



tuercas y tornillos

Herramientas manuales: precio manda **P.10**

Áreas ornamentales toman fuerza **P.12**

Ferias compiten por convocatoria **P.20**

Ulloa: ferretería centenaria **P.28**

¡TATUADO CON PASIÓN!

Fabián Molina, desde pequeño está en Construexpress. Es un “fiebre” de la ferretería, tanto que lleva el peso de los dos negocios... **P. 24**



 /Revista TYT

Suscríbese en:
www.tytenlinea.com/suscripcion
MARZO 2017 año 21 / No. 249



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

W E I C O N

Pelacables

un sistema de exploración se ajusta automáticamente al diámetro del cable respectivo, y por lo tanto permite el desmontaje rápido y sencillo.



CARACTERÍSTICAS

- Totalmente ergonómica y completamente aislado
- Regulación progresiva y fácil de operar la rueda de ajuste
- Precisa, rápida y segura extracción
- Diámetro del mango grande para hápticos óptima

**Distribuidor Autorizado
en Costa Rica:**

ELÉCTRICO



FERRETERO

DISTRIBUIDOR MAYORISTA

✉ info@electricoferretero.com

☎ (506) 4055-1777

🌐 www.electricoferretero.com

📘 El Eléctrico Ferretero Distribuidor Mayorista

Una Familia de Marcas Unidas por Calidad

Productos superiores para plomería,
respaldados por 70 años de calidad,
diseño y desarrollo constante

Brasscraft Manufacturing Company

BrassCraft®

PLUMBSHOP®

COBRA®



Consulte a su mayorista en Costa Rica:

Distribuidora Arsa - (506) 2285-4224
Llaves BrassCraft

Transfesa - (506) 2210-8989
Llaves y Mangueras BrassCraft, Destapacaños Cobra

Contenido

PINCELADAS

¡Sin miedo en el occidente!
Clavos Bar en Expoferretera
Nominados a la ferretería del año

08

MERCADEO

Nueva forma de Mercadeo

10

EN CONCRETO

12 ¿En verdad, funciona un departamento de ornamentales?

14 Precio sigue mandando en herramienta manual

12

PERFIL

18 Festival Arsa se llenó de amigos

20 Negocios por montón en Unidos

21 Mercado de accesorios eléctricos no se da tregua

22 Vega la “pega” otra vez

18

EL FERRETERO

24 La ferretería que nació como un “express” ahora tiene 2 locales

26 Casi 50 años a puro Mazazo...

27 Tung Fong, una ferretería muy porteña

28 Ulloa, negocio centenario

24

PRODUCTOS FERRETEROS

30

EXPOFERRETERA CHARLAS

35



18



12



Lea TyT en digital:
www.tytenlinea.com/digital

*4.321 vistas en
la edición digital*



NUEVA LLANETA DE GOMA INTACO

Ideal para el acabado
de repellos

Permiten dar un acabado completamente liso, sin textura ni relieves a las superficies de repello grueso y fino.

Disponible en todas las ferreterías del país.

Créditos

Presidente

Karl Hempel Nanne
karl.hempel@eka.net

Director Editorial

Hugo Ulate Sandoval
hugo@ekaconsultores.com

Directora Eventos

Silvia Zúñiga
silvia@ekaconsultores.com

Directora de Arte

Nuria Mesalles
nuria@ekaconsultores.com

Asesora Comercial

Annia Cabalceta
annia@ekaconsultores.com
Tel: +506.4001.6726

Diseño y Diagramación

Irania Salazar
iranias@ekaconsultores.com

Asistente Comercial

Tatiana Alpízar
t.alpizar@ekaconsultores.com

Colaboradora

Adriana Chaverry

Foto de Portada

Montserrat Retana

Suscripciones

Tel: 4001-6722
revistatyt@ekaconsultores.com

Suscribase en:

www.tytenlinea.com/suscripciones

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



Director Editorial



Hugo Ulate Sandoval
hugo@ekaconsultores.com

Estrategias PARA GANAR...

Uno de estos días, así a pierna y brazos cruzados, con un ferretero conversaba sobre la oportunidad que le representan las ferias para su negocio.

Y casi como carta al Niño, me decía que no hace falta que los expositores, o realizadores de una feria se pulan en demasía con comidas y bebidas, pues a cambio de eso, prefería que lo esperaran con propuestas que le significaran aumentos de la rentabilidad.

“Si ya saben cuánto más o menos compro de determinada marca, por qué no aprovechan para hacerme una propuesta agresiva y llevarme a aumentar la estadística de compra para misma marca con otros productos que probablemente no me da tiempo de observar cuando el agente vendedor está conmigo”, decía a manera de reflexión.

Y seguía diciendo, “se hace completamente imposible por más tiempo que se dedique al vendedor, poder detallar el catálogo completo. Por eso, en una feria aprovecho para observar lo que no he podido ver, aquello que por no tener más tiempo nunca compro y sé que tiene potencial de venta, y ni que se diga, si quien vende, exhibe alguna novedad”.

Sensatamente, terminó sentenciando que “las ferias no deben olvidar su objetivo: negociar”.

Y no lo dijo a manera de queja, porque dice que igual sigue asistiendo a cuanta feria del sector exista y lo inviten, sino como forma constructiva de extender las negociaciones en este tipo de actividades.

Y mi siguiente pregunta fue: ¿qué pasa si tratan de “meterle” el producto a la fuerza o de venderle solamente por venderle sin crearle realmente la necesidad?

Aquí fue donde le saltó la “malicia indígena” y dijo: “un proveedor es amigo, y requiere de relaciones de negocios, y no de relaciones de un día. Yo busco vender todos los días y el mayorista también”.

Nadie hace nada para perder, todas las estrategias comerciales, de uno u otro lado buscan ganar. El problema arranca cuando es solo un lado el que busca victoria. Un cliente sale de un negocio ganancioso, debe sentir que ganó porque no vuelve, y ojo, no estamos hablando únicamente de precio, porque el cliente ya gana cuando encuentra lo que requiere.

Y aunque un comprador un día no adquiera nada, pero si su negocio da muestra de alto surtido, buena variedad, en su mente se lleva la invitación más que impregnada y en su primera necesidad le va a terminar comprando.



Proximas EDICIONES

Abril / TYT 250

Tornillería

¿Quién vende más tornillos en el mercado? Los mayoristas que cuentan con la oferta más completa...

Tablilla: pisos y para paredes de PVC

¿En qué se diferencian estos productos entre mayoristas? ¿Aventajan los fabricados en el país o los importados?

Cierre comercial: 13 de marzo, 2017

Anúnciense en TYT Y esponja en Expoferretera

Annia Cabalceta • annia@ekaconsultores.com • Cel: +506.7014.3611

Encuentre ejemplares de TYT en nuestros puntos de distribución:



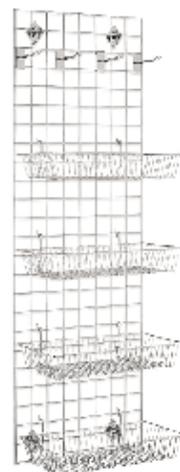
Construrama



VERTICE

Líder en sistemas de exhibición y almacenamiento

Sistemas de Exhibición
exclusivos para ferreterías



Rejillas
Cod. 6025



Elite
Cod. EEXHI



Urna
Cod. UGT

Cambie la imagen de su negocio
y venda más!

(506)8365-3434 info@verticecr.com

www.tytenlinea.com • Marzo 2017 TYT 7

¡SIN MIEDO EN EL OCCIDENTE!

San Ramón de Alajuela está poblado de ferreterías y competencia, adversarios que no se dan tregua a la hora de captar los clientes... Casi que para meterse en un mercado así, hay que hacerlo en pie de lucha y prácticamente con el cuchillo entre los dientes...

A pesar de este obstáculo a Ferretería Occidente no le importó y decidió abrir su nuevo punto desde marzo del 2016, y en las afueras del cantón, un poco lejos del centro donde está la mayoría de competidores, y en un sitio donde la gente ya va de salida.

"Tenemos la ventaja de que aquí los clientes pueden parquear y no como pasa en el centro que hay poco espacio", dice Gabriel Vargas, Administrador del local.

Manifiesta que algo que le ha gustado a los clientes es la rapidez en el despacho. "Hay que entender que los compradores vienen sin tiempo y esperan no sufrir atrasos". Afirmo que tratan de tener de todo, material pesado y todo lo de ferretería, pero mantienen una especialización marcada hacia el sector mueblera, con todo tipo de tornillos y herramientas, así como con especialidades en pintura.

"Con decir que a veces los clientes desde la calle nos "pega" un grito para asegurarse que tenemos lo que busca, y si es así, se baja y entra. Ya esto se ha convertido en parte del servicio", dice Vargas.

Vargas dice que cada negocio tiene lo suyo... "No podemos quedarnos cruzados de brazos pensando en la competencia. Siento que vamos por buen camino. Aquí entran diariamente entre 80 y 100 personas ya seguimos en crecimiento".

Ferretería Occidente es el punto número 2, pues el primero está en Palmares y se llama Centro de Tornillos Palmares.



Gabriel Vargas (centro), Administrador de Ferretería Occidente, asegura que aunque hay mucho competidor y aunque apenas tengan un año en el mercado, reciben cerca de 80 compradores diarios en promedio. Lo acompañan Fabián Segura y Juan Gabriel Vásquez.



Vanessa Meléndez y Rafael Meléndez, de Servicios Centroamericanos, muestran parte de los productos que ya tienen en el mercado. Uno de los más novedosos es Siso, que son estructuras para paneles solares.

CLAVOS BAR EN EXPOFERRETERA

En este sector quién no conoce los clavos Bar de acero alemanes, pues serán parte de Expoferretera y la empresa Servicios Centroamericanos, como Representantes para Costa Rica, serán los encargados de llevar este producto a la feria.

Pero también, según nos contó, Vanessa Meléndez de la empresa, también exhibirán la marca Eweco con herramientas manuales, y Siso con estructuras para paneles solares.

"Bar es una marca que tiene 54 años de existir y que está muy posicionada en el país, sin embargo siempre hay que aprovechar cualquier oportunidad para ganar más mercado", dice Meléndez.

En la parte de herramientas manuales, Meléndez indica que por ser productos alemanes son de alta calidad, lo que los hace más atractivos y fáciles de negociar y vender en los negocios ferreteros.

"Llevamos productos que representan buenas oportunidades para los ferreteros de aumentar las ventas. Nuestra idea también es apoyar a los distribuidores que ya tenemos en el país", comenta.

Con respecto a las estructuras para montaje de paneles solares, la representante dice que este es un producto muy novedoso que hace más rápida y eficiente la instalación de estas tecnologías. "Nuestro objetivo es llevarlo como un producto novedoso y constatar qué oportunidades de negocio nos puede arrojar".

LISTOS LOS NOMINADOS A FERRETEROS DEL AÑO CON SUS FERRETERÍAS DEL AÑO

Ya el sector nominó a los 20 ferreteros y ferreterías que este año definirán al empresario y negocio del año en Expoferretera, junto con todo su equipo de trabajo.

Vote aquí: www.expoferretera.com

Nominados 2017			
	Ferretero	Ferretería	Lugar
1	Hannia Rodríguez	Ferretería Salas	Pavón de los Chiles
2	Gilberth Alvarado	Alvarado	San Ramón de Alajuela
3	Wilson y Vinicio Hidalgo	AHRS Constructor Sancarleño y Depósito de Maderas y Materiales de Construcción San Carlos	Guanacaste: Liberia y El Coco
4	Sergio Padilla y Heleen Romero	Ferretería Iguana Verde	Uvita, Zona Sur
5	Jorge Paniagua	Maderas Paniagua y Solís	Quepos
6	Karen NG Yip	ConstruTotal	Limón
7	Yeemid Lee	Ferremundo del Caribe	Limón
8	Mauricio Chanto	Depósito de Materiales Granadilla	San José
9	Geovanny Sánchez y Max Vallejo	Coope Agri	Pérez Zeledón
10	Tomás y Mario Suárez	Ferreterías El Mar	Grecia, San José y Tres Ríos
11	Roy Abarca	R Y R Florencia	Florencia de San Carlos
12	Esteban Vargas	Ferretería Vargas Araya	Sabanilla Montes de Oca
13	Freddy Brenes	Ferretería Brenes	Heredia
14	Óscar Madrigal	Ferretería Romara	Santa Ana, San José
15	Adrián Salazar	Ferretería Santa Rosa	Turrialba
16	Reyner Vargas	Grupo Irazú	San José
17	Sergio Rodríguez	Ferretería Cipreses	Cipreses de Oreamuno
18	Freddy Vargas	Ferretería Frekafa	San Isidro Heredia
19	Distribuidora Fama	Celedino Valverde y Jorge Bustos	Alajuela
20	Grupo Maderero Iztarú	Enrique Fonseca	Cartago



Celebramos nuestro



Aniversario



Visítenos en San Joaquín y Curridabat

2265-7474

tornicentrocr.com

ventas@tornicentro.la

Nueva forma de **MERCADEO**

La creciente popularidad de las aplicaciones de mensajería móvil y los avances en inteligencia artificial, están creando nuevas herramientas que permiten a las empresas comunicarse con sus clientes a un costo reducido, de forma más rápida, permanente y eficiente.

El mercadeo se está transformando en más “conversacional”, ubicuo e integrado en nuestras vidas permanentemente. Como resultado, la forma de interactuar con las empresas se encuentra cambiando.

El término: “mercadeo conversacional” fue acuñado, por Chris Messina de Uber, para describir este movimiento que utiliza robots inteligentes para reemplazar humanos en la mensajería bidireccional: Chatbots, chateando con robots inteligentes.

El resultado es que usted y yo estaremos hablando con empresas, marcas y productos a través de Facebook Messenger, WhatsApp, Telegram, Slack, y muy pronto y será una forma normal de comunicación.

Los minoristas y las empresas de tecnología están experimentando con Chatbots, impulsados por una combinación de aprendizaje automático, procesamiento de lenguaje natural y operadores en vivo, para proporcionar servicio al cliente, soporte de ventas y otras funciones comerciales.

Los robots (bots) de mensajería tienen ventajas similares a los sitios Web. El costo de desarrollo y actualización de los bots es menor que el de las aplicaciones. La experiencia del usuario final también se adapta mejor a la pantalla pequeña, ya que los usuarios no tienen que cambiar a diferentes aplicaciones.

Los usuarios pueden permanecer dentro de la aplicación de mensajería, pudiendo desarrollar numerosas tareas a través de la mensajería.

Al igual que en los primeros días de otros desarrollos tecnológicos, las empresas y los desarrolladores se encuentran estudiando y tratando de identificar las áreas en las que pueden agregar valor a los Chatbots.

¿Qué es un Chatbot?

Chatbot es un servicio basado en textos, que ha impulsado la inteligencia artificial, con el que se interactúa por medio de una app de chateo, como Facebook Messenger o Whatsapp. Los Chatbot pueden dar una infinidad de servicios funcionales o de diversión, cuando se complementan con apps de chat.

Facebook, Twitter, WhatsApp y Google ya han introducido bots para ayudar

en el el servicio al cliente. Los creadores de la app Telegraph ha indicado que los bots han superado a las aplicaciones como la principal forma de comunicarse.

Para las empresas, los Chatbots prestan buen servicio de atención al cliente, dando asistencia por medio de chat digital a toda hora, acelerando tiempos de respuesta, satisfaciendo las expectativas de los consumidores y liberando personal para consultas más complejas. Culturalmente hay una enorme aceptación de estos sistemas ya que por primera vez la gente está utilizando las aplicaciones de mensajería más que las redes sociales.

Dos tipos de Chatbots

Por el momento hay dos tipos de Chatbots, uno funciona basado en reglas fijas y el otro más avanzado utiliza el aprendizaje de máquina.

Chatbot que funciona basado en reglas es un bot bastante limitado. Sólo puede responder a comandos específicos. Si se le dice algo incorrecto, no sabe a qué se refiere. Este bot es solo tan inteligente como el programa que lo maneja.

Los Chatbot que funcionan usando aprendizaje de máquina tiene un robot que utiliza inteligencia artificial. De esta forma cuando se conversa con uno de estos, no es necesario ser demasiado específico, porque comprenden el lenguaje. Estos bots se hacen cada vez más inteligentes al aprender de las conversaciones que tienen con los humanos.

Fuente: www.mercadeo.com

“Nosotros hemos estado casi todos los años”
¿Qué ganó con su asistencia
A EXPOFERRETERA!”



“Un mayor acercamiento con nuestros proveedores, así como lograr ver más ampliamente la gama de productos que ofrecen, porque generalmente los que se encargan de compras, no tienen esa amplitud ni tiempo para poder ver todos los productos, de todas las categorías que los proveedores ofrecen, es decir, el portafolio completo. Ahí sí se logra, si el proveedor aprovecha la vitrina, colocar todas esas categorías que no se están consumiendo, y que deberían medir y proyectarlo a los clientes, que somos nosotros, los distribuidores de detalle, para que los podamos conocer y acceder después a comprar”.

*Ronald Aragón
Rodríguez, Gerente
General de Depósito y
Ferretería Ferconce
13 años en el mercado*

**expo
FERRETERA**
su herramienta de negocios

**26-28
de Mayo**
Eventos Pedregal

¿En verdad, funciona un DEPARTAMENTO DE ORNAMENTALES?

Sin duda las áreas ornamentales y de viveros han empezado a verse más en las ferreterías... Pero, en realidad agregan a las ganancias del negocio o significa un mero gancho para vender otros productos.

Las plantas no solo le brindan color a la ferretería, sino que hacen que otro tipo de clientes –principalmente mujeres- se acerquen al negocio en busca de embellecer sus hogares.

En el caso de Depósito Los Ángeles, en Heredia, tienen el departamento hace año y medio, y poco a poco han ido introduciendo más y más mercadería. Actualmente manejan, principalmente, plantas, y como complementos, se venden abonos, productos para matar hormigas, plásticos, adoquines, tierra, piedra blanca y roja, entre otros.

Ferretería Maflor tiene apenas seis meses de contar con el departamento de ornamentales –el cual ocupa un espacio de 12 metros cuadrados-, y les ha resultado una estrategia muy exitosa.

“Vendemos todo lo que son plantas de la época –como pastoras, por ejemplo-, plantas tropicales, las que son para exteriores, y tenemos de todo lo que es jardinería: podadoras, hidrolavadoras, tijeras, guantes, carretillos, fumigadoras, palas, mangueras, abono, macetas, adoquines, zacate block, etc.”, asegura Maricel Villalobos, gerente de la ferretería.

Ferretería Laferre, ubicada en Rohrmoser, tiene dos años de contar con un departamento de ornamentales y para ellos también ha sido muy positivo y los productos se mueven bastante entre los clientes. El área ocupa cinco metros cuadrados, pero cuenta con variedad de productos.

“El departamento nos ha traído nueva clientela, además de que al cliente le llama la atención y le gusta lo que ofrecemos ahí”, afirma Luis Diego Castro, Administrador de Ferretería Laferre.

Por su parte, en Grupo Diosa de Alajuela aseguran que les ha ido muy bien con el vivero y el departamento ornamental, que tiene cerca de cuatro años de existir. El espacio comprende la sala de exhibición de macetas y un área externa con las plantas.

“Vendemos todo tipo de plantas, lo que es para interiores, árboles frutales, macetas, y otro tipo de materiales, como adoquines, que se venden en la parte de ferretería”, explica Sharon González.

¡Experiencias!

La experiencia que han tenido en el Depósito Los Ángeles, de acuerdo con su propietario, Rodolfo Vargas, ha sido muy positiva. “Nos ha ido súper bien, hemos metido bastante, porque mucha gente nos preguntaba sobre las plantas, y por eso decidimos introducir el departamento”.

Por su parte, Luis Diego Castro asegura que a Laferre también le ha ido muy bien. “Nosotros lo que estamos manejando ahora son macetas, abonos, tierra, fertilizante. Todavía no estamos vendiendo plantas, pero las introduciremos a futuro”.



Hoggan Internacional ofrece todo tipo de productos ornamentales para las ferreterías. Algunos hasta incorporan colores y tecnologías.

En el caso de Maflor, dicen que “el beneficio ha sido grande porque el cliente desde que entra y ve las plantas, siente mucha alegría. El constructor puede venir por un clavo, que lo primero que se encuentra son las plantas, entonces nosotros vemos muchos hombres con los clavos o las herramientas en una mano, y las plantas en la otra”.

Sharon González, de Grupo Diosa afirma: “nos ha ido muy bien, y con los proveedores también. Lo que son macetas y todo lo plástico, las trae Corporación SyS. Y con respecto a las plantas, el encargado va a varios viveros a comprar, y hay algunas que se producen en una finca que es propiedad del dueño”.

Lo más cotizado

Como en todo, hay artículos que normalmente tienen más rotación que otros. Y el caso del departamento de ornamentales no es la excepción. ¿Varía esto de una ferretería a otra, o existen coincidencias?

- **Depósito Los Ángeles:** “Desde antes de introducirlas al negocio, la gente nos preguntaba si vendíamos plantas”.
- **Ferretería Laferre:** “Lo que más buscan son los abonos y las macetas”.
- **Ferretería Maflor:** “Las plantas tropicales son las que más buscan. La jardinería siempre la hemos tenido, entonces es habitual que busquen esos productos”.
- **Grupo Diosa Alajuela:** “Aquí vienen mucho a comprar lo que son árboles frutales o plantas para interiores”.

¿Incremento en las ventas?

¿Realmente les habrá funcionado tener un departamento de ornamentales? ¿Esto se verá reflejado en las ventas? Ellos mismos nos lo cuentan:

- Depósito Los Ángeles: “Sí, más que todo se nos han incrementado las clientes mujeres y eso es lo que andábamos buscando”.
- Ferretería Laferre: “Sí, un poquito. Yo diría que aproximadamente en un 2%”.
- Ferretería Maflor: “Sí, porque obviamente vendemos más producto, es decir, vienen a comprar otra cosa, y cuando ven las plantas, las compran también. Incluso ya hay clientes que pasan solamente a comprar plantas”.
- Grupo Diosa Alajuela: “Sí, porque gente que viene a la ferretería, como ve que está el vivero y entonces pasan de una vez y compran”.

Valor agregado

No solo es importante ofrecer el departamento como tal, sino que es indispensable buscar un valor agregado que ayude a fidelizar al cliente.

En el Depósito Los Ángeles, tienen una persona encargada de explicarles a los clientes si las plantas son de interiores o exteriores, cómo cuidarlas, cuánta agua necesitan, etc. Además, Rodolfo Vargas destaca la calidad de sus productos y proveedores. Por ejemplo, Agrológica –para los abonos- y tienen un señor que les distribuye las plantas y que pasa cada semana.

Esa misma estrategia utilizan en Maflor. “Yo soy la que estoy encima de ellos, asesorándolos sobre cómo cuidarlas. También, quiero resaltar que nosotros importamos productos de jardinería; entonces ofrecemos muy buenos precios, porque somos importadores directos”, asegura Maricel Villalobos.

Por su parte, en Grupo Diosa Alajuela tienen a dos empleados que trabajan en el área de vivero para atender las consultas de los clientes. Uno de ellos es paisajista y el otro es su ayudante.

“Las señoras que vienen y no saben qué tipo de planta les sirve, ellos las asesoran, les dicen qué tipo de planta pueden llevar e incluso la decoración que les serviría. Se vende piedra blanca y roja”, comenta González.

En el caso de Laferre, se trabaja con Bi-organic los abonos y las macetas con Sol Naciente.

Recomendación

Para finalizar, es importante saber: ¿por qué recomiendan estos ferreteros contar con un departamento de ornamentales dentro de la ferretería?

- Depósito Los Ángeles: “Porque primero que todo, se abre un espacio, sobre todo para lo que es decoración. Y es muy bonito porque tanto a las mujeres, como a los hombres, nos gustan las plantas. Y de ahí nació la idea, porque mucha gente llega a comprar material y dicen: “Uy qué bonito llevarme unas plantas”, entonces ahí comenzó”.
- Ferretería Laferre: “Las principales clientes de nosotros en cuestiones de abonos y demás, son mujeres; y además, siempre llegan a buscar algo para la decoración de la casa, ya sea una maceta u otra cosa. Todos los días nos visita buena cantidad de mujeres y ellas están muy felices con el departamento”.
- Ferretería Maflor: “Yo recomiendo tener el departamento de ornamentales porque dan mucha alegría, frescura y vida al lugar”.
- Grupo Diosa Alajuela: “Porque la gente, cuando están remodelando la casa, busca algo más, no solo materiales sino también decoración”.



IMACASA

SIGUENOS EN:   

www.imacasa.com



No importa el producto, no importa la herramienta, los ferreteros buscan marcas para dos segmentos principalmente: clientes domésticos y especializados, y para ambas categorías, aseguran que el precio es el factor de decisión.

Para cada tipo de trabajo que necesite realizar, desde clavar una puerta hasta reparar el tubo del fregadero, existe una herramienta específica, especialmente diseñada para adaptarse a cada necesidad.

Normalmente, las ferreterías ofrecen herramientas, tanto de uso doméstico, como de uso profesional, por lo que la calidad y precio varían, dependiendo de lo que busque el cliente.

Conversamos con cinco ferreteros de diferentes partes del país, para que nos hablaran sobre las herramientas manuales, cuántas marcas manejan, qué factores valora más el cliente, o si necesitan más capacitación, en fin “metimos el dedo en la llaga” de esta categoría.

Almacén El Mejor Precio

El jefe de compras del almacén, Germán Carrillo, asegura que se ofrecen al cliente, alrededor de cuatro marcas diferentes de herramienta manual. La marca más vendida por ellos es Truper –cuyo catálogo incluye más de 8000 productos y está en constante renovación-. “Primero, por precio y segundo, por su buena calidad”.

El Mejor Precio maneja, tanto líneas domésticas, como profesionales, por lo que para mecánicos ofrecen la línea Force.

Para cualquier ferretería, lo más importante es adecuarse a las necesidades de sus clientes, por eso les consultamos cuáles son los factores que más valoran ellos. De acuerdo con Carrillo, sus clientes buscan buenos precios, y en segundo lugar –y no tan importante para algunos- la calidad del producto.

Finalmente, Carrillo considera que la marca más reconocida en herramienta manual es Stanley, porque tienen más de 170 años de existir y cuentan con un catálogo muy amplio y variado.

Centro Ferretero Arguedas

Esta ferretería, según su propietario, Marco Tulio Mora, trabaja con muchas marcas diferentes de herramientas manuales y tienen infinidad de productos, sin embargo, la que más se vende, por su alta calidad, es Stanley.

TOTAL

SEGURIDAD Y CALIDAD

TOTAL
SEGURIDAD Y CALIDAD



HERRAMIENTA **ELECTRICA**
Y MANUAL **PARA USO** **CONTINUO**



"ENCOMIENDA A DIOS TÚ CAMINO. CONFÍA EN ÉL; Y ÉL HARÁ. SALMO 37:5



**ADQUIERALAS EN LAS
PRINCIPALES
FERRETERIAS DEL PAIS**

TOTAL
SEGURIDAD Y CALIDAD

Tel: (506) 2285-4224 / E-mail: mayoreo@disarsa.com / www.disarsa.com

“Considero que esa es la marca más reconocida en herramientas a nivel mundial, y por eso es la que más se vende aquí”.

Centro Ferretero Arguedas maneja solamente líneas domésticas de herramientas manuales, esto porque los precios son más accesibles.

“La gente no le va a pagar a usted una herramienta demasiado costosa, solo porque es profesional”, asegura.

Los clientes de esta ferretería, ubicada en Guadalupe, eligen sus herramientas en función de que tengan buenos precios y sean de calidad.

Por otro lado, Mora asegura que, si tuviese más apoyo del mayorista con respecto a capacitaciones, podría vender más herramientas.

“Todo lo que sea aprender nos ayuda mucho”.

Distribuidora Fama de Alajuela

Esta distribuidora, ubicada en Alajuela, ofrece varias marcas de herramientas manuales, entre ellas, Stanley y Truper, siendo la primera la que más venden.

“Pienso que es la que más se vende por una cuestión de gusto del cliente, normalmente uno ofrece dos o tres marcas y la gente una de las que más reconoce es la Stanley, entonces tienden a llevarla más”, asegura Manuel Ramírez, Proveedor.

Y agrega: “a lo que conozco, la marca Stanley es la más reconocida en el país, por eso es la que más se vende”.

En el caso de este negocio, se manejan tanto las líneas profesionales, como las domésticas. “Nosotros trabajamos, por ejemplo en martillos, tres tipos, una calidad barata, otra intermedia y en el caso de Stanley, se trabajan tres tipos. Lo mismo pasa con los serruchos; casi que se trabajan dos o tres tipos de cada herramienta”.

En el caso de los clientes de Distribuidora Fama de Alajuela, Ramírez asegura que se inclinan, como en las otras ferreterías, por buenos precios. “La mayoría de las veces lo que buscan es economía, porque normalmente, de diez clientes, nueve son de casa y uno es que se dedica exclusivamente a eso, entonces un cliente de casa no va a comprar un serrucho de 30 mil colones, va a comprar uno de cinco mil”.

Depósito y Ferretería Ferconce

Este local está ubicado en Concepción Abajo de Alajuelita. De acuerdo con su gerente general, Rónald Aragón, se trabajan tres marcas de herramienta manual: una línea top, una intermedia y una línea económica.

“No nos gusta hacer mucha mezcla, porque a la postre esto confunde al vendedor, confunde al cliente y se presta para tener cuatro o cinco iguales, además de que quita espacio y limita el flujo”.

Fundamenta que “hacemos un mix, tenemos la línea profesional –un poco más industrial–, algo más intermedio y la doméstica, que es para aquella persona que lo que quiere es armar una camita, la usa solo para eso y la guarda. Son personas que usan la herramienta una vez perdida. O gente que como “hobbie” le gusta coleccionar herramientas y que a los hombres nos da por ese lado”.

La marca que más se vende es la Truper, porque es un poco más conocida

en la zona; y las herramientas manuales que más venden son los desatornilladores y alicates. Con respecto a lo que buscan los clientes, Aragón asegura que eso depende de la industria a la que se esté refiriendo. “Si estamos hablando de profesionales en la construcción e ingenieros, buscan calidad y eficiencia. Si hablamos específicamente de los albañiles, ellos buscan buenos precios, pero también buscan calidad; y si hablamos del sector meramente doméstico, es puro precio y se olvidan de la ergonomía, calidad y demás, porque lo que la van a utilizar es solamente una o dos veces”. Y si hablamos de la marca más reconocida, al igual que en las ferreterías anteriores, Stanley se lleva todos los galardones. Asimismo, está la Truper, que es una línea más intermedia.

Ferretería La Trinidad

Según su propietario, José Manuel Solís, Ferretería La Trinidad, ubicada en Aserrí, maneja varias marcas de herramienta manual y las que más se venden tienen que ver con lo que busca el cliente en ese momento, ya sea un precio más bajo o calidad, pero todas se les venden bien.

Algo que los caracteriza es que trabajan en un 99% con líneas domésticas –sí se manejan líneas profesionales, pero muy poco–, porque es lo que más buscan sus clientes.

A la hora de elegir una herramienta, los clientes de La Trinidad le dan mucha importancia a la garantía del producto.

Finalmente, Solís asegura que las marcas más reconocidas en herramienta manual son Force, Stanley y Truper.



Los ferreteros coinciden que en herramienta manual la capacitación nunca está de sobra, máxime cuando siempre hay más tecnología, y esa tecnología se le traslada a todos los productos en general. El tema de las capacitaciones es muy importante porque ayuda a formar a los nuevos vendedores, que cada vez son más escasos.

Re Re y Aksi, más que **HERRAMIENTA MANUAL**

Para los ferreteros que buscan una marca de herramienta manual que tenga profundidad de línea, pero que además tenga la ventaja de tener el respaldo de un solo distribuidor, Importaciones Re Re tiene la representación exclusiva de Aksi.

Por Importaciones Re Re

Eduardo Retana, Gerente General de Importaciones Re Re, afirma que con esta representación exclusiva de todos los productos de Aksi, pueden trasladar a los clientes dos valores sumamente fuertes como: calidad y garantía.

- ¿En qué se diferencian con respecto a la competencia, que tiene marcas como Truper, Stanley, Total, Best Value?

- En Aksi, mantienen altos controles de calidad y garantía real de parte de Importaciones Re Re de acuerdo con el compromiso escrito en el empaque de cada producto, lo que hace que en el mercado esté presente con herramientas diferenciadas.

- ¿Qué beneficios agregados aporta Re Re como distribuidor exclusivo para el ferretero?

- Nosotros estamos comprometidos en hacer valer cada garantía sobre el producto, además de buscar una alta eficiencia en el servicio de entrega, y ofrecer un servicio que sobresalga por encima de otras marcas del mercado.

- ¿Cuáles son las líneas de productos más importantes?

- Herramientas manuales, iluminación, bombillos LED, discos de corte, brochas

Desde hace 10 años

- ¿Cuánto tiene Aksi de estar en el mercado ferretero internacional?

Desde 2007, hacemos llegar al ferretero un catálogo completo de productos llenos de respaldo y que tienen la ventaja de incrementar el

tránsito de clientes y por ende los esquemas rentables de los negocios.

- ¿El ferretero por lo general suele mantener 3 líneas de diferente marca, por qué debería considerar Aksi?

- Por la garantía y la calidad y que juntos, estos valores forman un precio muy competitivo.

- ¿De cara al usuario doméstico y otros más exigentes y donde ambos requieren al menos, de herramientas de rendimiento considerable, Aksi posee soluciones para estos segmentos?

- Se cuenta con productos tanto para el segmento doméstico como para el profesional y a precios muy accesibles.

- ¿La profundidad de línea de la marca, permite por ejemplo, a un mecánico lograr eficiencia en su trabajo, con herramientas para todo?

- Tenemos un surtido bastante completo con incorporación de nuevas líneas cada año, esto nos pone con una oferta de producto bastante amplia para brindar calidad a todos los segmentos de mercado.

AKSI
HERRAMIENTA PROFESIONAL

**TU MEJOR OPCIÓN
EN HERRAMIENTAS**

Distribuido por:
Importaciones Re Re, S.A.
Tel: 2240.2010

Llave para tubo (stilson®)
Serruchos
Escuadras



Una de las marcas llamativas con las que cuenta Arsa es Total, con todo lo que tiene que ver con herramienta manual y más, y que atrajo mucho a los ferreteros...

Festival Arsa se LLENÓ DE AMIGOS

Arsa, por muchos años, ha abierto las puertas a los clientes ferreteros, por eso cada principio de año, propiamente en el verano, realiza un encuentro de negocios, que es sumamente esperado por todo el sector ferretero.

Fueron tres días repletos de las marcas y productos más reconocidos de la compañía, ofertas, descuentos y oportunidades para recibir a compradores de todo el país.

Y por supuesto, Arsa como agradecimiento a la preferencia, siempre obsequia, entre todos sus clientes un amplio desfile de premios sumamente atractivos.

La diversidad amplia de marcas y productos hace que los clientes se vean atraídos a aprovechar cada oportunidad para surtir los negocios.

Ya tenía razón Felipe Murillo, la Ferretería Murillo, al indicar que "uno siempre espera la feria de Arsa para comprar".





La diversidad de productos y marcas, hace que el ferretero se vea muy atraído por este encuentro de negocios.



Todo un ambiente de negocios y camaradería, conformó el Festival de Arsa.



coflex
 innovación
 en plomería

Conectores Flexibles
 de **NUEVA GENERACIÓN**



**LÍNEA
 PREMIUM**

Gil Coto Navarro Representaciones, S.A.
 Tel.: (506) 2224 2278 / (506) 2225 8403
 Fax: (506) 2224 6703
 info@gilcot.com / mundohera@amnet.co.cr
 distribuidor@coflex.com.mx coflex.com.mx

 @CoflexInnova

   /CoflexInnovacion

Negocios por MONTÓN EN UNIDOS

Unidos Mayoreo aumentó su capacidad instalada con la apertura de un nuevo centro de almacenamiento, con la ampliación de su portafolio y con un reforzamiento de sus inventarios. Con un giro en la inteligencia de negocios, está procurando mayores beneficios y el logro de acuerdos más ganadores.



En enero anterior, visitamos sus nuevas instalaciones y nos encontramos, precisamente, con varios clientes que llegaron a aprovechar y establecer nuevos negocios.

Demostraciones de muchos de sus productos y marcas, pero sobre todo la exhibición de novedades, empiezan a marcar la pauta en la nueva estrategia comercial de la empresa.

A los compradores les encanta los ambientes de negocios basados en relaciones ganar - ganar, y de acuerdo con lo que vivimos esa tarde, constatamos que Unidos Mayoreo, lo saben hacer bien.



Mercado de accesorios ELÉCTRICOS NO SE DA TREGUA...

Ni siquiera las marcas que han estado posicionadas desde tiempos inmemorables en el mercado, tienen su porción asegurada. La entrada constante de nuevas marcas hacen que el ferretero se vea seducido a guiñar un ojo, y por qué no, a darles oportunidad de entrada.

¿Y el LED?

La propia tecnología Led es sostenible por sí sola. Cumple sobradamente con los tres pilares que conceptualmente definen cualquier desarrollo sostenible: ecología, económica y social. Es la tecnología más ecológica o más medioambiental porque por ejemplo no contiene ni mercurio ni plomo.

Las incandescentes desaparecen, y otras en inferioridad tecnológica están en el camino de hacerlo como las halógenas, aunque la UE haya resuelto extender su fabricación y circulación en el mercado hasta el 2018.

En el último ranking de Productos y Marcas, realizado por TYT, en la categoría de accesorios eléctricos, que especialmente comprende todo lo que tiene que ver, por ejemplo, con plaquería, extensiones eléctricas, regletas, conectores, entre otros productos, refleja una lucha, casi "encarnizada" de los fabricantes y distribuidores por ocupar la mayor parte del "pastel" del sector ferretero.

Dependiendo del distribuidor, los que están arriba reflejan una porción mayoritaria cercana al 27% de participación de mercado, y los de más abajo, registran posicionamientos que oscilan por encima del 7%, pero con una proyección de crecimiento positiva, pues el ferretero sigue aceptando propuestas de negocios de nuevos proveedores.

De acuerdo con los ferreteros consultados, además del "nefasto" factor precio, la decisión de compra para este tipo de productos está basada, secundariamente, pero no menos importante en el respaldo del proveedor en cuanto a tiempos de entrega, respaldo del producto y acompañamiento en la promoción de los mismos para lograr generar tránsito en los negocios.

Ernesto Venegas, Encargado de Compras de Ferretería Palmares, asegura que la categoría de accesorios eléctricos ha experimentado crecimientos muy positivos, "sobre todo porque los proyectos constructivos que son clientes muy fuertes siempre, en la fase de acabados, requiere que tengamos varias propuestas para estos productos".

Manifiesta que por lo general se manejan con dos marcas, pero que siempre hay posibilidad de abarcar hasta una tercera propuesta. "Aquí cuanto más se gane en variedad, todos somos ganadores", destaca.

Vega la “pega” OTRA VEZ

Una vez más, las instalaciones de Vega, en Peralta de Grecia, se quedaron “cortas” en su feria con toda la familia ferretera del país y más allá.

Una fiesta entre productos, metros y metros de exhibición, demostraciones, shows con deportes extremos, entretenimiento, nuevas propuestas de negocio, novedades, y la posibilidad para los clientes de aumentar la profundidad de sus inventarios, tras conocer la variedad amplia, en vivo y a todo color, que presentan las líneas de Vega, fue el recibimiento para todos los clientes ferreteros del país.



Desde Guanacaste, los compradores de Ferretería Comaco, en Huacas de Santa Cruz, llegaron desde bien temprano

Carlos Jenkins (centro), Comprador de JR Vargas de Atenas, aprovechó para sacarle el jugo a las ofertas y novedades. Lo acompaña Francisco Fonseca de Vega.



Ferretería Santa Rosa de Turrialba, acudió a la cita



Sergio Padilla, de la Ferretería Iguana Verde, de Uvita. Lo acompaña Marco Zúñiga, de Vega.





Héctor Bernal (derecha), de Ferretería Confinos, en La Victoria de Horquetas de Sarapiquí, con Alejandro Soto, de Vega. Bernal dice que valió la pena el viaje para observar tanta innovación.



Las actividades para la familia ferretera como el bingo, se convirtieron en todo un centro de atracción para los clientes.



El deporte extremo de los saltos en bicicleta, fue todo un show lleno de adrenalina que hizo las delicias de todos los presentes.



Sandra Quesada, Gerente de Marca Gravilias, junto a Rodolfo Quesada, de Vega.



Una comitiva de clientes de Limón, llegó desde bien temprano el domingo, con el fin de sacarle el "jugo" a las ofertas y demás atracciones.

La ferretería que nació como un **“EXPRESS” AHORA TIENE 2 LOCALES**

A Construexpress Alajuela se le vino encima la segunda generación, y con ella la apertura de un nuevo local, con una superficie de 1800 m² lo que aumenta su competencia en el mercado alajuelense.



Si antes eran adversarios fuertes para sus competidores, ahora con dos locales lo serán por partida doble, y es que el segundo local de Construexpress, ubicado en El Erizo, cerca de la escuela del Invu las Cañas, abrió sus puertas la primera semana de octubre pasado.

Este segundo local nació casi de la mano de la casualidad, ya que en un inicio lo que buscaban era un espacio para bodegaje y que estuviera cerca del otro negocio, con el fin de poder hacer entregas entre los locales y rellenar mercadería, además de ofrecer líneas que no se estaban trabajando por falta de espacio.

Según Fabián Molina, hijo de los propietarios y encargado de proveeduría y logística de Construexpress Alajuela, el local era muy grande para usarse solamente como bodega, además de que ese sitio tiene mucho tránsito de vehículos, por lo que se decidió hacer un segundo local.

“Aquí –en el Erizo– tenemos más acabados, porque hay más espacio, en el otro negocio tenemos un área de despacho, o sea, un área de facturación,

que es la típica ferretería, donde están los cuatro facturadores en una barra y ellos están atendiendo a la gente. Aquí es una venta asistida –no es autoservicio porque esta es una zona un poco conflictiva– entonces todo el material que está en las góndolas, está asegurado y se saca solamente con una llave que tienen los vendedores. Tenemos islas de facturación y el cliente puede andar por todo el negocio con el vendedor”, cuenta Molina.

Molina asegura que están muy satisfechos con ese segundo local, porque en estos cuatro meses el negocio ha superado las expectativas que tenían, porque para ser una tienda nueva se ha podido mantener todos los meses.

¿Qué los hace diferentes?

En Alajuela, la competencia entre ferreterías es muy fuerte, por ello, conseguir la diferenciación es muy importante. En el caso de Construepress, Molina afirma que lo consiguen en el servicio que brindan y los precios competitivos. “Nosotros intentamos siempre ser los más baratos del mercado”.

Esa es la filosofía que siempre han tenido. “Mi papá --Fabio Molina-- ha sido político toda la vida y siempre ha buscado el bien social, entonces constantemente intenta trasladar todos los beneficios que tenemos nosotros como empresa, al cliente final”.

Y agrega: “el servicio que le brindamos al cliente, primero que todo tiene que ser muy rápido (...) La comunicación entre los clientes, la empresa y los proveedores es muy exacta, para dar siempre tiempos de entrega en los que nosotros no vayamos a quedar mal. En eso es en lo que más nos enfocamos, en que el servicio sea rápido”.

¡Sus inicios!

Su padre, Fabio Molina, fundó Construepress en 1991. “Mi papá empezó en una oficina esquinera, a 25 metros de donde se ubica actualmente el local de La Agonía. Se llama Construepress, porque él empezó con un teléfono, dos camiones y recogía el material donde los proveedores y lo entregaba directamente donde el cliente”.

A don Fabio siempre le gustó la ferretería y los materiales de construcción, porque era maderero. Antes de abrir el negocio era diputado, y eso le permitió conocer muchas personas de la provincia. Cuando salió de la diputación, abrió el local y como en el pasado ayudó mucho a la comunidad –en arreglos de calles y mejoras de parques, entre otros-, la gente le ayudó mucho. Su hijo asegura que en un inicio fue difícil, porque en Alajuela había tres ferreterías fuertes.

En el año 2000, don Fabio tuvo un accidente y debió separarse del negocio, y quedó en manos de su esposa, Yamileth Chorres. “Mi mamá tenía unos 15 años de administrar la ferretería, hasta que llegué yo hace un par de años a “volarle” parejo al trabajo”.

Actualmente, sus padres siguen trabajando en el negocio, pero su hijo asumió responsabilidades en la administración de los mismos.

Segunda generación toma fuerza

Hoy, Fabián es el encargado de proveeduría y logística. Él se integró de lleno al negocio familiar hace aproximadamente tres años –después de vivir un tiempo en el extranjero-. No obstante, eso no significa que la ferretería sea algo nuevo para él, porque desde pequeño trabajó en diferentes puestos dentro del negocio, y como él dice: “Siempre he estado muy involucrado y conozco todas las áreas de la ferretería”.

Fabián estudió administración de negocios con énfasis en logística y comercio internacional, por lo que es su responsabilidad administrar el segundo local y está encargado de lo que son las compras y transportes en el negocio de La Agonía. Además, las ventas especiales también pasan por él.

“Yo empecé en ventas cuando era pequeño. Recuerdo que quería una guitarra eléctrica, entonces mi papá me dijo: yo le compro la guitarra, pero el amplificador usted tiene que ver cómo hace, entonces en mis vacaciones de la escuela –creo que fue el último año de escuela- iba a trabajar medios días en el negocio, facturando. Durante todo el colegio, iba en las vacaciones a facturar, porque siempre me gustaba tener una extra.

¡Estratega!

“Ahora hay que trabajar con empresas que se dedican a construir, en lugar de vender cositas puntuales, ahora hay mucho proyecto, mucho condominio, mucha torre y si uno hace alianzas con empresas, la posibilidad de crecimiento es mucha”. Fabián Molina, Encargado de Proveeduría y Logística de Construepress Alajuela.

Radiografía de Construepress

- **Superficie: 1800 m2 (el local de El Erizo) y 1300 m2 (el local de la Agonía).**
- **Cantidad de empleados: 11 en el local de El Erizo y en el negocio de la Agonía son 14 personas, sin contar a Fabián que está medio día en cada negocio.**
- **Cientes atendidos por día: “El promedio de facturación de nosotros anda como en 900 facturas diarias entre los dos negocios”.**

Después de eso, pasé a la bodega de ferretería, a conocer el material ferretero, y después me pasé a la bodega de material pesado. En ocasiones, me iba con algunos transportistas a dejar mercadería, también me metí de lleno en la parte de proveeduría, fui asistente de la contadora y ahora estoy a cargo de transportes y logística. Lo último en lo que estoy es administrando la parte de ventas de este negocio y la parte de ventas especiales del otro, porque en el de la Agonía sí tenemos un jefe de ventas, aquí soy yo”, asegura.

Solucionador

Para este trabajo, según Molina, se necesita mucha pasión. “Todos los problemas del negocio llegan a mí y doy la mayoría de las soluciones, pero cuando no me da la cabeza o tengo mucho en qué pensar, me ayudan mis papás. Pero sí se necesita bastante paciencia y siempre hay que hacer lo que a uno le gusta, y aquí los días se me pasan veloces, porque me gusta lo que hago, me gusta tratar con el cliente y solucionar. Cada problema que se viene para mí es un reto porque tengo que buscarle una solución”.

Y agrega: “aparte de tener gran pasión por lo que hago, no me puedo ir del negocio hasta que tenga todos los problemas resueltos; no me voy hasta que esté todo en orden, todo tranquilo. Y si alguien no llega yo lo sustituyo, no tengo problemas con vender, cargar, lo que sea... Mi papá me enseñó eso y él es igual. Aquí todos trabajamos para el negocio y eso es lo más importante”, finaliza.

Casi 50 años a **PURO MAZAZO...**

Ferretería El Mazazo se encuentra, actualmente, en manos de su segunda generación, y por eso, busca cada día cómo innovar para mantener el lugar que ocupa en Guadalupe, San José, Costa Rica.



La segunda generación de El Mazazo la componen Martín, sus dos hermanas, y también trabajan otros tíos y primos. Dice que recientemente, incorporaron repuestos automotrices para aumentar el tránsito de más clientes.

Guadalupe.- Su nombre es muy particular, y probablemente, esto le haya ayudado a que los clientes la recuerden y visiten, pues llegar a casi medio siglo de existencia no es fácil. Pero, ¿de dónde nació ese nombre tan particular, porque llamarse “El Mazazo”?

“Se volaron mucho la cabeza a la hora de abrir, y resultó que ya había El Machetazo, El Tornillo... ¡y resultó El Mazazo!”, comenta Martín Arias, Gerente General del negocio e hijo de uno de los socios fundadores.

Ferretería El Mazazo nació en 1968, y después de 49 años, siguen bien posicionados en su zona, esto debido a que, según Arias, tratan de mantener siempre un buen servicio al cliente y precios competitivos.

Para lograr ofrecerle al cliente buenos precios, es muy importante elegir adecuadamente a los proveedores. Según Arias, ellos toman muy en cuenta que les ofrezcan precios diferenciados, buen servicio de entrega y un buen stock de productos.

No obstante, no siempre fue fácil, pues según Arias sus inicios fueron complicados. Comenzaron en un local pequeño, de madera, “con uñas y dientes, comprando la mercadería, vendiéndola y volviendo a surtir de nuevo. Pero gracias a Dios y a la buena cabeza, logramos salir adelante”. Y agrega: “tenía como seis años cuando iniciaron y venía a ayudar los

domingos. En un principio, lo que había era dos o tres empleados; prácticamente eran los socios los que atendían, e incluso los domingos se trabajaba. Iniciaron mi papá y un hermano de mi mamá, y luego se les unió un tío. Entre todos hemos ido llevando la barca adelante”.

Actualmente, El Mazazo ofrece productos de ferretería y repuestos para automóviles. En un inicio se tenía solamente la parte de ferretería.

El Mazazo tiene clientes, principalmente, de la zona noreste de San José, pero también llegan clientes de Cartago y Heredia, por ejemplo.

Y como dicen que los negocios, si quieren perdurar, constantemente, deben reinventarse, por eso es que Arias cuenta que hace poco decidieron apostarle a la venta de refacciones para vehículo, un nicho de mercado que espera les atraiga más clientes.

¿Cómo modernizarse?

El Mazazo es un negocio familiar, que en este momento se encuentra en manos de su segunda generación. Con casi medio siglo de existir, para ellos es importante modernizarse, porque de lo contrario, el peso de los años les pasaría una factura muy costosa.

“Hemos tratado de adaptarnos, de ponernos al día con la tecnología; redes sociales, página web, de todo, para estar dentro del mundo del comercio, porque está muy peleado ahorita”.

En algún momento se anunciaron en televisión y radio –en medios más locales–, pero actualmente lo hacen a través de redes sociales y utilizando la publicidad “de boca en boca”, que para muchos, es efectiva.

El futuro

Con miras al futuro, Mora analiza que definitivamente el local les permitiría expandirse más, porque está prevista una segunda planta y es propio. No obstante, su problema principal es que el parqueo se torna pequeño para la cantidad de carros que llegan, y eso a veces ocasiona molestias en los clientes.

“Este punto está hecho, la gente ya nos busca aquí y cambiarnos a otro lugar no es opción. Uno de los socios había hablado de poner una sucursal, pero esa es una inversión grande; y el surtirlo y hacerle un nombre” en otro lado”, finaliza.



Miguel Martínez (derecha), Proveedor de la ferretería, dice que para que Tung Fong considere a una empresa como proveedor, es indispensable que sus productos sean de alta rotación, que ofrezcan calidad, buenos precios y un inventario completo.

Tung Fong, una ferretería **MUY PORTEÑA**

Esta ferretería, ubicada en el centro de Puntarenas, atiende un promedio de 70 clientes diarios, y a pesar de vivir en carne propia, la crisis de la pesca, no se “echan” para atrás...

Puntarenas centro.- Era una mañana soleada y calurosa, característica de la Perla del Pacífico. Habían muchos turistas alrededor, quizás producto de las vacaciones de principio de año, y porque un imponente crucero ondeaba las olas del Pacífico...

A pocas cuadras del muelle de Puntarenas, nos encontramos la Ferretería Tung Fong. Un sitio que se ha mantenido en la preferencia de muchos puntarenenses durante 15 años.

Este lugar abarca un total de 80 metros cuadrados y brinda trabajo a cinco personas.

Zona complicada...

Miguel Martínez, Proveedor de la ferretería y quien tiene 15 años de trabajar en Tung Fong, afirma que actualmente el mercado puntarenense ha decaído mucho. “Está muy flojo. Venimos arrastrando esto desde hace unos tres o cuatro años”.

Martínez recuerda que clientes grandes, que antes realizaban compras inmensas, hoy no las hacen tan grandes, compran mucho menos. “El problema ha sido lo de la pesca; que han quitado mucho barco y mucho permiso para pescar, entonces ese es el problema... ¡la ferretería ha bajado mucho!”

No obstante, a pesar de lo duro que han sido estos últimos años, Martínez, quien es el proveedor de la ferretería desde hace 13, afirma que sus clientes son fieles a ellos; tienen compradores que los visitan desde que abrieron sus puertas.

¡Estrategias!

¿Cómo atraer más clientes y vender más? Para conseguirlo, los dependientes de esta ferretería utilizan su ingenio para que el cliente se vaya satisfecho y no salga de la ferretería sin comprar lo que necesita. Esto les brinda publicidad de boca en boca, además de que ya son muy conocidos en la zona, y eso les beneficia.

Su gran diferencia con otras ferreterías del área, radica en el servicio

al cliente y la forma en cómo se les atiende. “Les ofrecemos las marcas que tenemos, les brindamos buenos descuentos, les damos un buen servicio y un trato personalizado, ya que como son clientes de muchos años, son amigos para nosotros”.

En Ferretería Tung Fong prefieren el mostrador y no el autoservicio, ya que por la inseguridad de la zona, no es lo más recomendable, por eso, al cliente se le entrega en sus manos todo lo que necesite, y de paso, se le brinda asesoramiento, si así lo requiere.

Compras - ventas

Al decaer las ventas, es indispensable mantener un equilibrio entre las compras, por ello, Martínez asegura que su estrategia es comprar lo que se vende, e ir teniendo un inventario mínimo, para que nada se les quede sin vender.

De acuerdo con el proveedor, en la zona central de Puntarenas –que es el área que abarcan-, lo que más se vende en ferretería, es lo relacionado con electricidad, por ejemplo, tomacorrientes y enchufes. También venden mucho pinturas en spray y mangueras.

Finalmente, resaltó que en realidad no tienen mucha competencia en los alrededores, y la que está cerca es cara, por lo que muchos clientes llegan al local enojados por lo que encuentran en el otro sitio. “La única competencia dura de nosotros está como a 200 metros, pero con ellos somos como hermanos”.

Ulloa, negocio CENTENARIO

Esta empresa familiar pasó de las manos de su fundador, a las manos de su hijo, y desde hace varios años, está en manos de Joaquín Iglesias, yerno de este último... Aquí no temen a tomar decisiones y esa ha sido la clave del éxito para que el negocio permanezca desde 1912.

La mano de un líder

¿Cómo han logrado mantenerse por tantos años? “El secreto que me dio don Guillermo, para mantenerse por tanto tiempo, es tener siempre una persona líder en la ferretería, porque las generaciones van llegando, todos trabajan y no se ponen de acuerdo; se generan discusiones de unos con otros, y eso va en contra del buen funcionamiento del negocio. Siempre tiene que haber una persona encargada”, afirma.

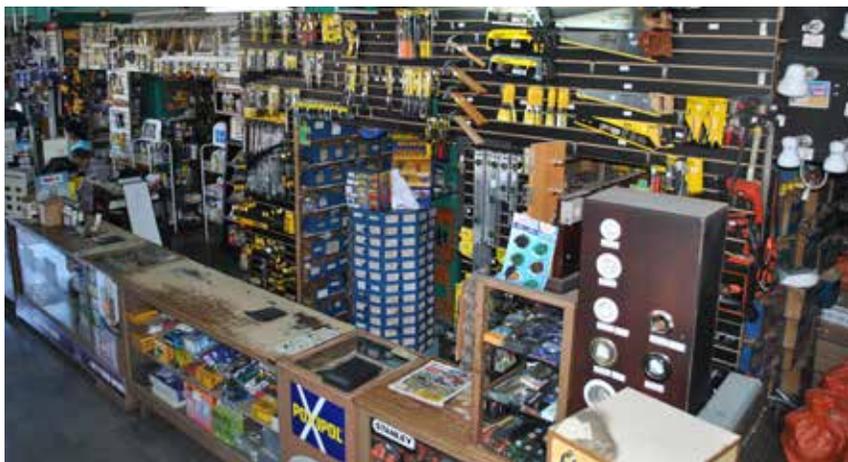
Y agrega: “hemos ido diversificando cosas, pero cuesta mantenerse en el tiempo, porque uno necesita tener la mente cambiante, ya que el mundo evoluciona y generalmente uno tiende a seguir con la misma rutina; y todo cambia: el sistema de ventas, los productos, todo”.

Además, según Iglesias, ser una ferretería vieja también les genera ventajas, ya que se tiene tanto surtido viejo, como nuevo. “Hay muchas cosas que las ferreterías nuevas no conocen y ya uno tiene experiencia en eso. La otra ventaja es en el servicio y la atención, porque yo siempre les digo que a mí no solo me interesa que al cliente se le atienda rápido, sino bien, para que vuelva. Entonces, los clientes que vienen aquí son como amigos, y eso ha hecho que se mantengan en el tiempo”.

Problemas por resolver

El poco parqueo es realmente un problema para Almacén Ulloa. “Pensaba que no era problema, porque nosotros vendemos boletas a los clientes para que compren la mercadería. El problema es que llegan las 9 de la mañana y ya todo está lleno, y por más que tengamos boletas, ya no tienen dónde parquear. Creemos que es muy importante un parqueo aquí en el centro, porque en el estacionamiento más cercano caben solamente cuatro o cinco carros”, asegura.

De acuerdo con Iglesias, el flujo de carros es muy bueno ahí, lo que les afectan son las presas. Además, que el movimiento de gente no es tan fluido, como cuando estaban ubicados por los Tribunales de Justicia.



Diversificados. En Ulloa, también poseen la Distribuidora Fonsullo, de artículos de ferretería, que cuenta con cinco agentes que atienden todo el país. Se importa variedad de productos de EE.UU, México, Brasil y China

Almacén Ulloa nació hace 105 años, como un comercio que vendía abarrotes. En aquel momento, tenían un área de ferretería, pero lo que más se ofrecía era abarrotes.

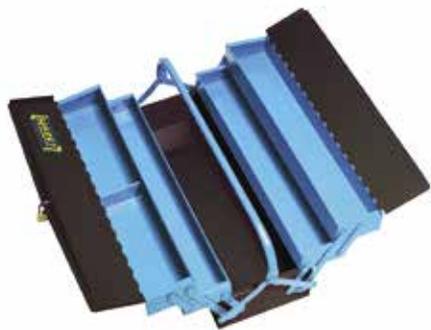
Así estuvieron hasta 1968, cuando se dedicaron solamente a la ferretería. “Don Guillermo Ulloa fue el que comenzó con el almacén. Después, Guillermo hijo le compró el almacén a su padre, para seguir con el negocio. Cuando se fue para Fertica, doña Thelma –la esposa- se encargó de la ferretería”, recuerda Joaquín Iglesias, Gerente General.

Iglesias trabaja en el almacén desde 1979. Cuando comenzó se vendían materiales de construcción, pero en el momento en que se pasaron al local donde están ahora, en 1983, se especializaron en ferretería. Actualmente, casi no venden materiales de construcción, porque el flujo de carros es muy pesado y es complicado colocar los insumos en un camión.



Joaquín Iglesias, Gerente General de Almacén Ulloa, asegura que “todavía tengo clientes que construyeron este edificio, y gente que llega ya viejita. Hay una señora que viene y que toda la vida nos ha comprado a nosotros”.

Productos Ferreteros



Caja para herramientas de 5 compartimientos y 1 candado. Esmaltada a fuego en color azul, vacía. Dimensiones: 245 x 575 x 210 mm.



4 destornilladores ranurados (Medida): 3 mm, 4 mm, 5.5 mm, 6.5 mm. 2 destornilladores phillips (Medida): PH1, PH2. Hazet



Ratchet reversible y articulado Hazet.

Largo: 270 mm. Espiga: 1/2" (12.7 mm. 32 dientes. Superficie cromada. Norma: DIN 3122, ISO 3315,



Caja de herramientas metálica Force con 124 piezas



Caja de herramientas Proto. Metal 18X10X12.3/4. metálica. 4 bandejas - 2 con tapas. Bandejas giran hacia afuera para acceso de las herramientas.



Cuchilla para electricista con 3 hojas de 3".

Proto. Hoja de Lanza. Destornillador combinación autobloqueante, cortador de aislamiento y la hoja de raspador de alambre.

Distribuye: Capris • Tel: 8000-Capris (227-747)



Alicate Punta Larga 5 1/2.

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



Llave Francesa 10.



Martillo de Uña 16 ONZ.



Destornillador Phillips Aksi.



Nivel Magnético Aksi.



Tornillo y tapón
para fijar lámina de policarbonato, medida #12 x 2"



Alicate ajustable Aksi.



Alicate presión Aksi.



Tornillos Gypsum
#6 en tiras, disponibles en punta corriente y punta broca en medidas de 1", 1 ¼" y 1 ½" de largo.

Distribuye: Importaciones RE RE • Tel.: (506) 2240-2010

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

Fluidmaster
Un verdadero líder en la industria

#1 EN REPARACIÓN DE SANITARIOS EN EL MUNDO

Designed & Engineered in the USA

Built-in Microban

conectores CLICK SEAL

Fluidmaster ORIGINAL PART ONLY THE BEST CHOICE

DE VENTA EN FERRETERÍAS Y ALMACENES DE PRESTIGIO

expo

FERRRETERA

su herramienta de negocios

Su oportunidad de ganar...

Gane contactos, gane experiencias, gane oportunidades....

El encuentro ferretero más importante de la región.

Encuentre productos nuevos y actualícese.

26 al 28 de Mayo, 2017

Eventos Pedregal, Costa Rica

Adquiera su entrada aquí: www.expoferretera.com

Reserve su stand: Annia Cabalceta

Cel.: (506) 7014-3611 • Tel Oficina.: (506) 4001-6726

annia@ekaconsultores.com



Temática del año

Todos los años Expoferretera escoge un tema para ofrecer un ambiente diferente. En esta ocasión los expositores lo recibirán con actividades y sorpresas con la temática de "Casino"



Organiza



Expositores Expoferretera

Confirmados al 24 de Febrero 2017



euroramstack



Expositores internacionales



Reserve su stand: Annia Cabalceta
Cel.: (506) 7014-3611 • annia@ekaconsultores.com

Charlas

¿Cómo innovar y crecer en el sector ferretero?

Expositor: Antonio Valls, Director General y Consultor Internacional de System Shop Consulting, España

Viernes 26 de Mayo • 9:00 a.m a 11:00 m.d



Compita con éxito ante las Grandes Superficies Ferreteras

Expositor: Luis Alberto Prado, Director y Socio fundador de FerreterosOnline.com, Chile

Viernes 26 de Mayo • 3:30 pm a 4:15 pm



Los 9 tips de mercadeo ferretero para aumentar las ventas

Expositor: José David Ulloa, Mercadólogo y Economista.

Sábado 27 de Mayo • 2:00 p.m a 2:45 p.m



Innove en procesos de soldadura y haga crecer su ferretería

Expositor: Danny Bermúdez, Experto y Asesor en temas de soldadura, tanto en lo que tiene que ver con fuentes de poder como electrodos.

Sábado 27 de Mayo 2:15 pm a 3:00 pm



Rotación de inventario

Expositor: Luis Alberto Prado, Director y Socio fundador de FerreterosOnline.com, Chile

Sábado 27 de Mayo • 3:30 pm a 4:15 pm



¿Cómo manejar negociaciones exitosas con los mayoristas?

Expositor: Manuel Ujueta Castillo, con experiencia amplia en el canal ferretero

Sábado 27 de Mayo • 4:30 pm a 5:15 p.m



¿Hacia dónde va su negocio?

Expositor: Antonio Valls, Director General y Consultor Internacional de System Shop Consulting, España

Domingo 28 de Mayo • 11:30 am a 12:15 pm



RESERVE AQUÍ: WWW.EXPOFERRETERA.COM/CHARLAS

Teléfono: (506) 4001-6743

Todas las ventajas en una sola pintura



99% de cubrimiento



Antihongos y antialgas



Más de 5000 pasadas en la prueba de lavabilidad



Resistente al sol y a la lluvia



Con el respaldo y la avanzada tecnología **SUR**

