden ser las nuevas promociones y ofertas que se van a realizar.

- En nuestro negocio tenemos una cartera de clientes muy leal. Esto es uno de los puntos clave de todo negocio, pero ¿ya hemos podido categorizar a nuestros distintos grupos de clientes? En todo negocio, siempre existe entre un 20% y 30% de sus clientes que son quienes generan del 60% al 80% de sus ingresos. Es necesario tener bien identificados a estos clientes, ya que son los que prácticamente mantienen vivo al negocio.

A este grupo de clientes se les debe ofrecer algún tipo de beneficio diferenciado para buscar su retención en el tiempo. Debemos identificar a este grupo de clientes por sus montos de compra, su periodicidad

de compra y la cantidad de referidos y clientes nuevos que atraen por sus recomendaciones. Este grupo de clientes es crítico para hacer crecer a su negocio.

No se puede llevar el control de estas variables de mercadeo a puro tanteo. Llevar el control de estas métricas de mercadeo es vital para poder ser más efectivos en futuras campañas. Las métricas son de gran importancia para aumentar la eficacia y eficiencia en la atracción de nuevos clientes y la retención de los clientes actuales. Recuerde esta frase: **“si no lo puedes medir, no lo puedes controlar y si no lo puedes controlar no lo podrás mejorar”.**



# ¿CÓMO BAJAR LA FACTURA ELÉCTRICA?

Para una empresa la factura eléctrica se convierte, la mayoría de las veces, en un costo incontrolable. Y aunque procuren dejar la luz apagada, esto no lo es todo... Se requiere mucho más que eso. Se requiere ser eficiente.

Precisamente, la empresa Itecna ([www.itecnacr.com](http://www.itecnacr.com)), brinda asesorías para ser más eficientes en el consumo eléctrico, desde el punto de vista de detectar cuando los equipos, maquinaria, y todo lo que conlleva electricidad, se está subutilizando.

Jorge Chaverry, Gerente General, manifiesta que su empresa posee cerca de 30 años en el mercado de eficiencia energética, con lo que también contribuyen con el medio ambiente.

En este momento, además de dar asesoría y colaborar con las empresas, Itecna tiene una alianza con Moloney Electric, una empresa canadiense, en la que en conjunto se han dado a la tarea de reparar y volver a la vida útil, muchos de los transformadores que el ICE ha desechado. "Con esto no solo ayudamos a cuidar el medio ambiente, sino que le damos al ICE la oportunidad de recuperar activos que se habían desechado, y con una inversión mucho menor que si los transformadores se compraran nuevos", destaca Chaverry.



En estas fotografías se puede ver cómo prácticamente los transformadores regresaron desde Canadá como nuevos. Una tarea que realiza Itecna en conjunto con Moloney, para el ICE.

# VUELCO EN CIUDAD QUESADA

Una vez más el mercado de San Carlos se volcó a la feria de Rojas y Rodríguez...

Más de 70 casas mayoristas se hicieron presentes para apoyar esta iniciativa, en la que Rojas y Rodríguez, no solo consiguen aumentar el caudal de sus ventas, sino que hace que sus compradores pasen un rato agradable, divertido y conozcan con más detenimiento, una buena parte de sus productos.

Freddy Rodríguez, Gerente General de la ferretería y de la feria, se mostró complacido con el apoyo, y estimó que estas estrategias siguen dando en el clavo a la hora de motivar y atraer a los clientes.



# CIFRA DE VIVIENDAS INICIADAS SUBIÓ EL 2%

EE.UU.- Las nuevas viviendas iniciadas en Estados Unidos en marzo, alcanzó la cifra anualizada de 926.000 unidades, lo que supone un repunte del 2% desde las 908.000 de febrero (dato revisado al alza desde el calculado inicialmente), según ha informado el Departamento de Comercio. El pronunciado descenso de febrero, que fue del 15,3%, se debió a las fuertes nevadas registradas durante el mes.

La lectura está muy por debajo de las previsiones de los analistas, que esperaban una subida mucho mayor, del 15,9%, hasta las 1,04 millones de casas.

Por su parte, los permisos de construcción de vivienda concedidos descendieron el 5,7% hasta las 1.040.000 autorizaciones.

Fuente: [elEconomista.es](http://elEconomista.es)

## IMACASA CON NUEVA CARA...

Y no se trata esta vez de que le cambiaron el filo o la presentación a los machetes, ni del lanzamiento de una pala nueva, sino más bien de que ahora hay un nuevo gerente general que maneja la operación para Costa Rica.

Se trata de Mario Monterroza, quien hace como un mes llegó al puesto. De nacionalidad salvadoreña, pero conocedor del mercado costarricense, afirma que para él es un gran reto “porque el sector ferretero es muy dinámico”, pero que su objetivo se centra en buscar ubicar a la compañía entre los primeros tres proveedores de preferencia en el mercado.

Asegura ser un gerente al que le encanta la comunicación abierta y hacerse a la mano de gente vanguardista, “por lo que al tener productos de calidad, podremos lograr grandes cosas”, asegura Monterroza.

Dice que la razón de toda empresa son los clientes, y para que éstos estén satisfechos, hay que entender sus necesidades y cumplirlas a tiempo.

“Somos ISO 9000, por eso siempre tratamos de mejorar todas nuestras gestiones. Los clientes pueden estar seguros que cumpliremos, por ejemplo, con entregar sus pedidos en el tiempo que lo requieran”, asegura.



Mario Monterroza, es el nuevo Gerente General para Imacasa Costa Rica.

An advertisement for Imacasa. At the top, the Imacasa logo is displayed in a red and white box with the tagline "FUERZA EN SU TRABAJO" underneath. Below the logo is a photograph of a construction worker wearing a red hard hat and safety glasses, using a yellow-handled pickaxe to dig into the ground. The background shows a construction site with rebar and concrete. At the bottom of the advertisement, the slogan "FUERZA EN SU TRABAJO" is written in large, bold, white letters. Below the slogan is the website address "www.imacasa.com". At the very bottom, there is a row of small white icons representing various tools: a hard hat, a pickaxe, a shovel, a hammer, a wrench, and a screwdriver.

# Bush visita ferretería **QUE LE OFRECIÓ TRABAJO**



**E.E.U.U.-** El ex presidente George W. Bush visitó una ferretería de Dallas que este mes le hizo una oferta: trabajar como recepcionista.

Andrea Bond, Gerente de Elliott's Hardware, dijo que Bush entró caminando el sábado a la tienda y bromeó: Estoy

buscando trabajo.

La tienda había publicado una carta abierta a Bush, invitándolo a que trabajara en la tienda dándole la bienvenida a los clientes.

La apelación en broma apareció publicada en el diario Dallas Morning

News y en su publicación hermana Quick. Bond dijo que Bush pasó aproximadamente una hora en la tienda, haciendo compras y hablando con clientes. Compró unas linternas eléctricas, baterías y una lata de aceite en aerosol. También compró luces del tipo que permanecen encendidas toda la noche.

Fuente: Diario La Prensa de Panamá

## Multarán ferreterías y fábricas **POR BLOQUES DE MALA CALIDAD**



**Panamá.** Cerca de un millón de dólares en multas podría imponer la Autoridad de Protección al Consumidor y Defensa de la Competencia, a 39 establecimientos sorprendidos cuando vendían bloques de construcción de mala calidad.

Así lo informó Pedro Meilán, administrador de la Autoridad, quien explicó que cada empresa se arriesga a recibir una sanción de 25 mil dólares de parte del director de Protección de la Autoridad, Víctor Shailer. Del 3 al 9 de octubre pasado, funcionarios de esta institución inspeccionaron los productos de 42 ferreterías y fábricas de bloques en los distritos de Panamá y San Miguelito.

El operativo, que se inició con una denuncia de una consumidora que dijo que los bloques se deshacían en sus manos.

En San Miguelito, de los 25 agentes evaluados, solo uno cumplía con lo establecido en la norma. Y en Tocumen, de los 17 establecimientos revisados, solo tres estaban en regla.

Vender bloques con anomalías, según Meilán, es un acto que atenta contra la seguridad y bienestar de la salud de la población.

El ingeniero Alberto Filós, gerente de Tecnipan, S.A. explicó que el operativo demuestra que las fábricas están incumpliendo con las certificaciones que deben emitir los laboratorios, luego de hacerles las pruebas respectivas.

“Muchos fabricantes buscan hacer rendir un saco de cemento al producir la mayor cantidad de bloques”, destacó Filós.



## Suben 40% ventas **EN FERRETERÍAS POR LLUVIAS**



**México.** Se incrementa la demanda de productos relacionados con la impermeabilización, indicó dirigente de la Asociación de Ferreteros y Tlapaleros de Nuevo León.

Durante la época lluviosa, las ferreterías han visto incrementadas sus ventas en más de un 40%. Los ferreteros reportan que se han aumentado las ventas de impermeabilizantes y productos que requiere este proceso.

“Se disparó la demanda de estos productos como: brochas, rodillos, selladores, resanadores”, aseguró.

Treviño recordó que el sector ferretero en Nuevo León, ha tenido un crecimiento en los últimos 5 años, al pasar de 2500 a 3268 establecimientos, que equivale a un 30%, lo que quiere decir que existe una ferretería por cada 1300 habitantes.



Algunas empresas fabricantes de bloques de concreto podrían ser multadas en Panamá. (Fotografía con fines ilustrativos).



## HERRAMIENTAS MANUALES

# Cuando lo MANUAL SE PASA...

Del inventario total de una ferretería, las herramientas manuales representan más del 20%.

¿En qué se diferencian las herramientas manuales? A simple vista, pareciera no haber diferencia, por ejemplo, entre un destornillador de una marca y otra... Aquí todo depende del uso que se le vaya a dar. Por uso entiéndase: si es para socar esporádicamente un tornillo, o va a convertirse en la herramienta de uso diario en un taller de 7 mecánicos.

¿Juega algún papel importante la aplicación o hay diferencia de herramientas según el usuario? Claro que hay diferencia, incluso hasta en el precio. Un precio mayor siempre supone una herramienta de más alta calidad, pero ojo, que no siempre se cumple esta máxima, ya que muchos fabricantes, sin apartarse de la calidad, han encontrado en las economías de escala, la fórmula para hacer herramientas que soporten los embates de los usuarios y perduren en el tiempo.

Por lo tanto, la competencia entre marcas es fuerte, por lo que el precio casi dejó de ser una variable preponderante, y empiezan a pesar más los beneficios que pueda otorgar la herramienta: desempeño, duración, garantía, versatilidad.

Aquí lo más importante es que el vendedor de mostrador de la ferretería esté debida y totalmente capacitado como para establecer con certeza las diferencias entre una y otra marca.

### Especializado

Actualmente, el usuario especializado, ese mecánico que visita las ferreterías en busca de una herramienta, no lo hace pensando en una herramienta específica, sino en encontrar algo que le aporte más eficiencia a su trabajo,

que le otorgue rendimiento, desempeño y que no tenga que perder el tiempo regresando a la ferretería para devolver la herramienta porque esta se dobló, se quebró, se barrió o no dio la talla.

Y claro está que aquí se enciende otro tema que es con respecto al uso, y por eso somos enfáticos al indicar que el vendedor debe estar muy seguro de lo que está vendiendo y de lo que le están pidiendo comprar. Existe una herramienta manual para socar la tuerca del percolador de la casa y otra para socar la tuerca o tornillo por donde se le cambia el aceite al carro...

Hoy, existe una herramienta para cada necesidad, y para cada segmento de usuario. La misión y el secreto está en poner la herramienta correcta en las manos del usuario correcto.

De acuerdo con la última muestra que se tomó del mercado, con 100 ferreteros consultados, dejaron establecido que los jugadores de herramienta manual se mueven así: Stanley con casi un 30% de penetración de mercado, Truper con un 22,5%, Force con un 9%, Imacasa con 7,5% y Neo con un 5%.



# Best Value UNA MARCA DE POR VIDA

Desde que Vega la trajo al país, hace más de 20 años, Best Value se consolidó como una marca que se ganó la confianza del canal ferretero.

Por Vega

Si nos ponemos a hablar de los valores que más representan a la marca de herramienta manual Best Value, tendríamos que mencionar que uno de ellos es “su garantía de por vida. Esta es su principal carta de presentación, una garantía donde se cambia la herramienta de forma inmediata ante cualquier insatisfacción del cliente”, así lo asegura Rafael Vargas, Gerente General de Importaciones Vega.

**- ¿En qué se diferencian estas herramientas de otras de la competencia? ¿En qué y por qué ganan?**

- El extraordinario surtido, acabado, empaque e imagen de las herramientas Best Value, hacen la diferenciación ante otras marcas. Además, el inventario constante con el que contamos hace que el ferretero no tenga que lidiar con faltantes de inventario.

**Ventas garantizadas**

**- ¿Por qué un ferretero debería confiar en Best Value, por encima de otras marcas como Truper, Surtek, Sata, entre otras?**

- La respuesta es trayectoria: más de 20 años de Best Value en el mercado, 20 años de ofrecer productos de muy alta calidad, máximo surtido. Representamos una marca que siempre cumple con los compromisos adquiridos y garantía real bajo un concepto de cero preguntas o cuestionamientos para cambiar un artículo, además del apoyo incondicional que recibe el ferretero para exhibir exitosamente la marca

**- ¿Qué debe hacer el ferretero para vender más herramienta manual Best Value?**

-La clave es ampliar el surtido y exhibir bien, y el resultado es ventas garantizadas. “Para esto Importaciones Vega como distribuidor exclusivo de Best Value en Costa Rica, ofrece total apoyo para hacer exhibiciones y planogramas de acuerdo con la necesidad de cada uno de sus clientes”.

**- ¿Cuáles son los segmentos de mercado en los que predomina Best Value?**

- Las herramientas Best Value aplican para el mercado profesional y hobista. Para ambos segmentos de mercado contamos con un surtido sumamente amplio y con herramientas innovadoras.



VARIEDAD Y CALIDAD CON  
**GARANTIA  
DE POR VIDA**  
MÁS DE 3000 PRODUCTOS  
MÁS DE 3000 SOLUCIONES



DISTRIBUIDO POR  
**VEGA**

HERRAMIENTAS - ILUMINACIÓN - FERRETERÍA - JARDINERÍA - PROTECCIÓN

DISTRIBUIDO PARA COSTA RICA POR IMPORTACIONES VEGA S.A. | 2494-9600 | [FACEBOOK.COM/IMPORTACIONESVEGA](https://www.facebook.com/importacionesvega)



Afirma que Force es una marca que constantemente se renueva, lo que hace que en las tiendas ferreteras, los usuarios no siempre ven la misma herramienta.

# Force y Hazet:

## DOS “CABALLOS” DE BATALLA MUY FUERTES...

En el mercado de herramientas manuales, Capris asegura poseer dos jugadores fuera de serie con sus marcas exclusivas: Hazet y Force.

Por Capris

En principio, Hazet es una marca que ha estado de la mano con la compañía por más de 60 años, y por ser alta especialización, es utilizada por mecánicos de empresas de la talla de BMW, Mercedes, Porsche.

Hazet como herramienta alemana cuenta con un portafolio sumamente amplio de productos.

Y para el caso de Force que ya cuenta con cerca de 15 años de estar con Capris, es de origen taiwanés. “En realidad Force es de una calidad muy cercana con Hazet, solo que ésta si va muy dirigida al segmento ferretero”, asegura Cedrik Cartín, Gerente de Ventas Regional para el Sector Ferretero de Capris.

### Precios especiales

Asegura que muchos ferreteros siempre han percibido a Force como una herramienta cara, sin embargo, “no hay nada de eso, porque esta herramienta compite en calidad y precio con la de mayor penetración y más venta del mercado”.

Enfatiza que “no es para nada una herramienta cara, y de paso, invito a los ferreteros a probar y constatar el mix de productos que ofrece la marca”.

Cedrik, además de resalta otros beneficios que rodean a la marca. “Tenemos de todo para los talleres mecánicos, incluso una de las

ventajas es el despiece que con la ayuda de los asistentes o cajas de herramientas hacen el trabajo del mecánico más eficiente, pues no hay posibilidad de que la herramienta se extravíe o se desordene, haciendo que el profesional ahorre más tiempo y se le facilita su trabajo”.

Force cuenta con un portafolio de la A a la Z, e incluso también cuenta con herramientas manuales para electricistas.

“Force es una herramienta que también le deja al ferretero muy buena utilidad”, enfatiza Cartín. Dice que en este momento ofrecen al ferretero el manejo de paquetes especiales que se adaptan a los esquemas de rotación de la tienda. “Le asesoramos para que tenga el mix de más alta rotación. Estos paquetes incluyen plazos y precios especiales, así como la disposición de cambiar la herramienta si ésta no se vendiera. Capris comparte la responsabilidad de la venta con el ferretero y le ayuda con lo que tiene que ver con exhibición”.

**FORCE**



de la  
**A LA Z**  
EN HERRAMIENTAS  
PROFESIONALES

**HAZET**

*Ingenio*  
EN HERRAMIENTA MANUAL

CALIDAD 100% ALEMANA



DISTRIBUIDORES  
EXCLUSIVOS

Línea Gratuita  
**8000-CAPRIS**  
2 2 7 7 4 7

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



## **NOVEDADES DEL 2015**

# Los productos **NO SON LOS MISMOS**

Una marca o producto requiere una renovación constante, de lo contrario se arriesga a perder posicionamiento en el mercado. Sin renovarse, un producto podría desaparecer en menos de 4 años.

Y tiene que ser así. En primer lugar, los compradores cambian y mutan a lo que el usuario final exige, pues cada vez con más competencia, un producto debe ser lo suficientemente versátil para que su vida útil vaya más allá de un simple lanzamiento, y por otro lado, lo que hoy es una tecnología, mañana, podría estar completamente obsoleta.

La oferta de productos en el mercado ferretero exige una renovación constante, y si no se cumple, necesariamente, el producto pierde más del 15% de posicionamiento por año, lo que quiere decir que una marca sin respaldo, es una marca condenada a morir.



**Metabo SBE 760.**

Taladro percusión 13mm (1/2") 760W  
110V/60HZ/1F. 600841620



**Metabo DKG 40/50.**

Clavadora - grapadora neumática ¼ -  
601562500



**Metabo DKG 90/25.**

Clavadora neumática de ¼ -  
601565500



**Metabo**

Linterna LED USB (PICK&MIX)



**Metabo STE 100 SCS.**

Sierra caladora 380W 1000-3000 RPM 2.3 KG 6011043620. Combo:  
Metabo, suéter térmica 14.4-18V con cargador batería 102289.



Distribuye: Capris • Tel.: (506) 2519-5000



**MR16-SMDLED. LED en color:** verde, azul, rojo, amarillo. 100-127 V. Amperaje: 0,03. Ángulo: 120°. Base: GX5.3. Vida promedio: 20 mil horas. Medidas: 50 x 48 mm.



**Lámpara LED.  
AR111BVD-LED/17W30**

Tensión nominal: 100-127 V ~. Consumo de potencia: 3 W. Base: G9. Ángulo de dispersión: 100°. Temperatura de Color: 3000 K (Blanco Cálido) 200 lúmenes. Tiempo de vida aprox. 20000 horas. Altura: 63 mm. Diámetro: 24 mm.



**Lámpara LED  
AR111BVD-LED/17W30**

Características: diseño innovador, lámpara LED, iluminación puntual. Distribución de luz: direccional. Tipo de bulbo: AR 111. Material de la carcasa: aluminio. Terminado: gris. Atenuable, 3 años de garantía. 30 mil horas de vida.

Distribuye: Tecnolite • Tel.: (506) 2244-5595



**Brida flexible Coflex.**

No requiere cuello de cera. Sólida fijación al piso. Sello hermético con el sanitario y con la tubería de drenaje. 4" PVC (diámetro interior real 4.5" o 115 mm). 10 años de garantía.



**Brida flexible para mingitorio**

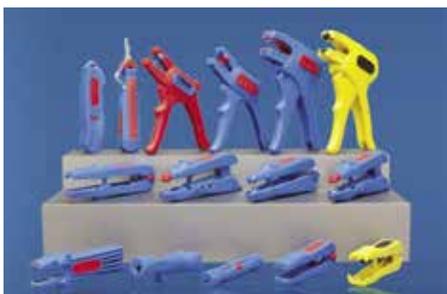
La manga de PVC flexible corrige desfaseamientos permitiendo alinear el mingitorio y el tubo de drenaje, y fácil instalación. Por su doble sello hermético evita fugas.



**Cuello flexible Coflex.**

Para hacer que la instalación de sanitarios sea fácil y limpia. Está fabricado con PVC flexible resistente a ácidos, ofrece dos sellos herméticos.

Distribuye: Coflex: Servicio a Clientes +52 81 83 892800 • 01 800 226 3539  
servicioaclientes@coflex.com.mx • www.coflex.com.mx  
Costa Rica: Gil Coto Navarro • Tel.: (506) 2224-2278



**Pelacables.**

Herramientas para pelar cables de varios calibres, corte rápido, certero y con seguridad.



**Lámpara HIBHBAY.**

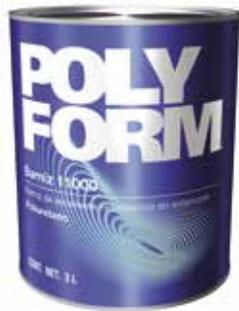
Modelo BY689P, 90W, 9000LM, IP65, 220-240V



**Bombillo LED SLIMSTYLE  
Dimerizable**

10.5W-60W, en 2700K y 5000K, E27, 120V, 800LM, 360° Light.

Distribuye: El Eléctrico Ferretero • Tel.: (506) 4055-1777



**Polyform Barniz 11000**

Barniz de alta resistencia a la exposición en exteriores y a la abrasión del tráfico peatonal, a los ácidos, y álcalis diluidos y al contacto con solventes comunes. Balance entre de dureza y flexibilidad, que le confieren alto desempeño ante los cambios normales de dimensiones que sufren los sustratos. Disponible en acabado brillante, mate y semimate, Para aplicar en pisos, puertas, ventanas y muebles de madera en general; además se puede aplicar sobre cualquier superficie que tenga porosidad, como madera, barro, metal, cantera, concreto.

**Barniz de Poliuretano**

Sistema A218 y F218 (Brillo directo)

Sellado: Polyform Fondo Catalizado F-218.

Características: transparente semibrillante. Fondo de dos componentes para uso en interiores. Como base para sellar la porosidad de madera.

Polyform Barniz Brillo Directo A-218 Transparente. Poliuretano base solvente. Transparente color cerrado brillante y 11 colores. Alta resistencia, altos sólidos, secado rápido. Puertas, ventanas y muebles en general de madera para interiores.

Distribuye: PPG Comex • Tel.: (506) 2201-0200



**Aditivo para radiador**

Nueva fórmula (OAT) tecnología orgánica ácida, para ser usada en vez de agua. NO CONTIENE GLICOL ETILENO. Cumple con los estándares ASTM D-1384. Extiende la vida del radiador y del sistema de enfriamiento. Prolonga la vida útil del anticongelante y es compatible con cualquier marca. Amigable al medio ambiente y biodegradable. Listo para usar. Presentación: 32 OZ / 946 ML, 60 OZ / 1.8 L, 1 GAL / 3.79 L, 2.5 GAL / 9.47 L, 5 GAL / 19.95 L, 55 GAL / 208 L.

Distribuye: Importadora Quigo S.A.  
Tel.: (506) 2239-4044

**Bisagra con curva para Trailer  
(En 8" y 12") Cod. PO2212**

Platina de Acero A36  
de 2x3/16".

Platina de Acero A36  
de 4x3/16"



**Bisagra plana para camión  
(De 8" y 12") Cod. P02008**

Platina de Acero A36  
de 4 x 3/16"

Platina de Acero A36  
de 2 x 3/16"



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



### **Cabeza para Atomizador:**

boquilla ajustable de latón. Se adapta a botellas plásticas. Rosca de 1".



### **Afilador para herramientas.**

Equipado con 2 cuchillas de carburo de tungsteno de alta dureza que garantiza larga duración de la herramienta. Con protector para los dedos mientras se afila. Ideal para afilar herramientas de un solo filo como tijeras de podar, azadones, cuchillos.

Distribuye: Imacasa • Tel.: (506) 2293-3692



### **Cuchilla de Linóleo.**

Diseñada para quitar las cubiertas de aislamiento de los cables y cortar vinilos y linóleo. Mango de polipropileno para mejor agarre.



### **Cuchilla de Vollager de cuello..**

Ligero complemento ideal para viajes de campamento. Vaina de Kydex para protección de filo.



### **Shelftrack Elite**

es un sistema modular que consta de estanterías, gavetas, tubos colgadores, y zapateras que se pueden vender por separado o se puede hacer diseños a la medida y según la necesidad de cada cliente, Shelftrack Elite es 100% modular y cuenta con un sistema de guías, rieles y escuadras metálicas, estanterías, gavetas, zapateras y con tubos colgadores.



### **Línea Decogarden**

de macetas que sugieren una propuesta de decoración para diferentes ambientes. Resistente a los golpes y caídas, ya que están hechas de un PE (polietileno) rígido que a su vez las hace súper ligeras, teniendo también la cualidad que vienen con filtro UV que las hace resistentes a la radiación ultravioleta evitando así que pierdan su acabado y no se decoloren, además de cumplir la función de macetas también cumplen con un tarea especial que es la decoración.



### **Innovación Rapideck**

es línea de piso tipo deck hechos de PE, resistentes a las inclemencias de la naturaleza, ya que están tratados con filtro UV. Resiste altas temperaturas no se deforma en exteriores, ni se decolora, no se pudre, ya que es de baja absorción de humedad, son muy seguros ya que no se astillan y son auto extingüibles, su instalación es muy sencilla gracias a su práctico sistema plug and use no es necesario atornillar.

Distribuye: Hoggan Int. • Tel.: (506) 2244-5880



**Disco visión Orientflex.**

Disco de pulir multicapa óxido de zirconio. Especial para metales como el acero inoxidable, sus tres ranuras le permiten tener una visión total de la pieza o superficie a pulir en el proceso.



**Disco Clean and Strip Orientflex.**

Disco de fibra especial recomendado para procedimientos de limpieza y preparación de superficies metálicas, pulido de autos o piezas automotrices.



**Extensión flexible Bianditz.**

Alternativa para atornillar en los sitios más escondidos e incómodos donde ninguna otra herramienta de apriete podría trabajar.

*Distribuye: Universal de Tornillos • Tel.: (506) 2243-7676*



**Nova LED. Dimensiones**

Varía según la potencia. Vida útil: 50.000 h. Altura total: depende del poste. Temperatura de color: 5000-6500K (Luz día). Consumo KWH: 60W, 90W, 120W, 150W, 180W.. Voltaje: 120-277VAC. Genera una luz direccional porque viene en curvas tipo I, II y III, que permiten direccionar la luz según la necesidad.



**Luminaria circular multiuso.**

de instalación sobrepuesta, disponible en color negro y blanco para uso interior y exterior. Consumo : 50W. Voltaje: 120/240V. Tecnología de luz: fluorescente compacto. Acabado: negro y blanco. Para pared.



**Luminaria Magnum LED.**

Tecnología: LED. Aplicación: autopistas, parqueos, calles. Vida útil: 50,000 horas. Garantía: 1 año a partir del día de compra. Beneficios: ahorro energético, larga vida útil, tecnología solar

*Distribuye: Sylvania • Tel.: (506) 2210-7600*



**OBRA. V 8450**

Vibrador para hormigón. Potencia: 1,5 kW - 2 HP. Diseño compacto. Motor a inducción, larga vida útil. Accesorios: agujas vibratoras



**Gladiator. AD 836.**

Atornillador con batería de Litio-Ion. Diseño ergonómico, soft-grip. Luz LED de trabajo, presentación en blister. Incluye 2 puntas. 3,6V.

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



**Sierra cinta para metal,**

de 150 mm de capacidad de corte. Producto de fabricación 100% Italiana y la marca es FEMI.

*Distribuye: Reposa  
Tel.: (506) 2272-4066*

NUESTRA  
CALIDAD  
SE RESPALDA EN

AÑOS  
**50**  
DE TRABAJO



# ¿Para qué sirve DELEGAR FUNCIONES?

Entender que las ruedas de un negocio deben girar hacia el mismo lado y debidamente coordinadas, es clave y sino que lo digan en Turrialba que encontraron la forma de lograrlo.

¿Qué tiene una ferretería de Turrialba, que su gestión la haría competitiva en cualquier parte del mundo donde se requiera un negocio ferretero? O vayamos más allá... ¿Qué podría hacer que un ferretero que trabaje en este país, pueda desempeñarse con éxito en un mercado de más fuerte competencia, como la tienen mercados de Argentina, Chile, Estados Unidos, México y otros?

Esto suena a un par de preguntas difíciles de contestar, pero hay una ferretería que guarda estos atributos, gracias a que su parte gerencial tiene muy claro el negocio, y ha instaurado en la compañía valores empresariales fundamentales como el orden, la confianza en la gente y la delegación de funciones en la gente correcta.

Se trata de Ferretería Santa Rosa, un negocio que marcha de la mano de Adrián Salazar, y que sabe que en la delegación de funciones y en mantener un negocio ordenado que cubra dos flancos principales: cuentas por pagar y cuentas por cobrar, se puede perdurar en el tiempo. "También hay que rodearse de gente que conozca en lo que está, gente experta que pueda hacer que la empresa crezca", asegura Salazar.

De repente, al voltear la mirada a la ferretería que está en Santa Rosa, también percibimos otros elementos claves que ya apuntan directamente a la exhibición, en primer instancia, un negocio atestado de producto, con más de 2 y hasta 3 alternativas por producto, iluminación constante en cualquier área, y una temperatura agradable que invita a comprar, y que ya de por sí, el mismo clima de la zona hace su colaboración.

Pero también como el mismo Salazar lo indica, "nos manejamos por la filosofía de hacer del cliente un amigo, que perciba nuestra calidez humana y que su compra sea satisfactoria", sostiene.

## Un arte

Adrián dice que desde que conoció el arte de delegar, se la pasa más tranquilo, incluso habla de que se tiene más control del negocio de esa forma porque se puede atender con más sigilo las tareas que son mucho más importantes.

Precisamente, confiar en la gente y aprender que se puede delegar, hizo que la gerencia general de la ferretería esté hoy en manos de Mauricio Almarales, quien se encarga de que los engranajes de la empresa estén "bien aceitados" y que funcionen.

"Siento que ahora somos más ordenados y que nos hemos llenado de más profesionalismo", asegura Salazar.

"somos un libro abierto, aquí no escondemos nada"

La misión de esta ferretería está estampada en todos sus departamentos, y más o menos reza así: *"ser un negocio ordenado en todas sus áreas, donde el cliente satisfaga todas sus necesidades, en materia de construcción y acabados"*.

Sabe que en el mercado no están solos, por eso vehementemente dice que "respetamos la competencia, y hay que tener mucha astucia para ganarle, y cada vez hay que cuidar más al cliente por el gran abanico de posibilidades con que cuenta".

Sobre los proveedores dice que les agradece el apoyo. "Para nosotros nos es fácil estar cambiando de mayoristas, a todos los atendemos y tienen su lugar. Los respetamos en todo sentido y pedimos que ellos lo hagan con nosotros".

Asegura que pronto a cumplir los 20 años en el mercado, "somos un libro abierto, aquí no escondemos nada, lo que tenemos ha sido porque nos hemos esforzado por ello. Nuestro activo más valioso son las 84 personas que trabajan aquí", concluye Salazar.

Adrián Salazar, Propietario de Ferretería Santa Rosa de Turrialba, asegura que una vez que el cliente entra en el negocio, se convierte en un amigo.



# 37 años a la **SOMBRA DE PALMAR**

La entrada constante de clientes, y aunque muchos venían por transacciones pequeñas y medianas, dio pie para establecer que Ferretería Valerio es un referente de Palmar Norte.



**Óscar Valerio, Propietario de Ferretería Valerio, en Palmar Norte, asegura que se han mantenido en el mercado por casi 40 años, y que fue su padre Antonio Valerio quien arrancó el negocio, un día de 1978.**

Uno de sus propietarios Óscar Valerio, hijo, lo tiene más que claro: “un día pueden ser transacciones pequeñas, pero otro el que vino por poco, puede venir por mucho”.

En la ferretería trabajan cerca de 8 personas, y Valerio dice que incluso se han valido de la competencia, para potenciar con más fuerza el negocio. “Cuando la gente se da cuenta que un negocio no tiene muchas cosas, no les gusta, y muchos de ellos se han quedado con nosotros por esa razón. Siempre buscamos que haya de todo. Las cotizaciones incompletas no ayudan a vender”, dice Valerio.

Un negocio de más de 250 metros cuadrados y que recibe un par de centenares de clientes diario en promedio, sumado a la tradición de cuatro décadas, hace que trascienda sus propias fronteras de influencia. “Es cierto, nos hemos dado a conocer, pero mucho es porque hemos aprendido a conocer a los clientes, además, las enseñanzas de

papá siempre nos abrió las puertas con los compradores”, asegura Óscar.

## **Enfoque fuerte**

En el rato que estuvimos por ahí, para conocer acerca del negocio y de paso, ratificarles que era de una de las ferreterías nominadas a Ferretero del Año, pudimos darnos cuenta que el enfoque en ferretería es sumamente fuerte.

“Al sumar las transacciones pequeñas, al final del día tienen un peso importante, un peso fuerte, sobre otras que hay que tener, pero que apenas arrojan un margen pequeño de ganancia”, asegura Valerio.

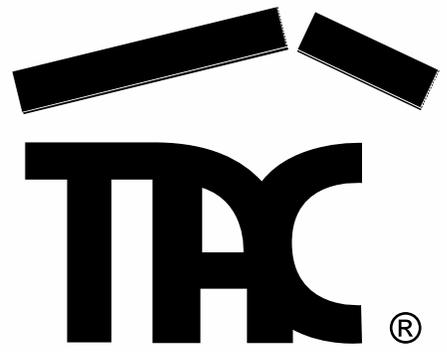
Sobre la nominación, Valerio se mostró complacido, pues dice que estos 37 años, aunque han vivido momentos duros y buenos momentos, siempre la oportunidad de ser reconocido, establece toda una ilusión, “y es señal de que hacemos las cosas bien”.

Bahía Drake, Piedras Blancas, Chacarita, así como hoteles en construcción son zonas y empresas que ya han probado los productos y servicios de Valerio.

“No podemos quedarnos solo en Palmar Norte, hay que buscar vender más siempre, si queremos perdurar por más años”, destaca.



**Las transacciones pequeñas y el flujo constante de clientes, según Valerio, al final del día, tienen un peso fuerte en el resultado del negocio.**



Tablilla TAC Blanco 000

# Tablilla para **Cielo** de PVC

Otro producto más de **CANET**

[www.persianascanet.com](http://www.persianascanet.com) • Costa Rica • El Salvador • Nicaragua • Oficinas Centrales: 2280-1050, Ext:127



# Ojo con la **COMPETENCIA DESLEAL**

**El sector ferretero no ha sido nunca ajeno a la competencia ilícita. Esta se da a todo tren, en una guerra de guerrillas a nivel de mayoristas y vendedores al detalle.**

En la Enciclopedia de economía (<http://www.economia48.com>) se define a la competencia desleal como: toda práctica comercial que no respeta las reglas de juego del mercado fijadas por las leyes o establecidas por los usos y costumbres comerciales. Actuación mercantil que con engaño o fraude pretende sacar provecho o causar perjuicio a terceros (consumidores, distribuidores y competidores).

Si bien son utilizados habitualmente como sinónimos los términos de competencia desleal y competencia ilícita, es más exacto el segundo que el primero, aunque venga siendo utilizado en el mundo de la economía con bastante menos frecuencia que el primero. Pues toda competencia, en cuanto supone confrontación en vez de cooperación, es, por definición, desleal.

¿Cómo pueden calificarse de leales las tácticas y estrategias competitivas de una empresa, cualesquiera que éstas sean, cuya finalidad última no es otra que la de arrebatarse clientes a las restantes empresas del sector (empresas competidoras) y, si es posible, echarlas del mercado (aniquilarlas)?

Con esto de la competencia sucede algo similar que con las guerras o los combates de boxeo. Aunque se trate de una lucha a muerte no todo vale. Existe una serie de reglas, principios y valores sobreentendidos

que hay que respetar, incluso en las guerras, y cuando uno se sobrepasa es juzgado por criminal de guerra; tampoco valen en el boxeo los golpes bajos; y lo mismo podríamos decir de la lucha entre el torero y la fiera sobre la arena del redondel. Para poder competir eficazmente y no cruzar la frontera de lo ilícito hay que estar moviéndose continuamente sobre el filo de la navaja. La libre competencia es la esencia de la economía de mercado. No existe probablemente acción humana más desleal, desde el punto de vista de los intereses de las empresas que luchan por su supervivencia, ni tampoco más provechosa socialmente, desde el punto de vista del interés general. Porque la competencia lleva a que, en último término, sólo supervivan los productos que son capaces de producir los bienes y servicios que necesitan los consumidores en las mejores condiciones (de la mejor calidad y al más bajo precio).

### Franja amplia

Toda actuación competitiva, de naturaleza publicitaria o de cualquier otro tipo, que tenga por objeto bien sea dar a conocer a los consumidores potenciales la aparición de productos nuevos o de productos análogos a los ya existentes, pero de mejor calidad o menor costo, o bien facilitar su adquisición, debe ser considerada como competencia leal; y como competencia desleal, cualquier otra.

Lo que ocurre es que entre uno y otro tipo de competencia se extiende una amplia franja, a modo de marca o tierra de nadie, en la que es muy difícil dilucidar de qué tipo de competencia se trata. En esos casos, en virtud del principio del favor mercatoris, porque en la competencia —en la supervivencia de los más eficientes o perseverantes, ya que no en los más fuertes, porque los monopolios lo que hacen es acabar precisamente con la competencia— está el fundamento del orden económico de mercado, a la competencia hay que darla por buena.

Para que una práctica comercial pueda ser calificada de desleal hay que estar muy seguro de ello. Tiene que tratarse de casos flagrantes de abuso de una posición dominante, de engaño o fraude a los consumidores, de atentado a la dignidad o los derechos fundamentales de la persona.

El límite entre uno y otro tipo de competencia habrá de estar, una vez más, entre la verdad y la mentira, otorgando siempre al primer tipo de competencia (la competencia lícita) el beneficio de la duda. La auténtica competencia beneficia a los consumidores y hace más eficientes a los productores, y sobre esta idea habrá de descansar todo criterio que vaya a ser utilizado para juzgar su bondad. La competencia que aniquile a productores eficientes tampoco puede ser calificada de leal.

El principal enemigo de la competencia han sido siempre los monopolios. Cualquier acuerdo entre competidores que tenga por objeto restringir la competencia habrá de ser considerado como colusivo y, por consiguiente, calificado como de competencia desleal.

Pero tampoco una competencia exacerbada, por muy lícita que sea, puede ser calificada como leal. Para que el sistema de economía de mercado sea un orden relativamente estable y duradero precisa que la competencia se mantenga dentro de unos límites razonablemente tolerables. La competencia es una gran fuerza creadora a fuerza de destructora. Si no se le pone freno o se le reconduce por las sendas que conviene al interés general puede hacer peligrar la estabilidad del sistema y, lo que es peor todavía, la propia supervivencia del género humano. El crecimiento económico tiene también sus límites. Un crecimiento económico irrefrenable, empujado por una competencia atroz, llevará a la humanidad, antes o después, al desastre.

## LAS BUENAS DECISIONES LE ACOMPAÑAN TODA LA VIDA.

Como lo hacen las Tablillas de PVC para cielorraso de Plastimex, porque le garantizan los mejores beneficios del mercado.

- ÚNICOS con protección UV contra los rayos del sol
- 100% resistentes a la humedad
- No propagan el fuego
- Los mejores precios del país
- La mayor variedad en diseños y acabados Premium, Gold y Platinum
- Garantía y satisfacción total

Adquíralas con nuestros distribuidores autorizados en todo el país.



f /plastimex | @PlastimexSA | T 2453-9270 | www.plastimexsa.com





# KOBYE Tania

## Wiring Devices



Línea  
**ROSEMARY**

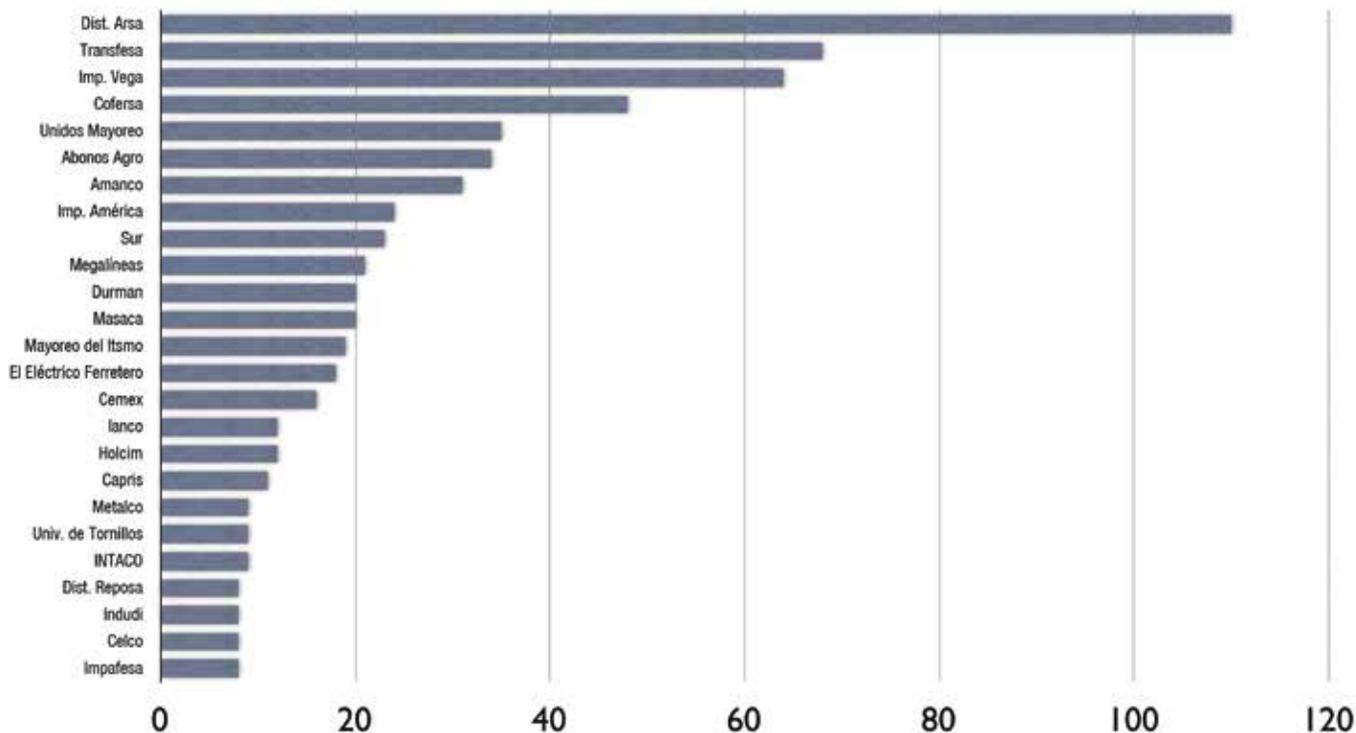
**ELEGANCIA Y  
CALIDAD**



Distribuidor en Costa Rica:  
IMPAFESA  
TEL : (506) 2297-8282  
EMAIL: [elamigoferretero@ice.co.cr](mailto:elamigoferretero@ice.co.cr)  
DIRECCION: Moravia del mega super 300 metros norte.

[www.kobyelectric.com](http://www.kobyelectric.com)

■ Proveedores más mencionados como eficientes en la entrega de mercaderías



# Los más eficientes EN SERVICIO

El “espérese y ahorita se lo mando”, ya no es estrategia para quien quiere competir en el sector. El ferretero se alía con las empresas que demuestran eficacia y eficiencia en la entrega de mercaderías.

Aquí es donde no basta con publicarlo en una misión o una visión, o simplemente, rotular un camión y pregonar... Para ser un líder en servicio, en el sector ferretero, y que los compradores así lo reconozcan, hace falta más, hay que cumplirlo y tener como objetivo ser eficiente en todo lo que representa.

Uno de los temas que causa más controversia es la entrega de mercaderías eficiente, pues muchos ferreteros consultados dicen que no basta con hacer el pedido si después la mercadería no llega en el tiempo justo y requerido.

Precisamente, en una muestra al azar, con más de 300 ferreteros de todo el país, además de consultarlos con información para conformar el ranking anual de las 120 Ferreterías de TYT, se les consultó dar el nombre de tres empresas a las que consideraban como eficientes en la entrega de mercaderías.

“Prefiero que me digan que “no hay”, a que me manden un pedido incompleto... Si uno hace un pedido es porque detrás hay un cliente que lo requiere. Si la mercadería no llega a tiempo, es uno quien debe dar la cara. Las empresas que tienen la costumbre de enviar mercaderías incompletas o que no las envían del todo, o llegan muy tarde, hay que empezar a borrarlas de la lista”, nos decía un ferretero, quien por razo-

nes obvias no quiso que su nombre se publicara, para no acarrear con represalias, y al final indicó: “de este tipo de empresas hay varias, pues nos ha pasado en reiteradas ocasiones”.

### Ventas amarradas

Hay que recordar que el detallista gusta muchas de las veces trabajar con inventarios inteligentes, para los que no posee todos los productos, y al tener un cliente interesado, una venta amarrada, recurre a sus aliados comerciales en busca de la mercadería urgente para consolidar la venta.

Los faltantes o atrasos en las entregas de mercadería, repercuten necesariamente, en la siguiente venta que podría intentar hacerle al ferretero, y es el agente de ventas de la compañía que incurrió en el atraso o en el no envío de la mercadería, quien debe entrar como apagafuegos y “buscar” una segunda oportuni-

dad con el cliente, antes de que éste desplace o decida negociar los mismos productos con otra empresa.

Las empresas mayoristas que se apoyan en departamentos de telemercado y que poseen un desarrollo logístico propio cuidando todos los flancos posibles, y estableciendo eficiencia rutas conocidas como críticas, y asimismo, apoyándose en empresas de transporte, han encontrado un “desahogo”, con el que se le restan muchas quejas en el tema.

Quienes aparecen como mencionados, tienen la tarea de mantenerse y consolidar la eficiencia que el ferretero les reconoce y las empresas que no están en el listado, tienen el reto de revisar y mejorar sus procesos de servicio.



Los ferreteros requieren de inventario constante y para ello, buscan proveedores que les faciliten tener las mercaderías en el menor tiempo posible, pero sobre todo que hagan llegar los pedidos completos. (Fotografía con fines ilustrativos).

## Peladoras de Cables

Herramientas especiales para pelar la mayoría de cables redondos de diámetros entre 4-50mm de manera precisa, rápida y segura. Los conductores interiores no se dañan ya que se puede ajustar la profundidad del corte

Una herramienta compactada y segura de alta calidad fabricada en material sintético de fibra de vidrio



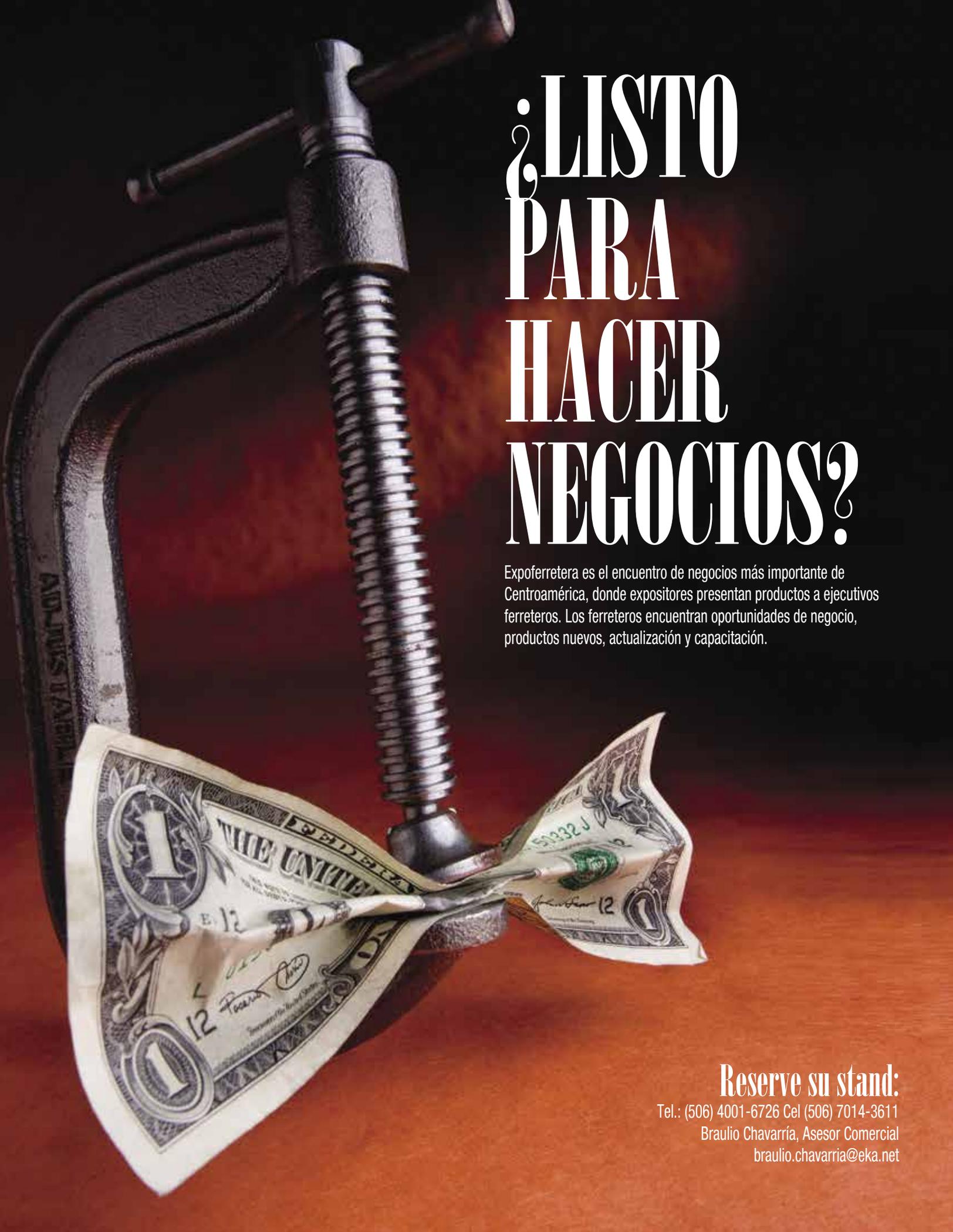
**WEICON**

Distribuidor Autorizado:

**EL ELECTRICO**  
**FERRETERO S.A.**

San Francisco de Dos Ríos  
Tel: (506) 4055-1777  
Fax: (506) 2259-3535  
info@electricoferretero.com  
www.electricoferretero.com





# ¿LISTO PARA HACER NEGOCIOS?

Expoferreteria es el encuentro de negocios más importante de Centroamérica, donde expositores presentan productos a ejecutivos ferreteros. Los ferreteros encuentran oportunidades de negocio, productos nuevos, actualización y capacitación.

**Reserve su stand:**

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

# expo FERRETERA

su herramienta de negocios

29 al 31 de mayo, 2015  
Centro de Eventos Pedregal

Horario: Viernes y Sábado de 11:00 am a 8:00pm  
Domingo de 11:00am a 6:00pm

- ✓ Productos nuevos
- ✓ Charlas y demostraciones gratis
- ✓ Contactos

Encuentre toda la información en:

[www.expoferreteria.com](http://www.expoferreteria.com)

## Consiga su entrada gratis

Regístrese en [www.expoferreteria.com](http://www.expoferreteria.com) y le estaremos enviando su entrada a su email. Además recibirá información sobre las charlas y actividades.

 @ExpoFerreteraCR

 /expoferreteria-costa-rica



## Expositores

confirmados al 24 de Abril, 2015



## Internacionales:



# CAPACÍTESE EN EXPOFERRETERA



## **Certificación eléctrica**

¿Solamente la certificación eléctrica UL respalda los materiales eléctricos, o existen otras en el mercado que también funcionan?

**Expositor:** Rodrigo Otárola, Jefe Oficina de control de Instalaciones Eléctricas, Colegio Federado de Ingenieros y Arquitectos

**Fecha:** Sábado 30 de Mayo, 2015

**Hora:** 10:00 a.m a 11:00 a.m



## **Estrategias de ventas en un mercado competitivo**

**Expositor:** Jose D. Ulloa Soto, MBA, email: julloa@boston.cr

**Fecha:** Sábado 30 de Mayo, 2015

**Hora:** 1:30 p.m a 2:30 p.m



## **Perspectivas a futuro del sector ferretero**

**Expositor:** Melvin Garita, Representante de la Dirección Financiera, Banco Nacional

**Fecha:** Sábado 30 de Mayo, 2015

**Hora:** 3:00 pm a 4:00 pm

Vea más charlas y regístrese en:  
[www.expoferretera.com](http://www.expoferretera.com)

# VOTE POR EL FERRETERO DEL AÑO

en: [www.expoferretera.com](http://www.expoferretera.com)

Asista a la premiación el Viernes 29 de Mayo, a las 6:00pm en el Centro de Eventos Pedregal

## Nominados al Ferretero del Año 2015



Adrián Salazar



Alejandro Aguilar



Allan Barrantes



Claudio Arias



Cristian Oporta



Diego Arias



Edgar Picado



Eduardo Benavides



Eugenio Vargas



Fernando Ruiz



Freddy Brenes



Freddy Rodríguez



Gerardo Ulate



Gilbert Quirós



Hermanos Solórzano



Oscar Valerio



Sergio Padilla

Además: José Alberto Castillo, Mauricio Chanto y Diego Soto



# Pasión POR LA IGUANA

Hace 7 años cuando llegó a la zona, parecía que todo se le venía encima... Era algo así como abrir trocha. Sin embargo, los obstáculos más bien le dieron fuerza para ir por su sueño, el sueño de tener su propia ferretería...

Y no importó mucho que en ese momento el ente municipal del lugar, no quisiera otorgarle el permiso de funcionamiento en el único lugar que tenía. A pesar de que el camino se le puso cuesta arriba, si Sergio Padilla y su esposa Heleen Romero, se habrían echado para atrás, quizás hoy Ferretería Iguana Verde en Uvita, solo seguiría siendo el recuerdo de algo que pudo ser realidad, o quizás seguiría siendo un sueño.

Sin embargo, al tiempo de estar luchando por obtener el permiso, un señor que alquilaba un galerón, le ofreció que abriera en este lugar, a más o menos 800 metros de la calle principal, sobre un trecho de lastre y polvo.

“Al principio como todo es duro, pero poco a poco los clientes empezaron a llegar”, cuenta Sergio Padilla, el día que lo visitamos en aquel calor que solo los que están acostumbrados a la zona pueden soportar con alguna facilidad.

Sergio y Heleen trabajaron por cerca de 12 años en Abonos Agro, y

decidieron aprovechar todo el conocimiento para aportarlo al negocio.

¿Y por qué poner una ferretería tan lejos? Padilla dice que esta fue la primer playa que conoció y se enamoró del lugar, pero por otro lado, también se dio cuenta que era una zona con mucha proyección en construcción y decidió apostarle y apostar fuerte. “Todo lo hicimos con nuestros ahorros”, recuerda Sergio.

Padilla dice que él se entiende con todo lo que es producto, de instruir a la gente, de negociar con los proveedores, pero que es su esposa la que mantiene el orden, como él mismo lo dice, la que se encarga de administrar.

Sergio Padilla acumuló 12 años de experiencia trabajando para empresas como Abonos Agro y Las Gravidias. Después cumplió su sueño de tener su propia ferretería, y hace 7 años tiene Iguana Verde en Uvita. Lo acompaña Alejandro Soto, Gerente de Ventas de Importaciones Vega, en una visita de negocios.

Consiguieron construir un nuevo local mucho más amplio, en un terreno de más de 10 mil metros

Asegura que la pasión de ambos por tener algo propio, hizo que las cosas se dieran y tomaran forma desde el inicio. “La verdad que nos ha ido bien, los clientes que nos compran saben que luchamos por ellos”, indica.

### Desde las 6

Relata que al principio quiso empezar a abrir a las 7 de la mañana, pero que antes de la hora ya muchos clientes le llegaron a tocar las puertas.

“La gente de playa, por el calor y las fuertes temperaturas, prefiere arrancar lo más temprano posible, para que el rendimiento sea mayor, por eso a las 6 los maestros de obra, ya me tocaban las puertas”, dice Sergio, quien ahora desde las seis de la mañana tiene abierto el negocio.

Y añade que precisamente por las altas temperaturas que se dan en las zonas costeras, la gente está acostumbrada a no exigirse tan fuerte, y que las faenas se acaban temprano, “por eso a nuestra gente tuvimos que enseñarle a dar el máximo sin importar la hora, así lo entendieron y los resultados han sido extraordinarios”.

Sobre el nombre de la ferretería, lo que nos causó curiosidad desde el inicio, nos dijo que cuando no sabían cómo llamarlo, buscaron en internet fauna autóctona de la península, y lo primero que les salió fue la foto de una iguana verde. “El nombre nos sonó bien y nos gustó. Incluso un cliente nos regaló una iguana de madera que es la mascota del negocio (se ríe)”.

Y la buena noticia es que dentro de más o menos un mes, Padilla nos contó que se marcharán de este lugar, pues a 100 metros de la carretera principal, con mucho esfuerzo, consiguieron construir un nuevo local mucho más amplio, en un terreno de más de 10 mil metros.

“Ahora estaremos más visibles y con más comodidad, incluso hay que aumentar la planilla y nuestro poder de exhibición”, concluye Padilla.

Este será el nuevo edificio de la Ferretería Iguana Verde. Está a 100 metros de la Costanera, por lo que Padilla dice que estarán no sólo más cerca de sus clientes, sino que aumentarán la exhibición de productos.



# Lista de Anunciantes

Empresa	Contacto	Cargo	Teléfono	Fax	email
Imacasa Costa Rica	Mario Monterroza	Gerente General	2293-2780	2293-4673	mmonterroza@imacasa.com
Lanco Harris Manufacturing	Ignacio Osante	Gerente General	2438-2257	2438-2162	lancoyharris@racsa.co.cr
Sur Química	Eduardo Gamboa	Gerentes Ventas	2211-3400	2256-0690	egamboa.s@gruposur.com
INTACO	Roger Jiménez	Gerente Comercial	2211-1717	2221-2851	roger.jimenez@intaco.com
Conducen (General Cable)	Tanya Bogantes	Analista de Mercadeo	2298-4800 2298-4949	N.D	tanya.bogantes@generalcable.co.cr
Persianas Canet	Karolayn Romero	Jefatura Mercadeo	2280-1050	N.D	mercadeo@persianascanet.com
Vega	Rafael Vargas	Gerente General	2494-4600	N.D	impovega@racsa.co.cr
El Eléctrico Ferretero	Mario Leiva	Gerente Ventas	2259 0101	2259 3535	mleiva@electricoferretero.com
Plastimex	Alvaro	Castro	2453-1251	N.D	acastro@plastimexsa.com
Impafesa	Ronny Torrentes	Gerente General	2235-8271	2235-8292	elamigoferretero@ice.co.cr
Capris	Peter Ossenbach Kröschel	Gerente General	2519-5000	2520-1579	peter.ossenbach@capris.co.cr
Holcim	Daniel Paniagua Chacón	Mercadeo	2205-2900	2205-2700	daniel.paniagua@holcim.com

## 13<sup>edición</sup> expoempleo

Enlace entre empresas y talentos

**10, 11, y 12 de julio, 2015**  
**Antigua Aduana**

Adquiera su entrada gratis en:  
**[www.expoempleo.net](http://www.expoempleo.net)**  
 (antes del 9 de Julio, Precio en la feria: ₡1,500)

**Sergio Murillo**, Asesor Comercial • Tel.: 4001-6747  
 Cel: 7014-3610 • [sergio@ekaconsultores.com](mailto:sergio@ekaconsultores.com)  
**Mariela Smith**, Asesora Comercial • Tel.: 4001-6739  
 Cel: 7014-3608 • [mariela@ekaconsultores.com](mailto:mariela@ekaconsultores.com)

Organizan:

Patrocinan:

Expositores confirmados al 24 de abril

 **General Cable**  
*conducen*

Una Compañía  
Conectando al Mundo



Nosotros hacemos que la  
energía e información  
lleguen a todo el mundo

Para mayor información contáctenos:  
Costa Rica y Caribe (506) 2298-4800  
El Salvador (503) 2534-9544  
Guatemala (502) 2323-9600  
Honduras (504) 2289-9300  
Nicaragua (505) 2254-7705  
Panamá (507) 830-5449

[info.centroamerica@generalcable.co.cr](mailto:info.centroamerica@generalcable.co.cr)  
[www.generalcable.com](http://www.generalcable.com)

Nuestras Marcas



**CAROL  
BRAND**

# El metal más protegido que nunca

## ANTICORROSIVOS



Tus rejas, portones, techos  
más protegidos que nunca  
...Incluso de los rayos UV.

**Pinturas**  
**Koral**