



"Nebulosas" sobre el cemento **P.12**

Especial herramienta eléctrica **P.14**

Todo un Cacique ferretero **P.32**

De banquero a la ferretería **P.36**



7 EN LA "CARGA" DE LAS COMPRAS

Estos son los encargados de manejar las compras de Grupo Gravilias.
Entre todos soportan el peso de las demandas de 5 sucursales.



 /Revista TYT

Suscríbase en:
www.tytenlinea.com/suscripcion

AGOSTO 2017 año 21 / No. 254

CORREOS
DE COSTA RICA

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

ROYER 100

C O L O R E S

EAT•N

Residential & Wiring Devices Division

Nueva línea residencial Royer



La plaquería de Royer 100
cuenta con el sistema Tamper Resistant



La nueva paleta de 5 colores de Royer 100, crea combinaciones
innovadoras, para formar atmósferas de acuerdo a su personalidad.

Certificado por:



Normado por:



Cumple con:



Continuamos fortaleciendo nuestras líneas de productos,
somos distribuidores exclusivos en Costa Rica.

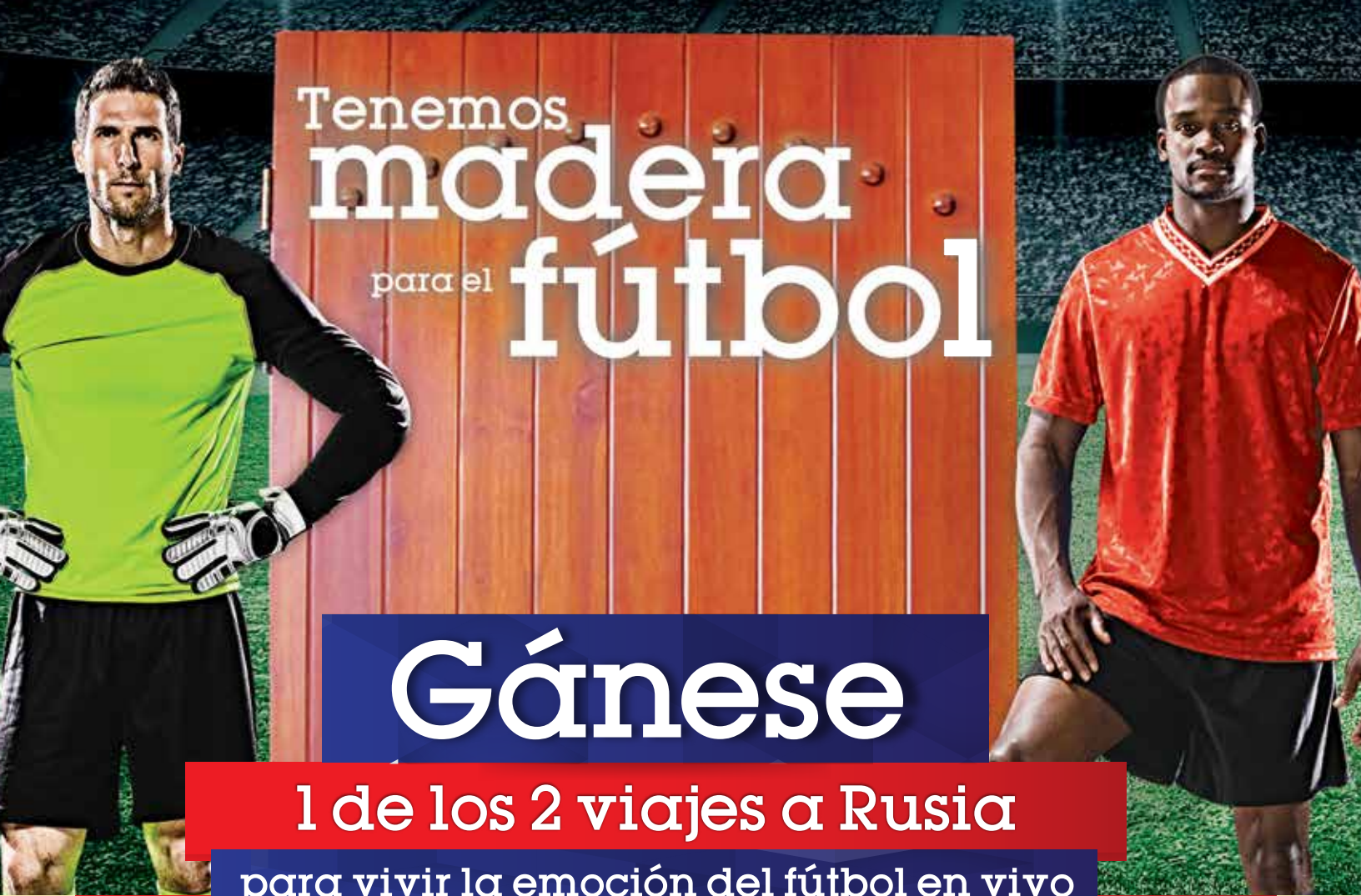
ELÉCTRICO
FERRETERO
DISTRIBUIDOR MAYORISTA

✉ info@electricoferretero.com

☎ (506) 4055-1777

🌐 www.electricoferretero.com

📍 El Eléctrico Ferretero Distribuidor Mayorista



Tenemos
madera
para el **fútbol**

Gánese

1 de los 2 viajes a Rusia

para vivir la emoción del fútbol en vivo

¿Sabe cómo hacerlo? ¡Es muy fácil!

Compre **₡20.000** en productos **probosque®**
y reciba una acción electrónica para participar.

Incluye:

- Vuelo San José - Rusia - San José
 - 12 noches de hospedaje
 - Impuestos aéreos y hoteleros
- Transporte aeropuerto - hotel - aeropuerto
 - Tarjeta de asistencia de viaje
 - €500 en efectivo

probosque®
LÍDERES EN MADERAS REFORESTADAS

 **FORESTALES**
LATINOAMERICANOS

 Guayabos de Curridabat, del Fresh Market 400 m al sur.  (506) 2271-3636
 ventas@forestaleslatinoamericanos.com  www.forestaleslatinoamericanos.com  Forestalescr

Aplican restricciones. Ver reglamento en promo.forestaleslatinoamericanos.com
Promoción válida del 25 de abril del 2017 al 31 de marzo del 2018.

10



14



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

*3.345 vistas en
la edición digital*

Contenido

08

PINCELADAS

Herqui con mentalidad de grande
 Zona Sur aumenta su competencia
 30 años en el mercado
 ¿Cómo crecer con una oferta de productos plásticos?

11

MERCADEO

¿Fortalece a su competencia?

12

EN CONCRETO

¿Será el cemento un mal necesario?

La presión del cemento chino llegó a frenar los aumentos “constantes” del producto, gracias a que, desde su llegada al país, anunció esquemas de bajo precio, hasta un 20% menos que sus competidores.

14

25 CATÁLOGO DE PRODUCTOS DE HERRAMIENTAS ELÉCTRICAS

ESPECIAL HERRAMIENTAS ELÉCTRICAS

Mercado implora por asesoría
 En herramientas eléctricas, el mercado implora por asesoría. Como el mercado y la tecnología evolucionan constantemente, muchas herramientas eléctricas tienen más de una función. Sin embargo, no necesariamente los ferreteros conocen “al dedillo” cuáles son esas funciones... y eso les afecta las ventas finales.

32

EL FERRETERO

32 Un “indio” que se las sabe en ferretería

34 Actualizarse ayuda a mejorar el negocio

36 ¡Del banco a la ferretería!

38 7 compradores en las venas de Gravilias

41

PERFIL

Audio Accesorios de Costa Rica
 lanza su web

42 ¿Cómo vender más aislantes térmicos?

Plata



Soy

EAGLE

- Fabricante de SOLUCIONES ELÉCTRICAS
- Productos CERTIFICADOS
- EXPERIENCIA de más de 35 años
- Una marca 100% COSTARRICENSE
- Productos con respaldo y garantía de CALIDAD



Calidad
garantizada

¡Usted nos conoce... **somos SEGURIDAD!**

 Eagle Centroamericana

 www.eagle.cr



ESTANTERÍA PERSONALIZADA PARA SU FERRETERÍA



*Mobiliario especial

ACCESORIOS PARA GÓNDOLA



Canasta
Organizadora



Baranda
metálica



Separadores
de rejilla



Ganchos
para barra



*Mobiliario especial

Próximias Ediciones



Setiembre / TYT 255

Especial: Pintura exterior, interior, aerosol y accesorios

Pintura para exterior, interior y aerosol interior, barnices, especialidades, impermeabilizantes, anticorrosivos, automotriz, escaleras, brochas, lijas, espátulas, adhesivos, goma blanca, cemento de contacto, selladores, cintas, cintas métricas, limpiadores de superficie, esponjas, baldes, solventes, bandejas, rodillos, felpas, extensiones para rodillo, etc.

Además:

Manejo de inventarios. Herramientas y variables que ayudan a ser más eficientes los procesos en las empresas.

Cierre comercial: 14 de agosto, 2017

Octubre / TYT 256

Especial de flotillas

Especial: Productos del agua

Especial: Herramienta agrícola y de jardinería a gasolina, eléctrica e inalámbrica.

Cierre comercial: 14 de agosto, 2017

Anúnciese en TYT Y exponga en Expoferretera

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

Encuentre ejemplares de TYT en nuestros puntos de distribución:



Construrama





Hugo Ulate Sandoval
hugo@ekaconsultores.com

Agentes de LA MAGIA

Resulta que en la mayoría de los negocios, usted, sí usted, el vendedor, asesor comercial, agente de ventas, como los llaman en muchas empresas, llegan donde el encargado de compras de la ferretería, y éste en su apuro solamente le puede dedicar 10 minutos...

Y son solo 10 minutos porque detrás del agente vendedor, hay 2 más al "acecho", y de paso, también el encargado de surtir la ferretería, debe revisar el inventario, que hasta ahora lo ha hecho por pequeños lapsos, gracias a que debe resolver y revisar la llegada incompleta de una mercadería que se pidió.

Cuando arrancan los preciados 10 minutos, el agente saca de su maletín toda una biblia, un catálogo y en su mano, un pedido sugerido que montó desde que llegó a la ferretería y revisó los anaqueles y las paredes donde tiene producto que ha logrado colocar.

Y mientras se acomoda, abre "la biblia", -perdón el catálogo-, enciende su laptop, y para los que no tienen esta herramienta, su computadora, arranca el acto de magia, para mostrar a su cliente, la gama de productos más nuevos y que le conviene tener en el negocio, o la última oferta o combo que lanzaron al mercado. Y el agente montaría toda una fiesta con confeti, si consigue que su comprador no sea interrumpido con una llamada, una queja, una consulta o tener que levantarse para revisar un producto o asesorar un cliente de último momento.

No logramos entender, con esta serie de impedimentos, cómo es que dicen que los vendedores solamente se centran en "la carne", en lo que más se venden y dejan de lado otros productos, incluso las novedades --sarcasmo--.

Estamos claros que en 10 minutos usted puede ir al baño, hacer una llamada, enviar un correo, pedir un Uber, hacer una declaración de amor y hasta dar un beso en una tempestad pasional, a su amante, querid@ y por qué no hasta a su espos@... Pero, si está muy claro, y sin duda, que solamente con magia, se puede realizar una "buena" venta en 10 minutos, conseguir la atención completa, al 100% del comprador, mostrar la totalidad, o al menos la mitad de un catálogo. Hay negocios que están sistematizados, y mediante un software les permite saber a ciencia cierta qué comprar y en qué cantidades, pero hay otros muchos que aún no se adaptan a este avance, y por lo tanto hay que adaptarse a ellos, así es en definitiva la realidad.

Además, por más avanzado que se tenga un software para comprar o manejar inventarios, siempre hace falta el ojo humano, la sagacidad, el "ojo clínico", el expertiz, la malicia de quien hace la compra.

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 Chaverri

Foto de Portada

Luis Navarro

Suscripciones

Tel: 4001-6722
revistatytenlinea@ekaconsultores.com

Suscribase en:

www.tytenlinea.com/
suscripciones

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





**National
Hardware®**

3x Más resistente a la corrosión
Vs Zinc Standard



Bisagra
National
WeatherGuard

VS.



Standard Zinc*

Se venden en: CAPRIS S.A. / EPA

**National
Hardware®**

Otros productos disponibles con weatherguard.



Mini Brass



Accesorio para colgar



Bisagras



Armellas

Pinceladas



Elio Estrada, Propietario de Ferretería Herqui, en Cartago, compete con negocios cercanos y bastante grandes, sin embargo dice, que “tenemos mentalidad de competidores fuertes, incluso podemos dar hasta los mismos precios”.

HERQUI CON MENTALIDAD DE GRANDE

Cartago, Costa Rica.- Desde hace 15 años, allá en el Barrio El Carmen de Cartago, al este de la Capital, Elio Estrada es un ferretero de esos que se “faja” a diario por ver su negocio en crecimiento, y lo ha conseguido, pues dice que desde hace mucho dejó de pensar como pequeño y ahora mantiene mentalidad de negocio grande. “Pensar así me ha permitido inculcar esta mentalidad a los que trabajan conmigo. Además, pertenecer a la franquicia de Construred, nos ha dado la facilidad de una ferretería grande, en cuanto a los precios que ofrecemos”, dice Estrada.

Asegura que uno de los mejores días es el domingo, “pues salen muchas emergencias, o los clientes que aprovechan para hacer algunos trabajos”.

– ¿Y aunque juegue Cartaguito (equipo de fútbol de primera división en Costa Rica que es muy apoyado)? “Aunque juegue nuestro equipo, nosotros abrimos. Desde que adquirió el negocio, dice que ha sido todo un proceso de aprendizaje, aunque reconoce que nunca se deja de aprender ni conocer a los clientes.

“Siempre busco aplicar toda clase de estrategia de mercadeo al negocio, y que los colaboradores comprendan que atendiendo mejor y teniendo un buen surtido es como ganamos”, asegura.

“A pesar de que no llevo mucho, como otros colegas, esto ha llegado a despertar mi interés y diría que mucha pasión”, concluye Estrada.

ZONA SUR AUMENTA SU COMPETENCIA

Desde la entrada a Pérez Zeledón, el sector ferretero en este lado del país, no pareciera darse tregua, y la competencia se centra en quién logra entender mejor los gustos y preferencias de los compradores.

Así, podemos ver negocios en la zona central como Boston, Fixur, Ferretería Palmares que no ceden ninguna ventaja.

Y un poco más allá, adentrados en la zona, mucho más al sur, está Grupo Materiales, que ya se alista para inaugurar su novena ferretería, copando prácticamente parte de la frontera, Aguabuena, Sabalito, La Costa, San Vito, entre otras.

En esta última empresa saben que para hacer diferencia se hace necesario no solo tener de todas las categorías, sino más de una alternativa por cada una de ellas. Así lo deja ver Odilio Villalobos, Gerente General.

Precisamente, realizar 2 ferias al año, invitando a todos sus compradores, le permite establecer variables de: conocer puntualmente las necesidades de quienes le compran, establecer estadísticamente cuál inventario posee más rotación, y que sus clientes se puedan dar cuenta del alcance y potencial del negocio, al encontrar más variedad y productos de los que buscan.



Las ferias que realiza Grupo Materiales en sus ferreterías, le permiten conocer puntualmente las necesidades de quienes le compran e identificar un inventario que más se vende.

Productos de calidad

con todas las certificaciones de fabricación
a un **excelente precio**

FSL



Distribuido por

IMPORTACIONES
MARROLL

TODOS UN MUNDO EN FERRETERÍA

T. 2453-0025 • ventas@marroll.com

30 AÑOS EN EL MERCADO

Costa Rica.- Juan de Dios Muñoz lleva 30 años de trabajar con su ferretería en el mercado de la Vieja Metrópoli, en Cartago, a base únicamente de artículos meramente ferreteros, sin tener materiales de construcción pesados.

Cuando le preguntamos por la cuenta de facebook, nos dijo sonriente, “ni tenemos, no ve que estamos en la era de piedra”. Y aunque él en lo personal sí posee, dice que este es un punto muy bueno porque pasa mucha gente todos los días “y lo que hago es tener productos de primera necesidad, y algunos que se venden por impulso. Por ejemplo, acaba de venir una señora por unas cucharas y se enamoró también de una alcancía”. Dice que para él una ferretería debe manejar el concepto de ser un negocio que solucione, que saque de apuros, pero que “también tenga de todo, hasta las cosas más inesperadas”.

Muñoz es de esos ferreteros que escucha con atención para dar el consejo y recomendación más oportuna.

Sostiene que “aquí pasa mucha gente, y apenas vuelve a ver al negocio, se acuerda que debía llevar algo de ferretería e ingresan. Ya ahí vamos ganando. O está el cliente que tiene una emergencia y requiere que lo atiendan rápido, entonces se acuerda de nosotros”, dice Muñoz.



Juan de Dios Muñoz, Propietario de la Ferretería González Carranza, un negocio cercano al mercado de Cartago desde hace 30 años. “Cuando la gente espera la pasada del bus, se acuerda de lo que tenía que llevar en ferretería”.



Rodolfo Sáenz (derecha), Gerente de Ventas de Corporación SYS y Alvaro Chaves, del Area de Mercadeo de la empresa.

¿CÓMO CRECER CON UNA OFERTA DE PRODUCTOS PLÁSTICOS?

La industria de soluciones plásticas, solo entre Estados Unidos y México, representó en el 2016, 5.4 millones de toneladas de artículos, un crecimiento de 9.3% anual; se exportaron 2.1 millones de toneladas, mientras que se importaron 4.7 millones.

Sin duda, es una categoría que aumenta su fuerza, por eso no es de extrañar la apuesta de Corporación SYS, manteniendo una oferta diversificada en el mercado ferretero, que además de su tablilla PVC, está llegando con productos en sus áreas de hogar, jardinería, plástico, tradicional como macetas, sillas, mesas, basureros, productos de organización, entre otros.

Rodolfo Sáenz, Gerente de Ventas de la empresa, indicó que todos los años mejoran la oferta de productos, pensando en que el cliente pueda vender más. “El plástico es sumamente versátil, por lo que constantemente lanzamos novedades al mercado. Eso nos ha permitido mantener un crecimiento bastante sostenido”



Estas fueron parte de las líneas de producto que la empresa tuvo para sus compradores.

¿Fortalece a su **COMPETENCIA?**



Cuando una compañía contrata personal, debe tener muy presente: ¿qué fue lo que se contrató? Muchas organizaciones contratan, inmediatamente asignan funciones y al pasar de los días se dan cuenta que la persona responsable no cumplió con las expectativas de la gerencia o lo que es peor, provocó problemas.

¿Qué sucedió?

Pueden existir varias respuestas...

Por José David Ulloa

1) La gerencia tenía expectativas muy altas. En tal caso, si se quiere lo mejor, hay que ser el que paga mejor. Si usted es gerente de ventas de una organización y sabe que hay un vendedor en la competencia generador de cuotas de ventas extraordinarias, es lógico pensar que el paquete de beneficios laborales que se le debe ofrecer tiene que ser mejor que el de la competencia, si lo queremos tener en nuestro equipo, sino se dará la temida fuga del talento hacia la competencia.

Si queremos ser los mejores, tenemos que tener en nuestro equipo a los mejores y para ello, debemos brindar un excelente paquete de beneficios a nuestros trabajadores. Cinismo es pensar en tener a los mejores de la industria, ofreciéndoles lo mismo o menos de lo que ofrece la competencia.

2) Los responsables de la selección de personal contrataron a “una tortuga”. Tenemos que ser muy francos, existen personas que son como piedras preciosas: son responsables, entusiastas, proactivos, trabajan bajo mucha presión, son eficientes y eficaces; pero lamentablemente, existen personas que no dan la talla, no tienen el talento y el empuje necesario para cumplir con todas sus responsabilidades laborales.

No es culpa de “la tortuga” no haber cumplido con lo que se le pidió, es culpa del que contrató a la tortuga y la puso en el puesto. Un empleado tortuga no hará más que fortalecer a la competencia.

3) Al muy competente y entusiasta empleado le han sobrecargado las funciones. Esto sucede a menudo en las pequeñas y medianas empresas. A los mejores empleados se les recargan las funciones ¿por qué? Porque son los más competentes para asumir estos retos. ¿Pero qué consecuencias puede traer esta actitud? Que el empleado competente empiece a colocar currículos y se vaya a trabajar a la competencia, donde seguramente lo van a cuidar más, ya que a nadie le gusta ser explotado.

4) “Toda escoba nueva barre bien”, dice un viejo refrán. A este tipo de empleado yo le llamo “empleado transformer”. Personas que durante las primeras semanas son empleados excepcionales, pero luego hacen su transformación a lo que son realmente (suena terrorífico pero en ocasiones así sucede).

El empleado excepcional se esfuma y de repente, aparece el empleado que ya no es tan proactivo, entusiasta y responsable. Contrariamente, ahora causa problemas entre los compañeros, con los clientes y con todo lo que esté a su paso. Este tipo de personas son muy dañinas para cualquier empresa, el problema se presenta a la hora de identificarlos porque son muy buenos actores al inicio.

Lo escrito anteriormente, tiene un objetivo. Debemos cuidar a nuestras mejores piezas del ajedrez. Recordemos que el activo más valioso de cualquier organización no aparece en los estados financieros: es el Recurso Humano. Esta parte está constituida por la gente (piedras preciosas) que hacen cada vez más grandes a las organizaciones.

Para tener una empresa gigante debemos de contratar empleados gigantes y lo más importante consiste en retenerlos, no permitir que se los lleve la competencia y se hagan ellos más grandes a costa nuestra y en el caso que se nos haya ido un empleado gigante, debemos dedicarnos a realizar una gran inversión de tiempo y dinero para contratar un nuevo elemento que cubra el puesto vacante, y analizar con el pasar de las semanas si contratamos a un nuevo gigante, una tortuga, o un pequeño que crece y tiene el deseo de ser un gigante.

Recuerde que de todos sus errores, la competencia se aprovecha y toma ventaja.

Fuente: www.mercadeo.com

¿Será el cemento, **UN MAL NECESARIO?**

La presión del cemento chino llegó a frenar los aumentos “constantes” del producto, gracias a que, desde su llegada al país, anunció esquemas de bajo precio, hasta un 20% menos que sus competidores.



“En el país, se habla de la inminente llegada de un nuevo competidor en cemento, que incluso fabricaría en sitio y que toda su maquinaria viene en camino. Se trata de una empresa, ya instaurada hace años y que fabrica productos derivados del cemento...”.

Costa Rica.- Las “nebulosas” sobre el cemento se siguen tendiendo sobre el mercado.

Este “commodity” que en este momento presenta tres competidores en el país: Holcim, Cemex y Sinocem han puesto al canal ferretero en vilo, pues la salida de uno, si se diera el caso, de acuerdo con algunos ferreteros consultados, podría arrancar la tendencia de mover el precio al alza.

En el sector se habla y se maneja la versión de que al parecer, las 30 mil toneladas de cemento que JCB -principal distribuidor de Sinocem- importaba desde China, se estarían reduciendo a la mitad, y aunque seguiría siendo una cantidad importante para el mercado, está más que claro que esta sería una muestra de debilidad.

Igualmente, se habla que esta empresa podría estar dejando la distribución del cemento y Sinocem, estaría buscando otro distribuidor para el país... Y que altos personeros de Sinocem China, estarían concertando reuniones en Panamá con el aparente nuevo distribuidor.

Conocedores de las bases de Sinocem, podríamos decir que así las cosas, muy pronto JCB estaría “sacando” sus principales cartas al mercado, ya sea para ratificar lo que se viene hablando entre corrillos, o bien desmentir a toda costa estas versiones.

Al no tener, de momento, una respuesta de JCB, nos vemos en la obligación de contar y relatar estas versiones que empiezan a sustentarse entre todo el mercado.

Pero hay más...

Entre los dimes y diretes, y las acciones sin ejecutar, todo podría ser aprovechado por los otros competidores para aumentar el precio del cemento en cualquier momento. De esto no existe la menor duda. Recordemos, años atrás lo que pasó con el precio cuando Cementos David, se marchó del mercado.

Pero ojo, mucho ojo, porque también en el mismo sector, se habla de la inminente llegada de un nuevo competidor en cemento, que incluso fabricaría en sitio y que toda su maquinaria viene en camino para Costa Rica.

Se habla de que este nuevo oferente sería una empresa mexicana, que desde hace mucho está en el país, que fabrica derivados del cemento y otros productos para la construcción, pero que entraría también con fuerza en el mercado.

Y es que si volteamos al mercado, para revisar los números, el peso total por año, para el cemento es un pastel de no menos de 325 millones de dólares anuales... Una suma nada despreciable para quienes buscan todos los días vender más.

Cuando hicimos la publicación en el facebook de la revista, uno de los comentarios que más llamó la atención fue el de un cibernauta que se hizo llamar solo Luis Guillermo, y en el que indica que “la verdad es bueno. Como lo he mencionado a algunos conocidos...se celebra la apertura del mercado....no así las “artimañas” con las que se pretende entrar...es muy diferente”.

¿Qué dicen los ferreteros sobre la situación?

Y aunque no se trata de una verdad absoluta, pues en un mercado de tan alta competencia, como se daba en aquel famoso “reality show”: Big Brother, las reglas cambian y lo hacen en cualquier momento, lo cierto del caso es que de acuerdo con nuestras investigaciones, el cemento chino empieza a bajar su presencia en los depósitos de materiales.

Por razones obvias, uno de los ferreteros consultados y que no quiso revelar su identidad, manifestó que “hemos empezado a ver menos cemento chino. Hay que esperar un poco por los pedidos. Nos despachan, pero más lento. Lástima porque es un buen producto”.

Para Kit Lee, uno de los Propietarios de Ferremundo en Limón, y quienes en algún momento también han comercializado este bien, sería bueno que todo llegara a un buen fin y que por el bien del mercado se mantuviera firme un tercer competidor.

“Sinocem es un buen cemento. Es una situación difícil para un cemento que está dando la pelea con Holcim y Cemex”, asegura Kit.

El gerente va más allá, al afirmar que aunque el cemento chino demostró su calidad, su posible salida del mercado, si es que llega a darse, no debería impactar en el usuario final, en términos de tener producto en stock, porque cuenta con dos opciones más.

Afirma que a nivel de precio, el cemento chino arrancó con un precio muy competitivo, pero poco a poco se ha ido acercando al precio de sus competidores. “El inventario es limitado y esto es una desventaja”.

Kit dice que Holcim y Cemex siempre “gobiernan” el precio del cemento y sus fluctuaciones, pero este tercero ha frenado un poco esos ímpetus, pues les ha metido competencia.

Una salida del tercer competidor, “provocaría que se diera nuevamente un oligopolio”.

Añade que el cemento “no deja muchas ganancias, pero es un “mal” necesario”.

Oscar Madrigal, Gerente General de Ferretería Romara, en Santa Ana, lamentó la situación de mercado que se está viviendo.

“Indudablemente, a nadie le conviene un aumento en el precio, porque esto aleja a los compradores, y rezaga las obras”, dice Madrigal.

Además dice que desde todo punto de vista, la competencia siempre es buena y necesaria porque cada empresa busca ser mejor, “y eso beneficia a todo el sector”.

Para Óscar todo tiene que llegar a buen término, por lo que espera que las nebulosas se dispersen y el cemento siga su camino de la mano de los competidores.

Para Carlos Jenkins, Comprador de Ferretería JR Vargas, en Atenas, “tener un tercero en discordia atenta contra el precio, y por ende un aumento no le conviene a nadie”.

Jenkins dice que “por mucho tiempo las cementeras nos han tenido bajo el zapato, por lo que no convendría que un tercero se vaya del mercado. Cuanto más alternativas exista, menos probabilidades de que el precio se dispare”, asegura.

Y como dicen por ahí, con tanta nebulosa sobre el mercado, es mejor alistar el paraguas porque puede seguir lloviendo sobre el cemento... Ah, “y para verdades, el tiempo”.

Sinocem llegó al mercado del cemento a imprimir mayor competencia. Su presencia “retuvo” el aumento vertiginoso de los precios.

En herramientas eléctricas, **EL MERCADO IMPLORA POR ASESORÍA**

Como el mercado y la tecnología evolucionan constantemente, muchas herramientas eléctricas tienen más de una función. Sin embargo, no necesariamente los ferreteros conocen “al dedillo” cuáles son esas funciones... y eso les afecta las ventas finales.

Esmeriladoras, sierras circulares, taladros, cepillos... el mercado ofrece herramientas eléctricas para todos los trabajos y casi que complace hasta todos los gustos, y los clientes pueden elegir entre las categorías profesional, industrial y doméstica.

Pero... ¿saben los ferreteros cuáles son las más vendidas? ¿Qué buscan los clientes? ¿Qué se necesita a nivel de capacitaciones? ¿Cuántas marcas y para qué sectores se recomienda tener? ¿Cuál es la marca líder del mercado?

Consultamos a cinco ferreteros de distintas partes del país –Cartago, Aguas Zarcas, Limón, San Mateo y Guadalupe– su opinión sobre estos temas, y en realidad, sus respuestas fueron bastante similares... con lo que podemos afirmar que definitivamente el sector en general está pidiendo más capacitación a los proveedores.

¡Las más vendidas!

Ante la consulta de cuáles son las marcas de herramienta eléctrica más vendidas, nos respondieron:

- Ferretería Industrial La Florida: Metabo, DeWalt y Makita.
- Ferretería Alfaro y Murillo: Truper, Total y Greenlee.
- Ferretería Viales: Stanley, DeWalt y Makita.
- Ferretería San Isidro: DeWalt, Neo y Gladiator.
- Depósito y Ferretería Jiménez: DeWalt, Neo y Gladiator.

Herramientas de más salida

Al consultar por los tipos de herramienta con más salida, de las cinco ferreterías, cuatro afirmaron que las esmeriladoras, mientras que tres mencionaron también a los taladros.

¿Qué busca el cliente?

Este aspecto siempre es importante tomarlo en cuenta, pero muchas veces depende de la zona en la que se ubique



la ferretería. Nuestros entrevistados opinaron lo siguiente:

- **Carlos Ruiz**, Gerente General de Ferretería Industrial La Florida, afirma que sus clientes buscan principalmente herramientas con garantía.
- Por su parte, **Enrique Alfaro**, Administrador de Ferretería Alfaro y Murillo, comenta que se busca, sobre todo, precio y garantía; quieren que sea: bueno, bonito y barato.
- **Henry Viales**, Administrador de Ferretería Viales, concuerda con Alfaro y asegura que la gente busca que la herramienta sea buena, bonita y barata; pero que básicamente se fijan en calidad y precio.
- **Juan Pablo Campos**, Administrador de Ferretería San Isidro dice que en su caso, algunos clientes buscan garantía y otros se van por la marca. “Siempre hay un regateo con respecto al precio, pero la gente valora más una buena marca, aunque le cueste un poco más”.
- Por su parte, **Ronny Jiménez**, Gerente de Depósito y Ferretería Jiménez afirma que es caprichoso, pero que se fijan en los precios, principalmente.

Y las capacitaciones, ¿qué tal...?

En este punto salieron a relucir las insatisfacciones... ¿qué dicen los ferreteros?

- **Ferretería Industrial La Florida**: “Me parece que las capacitaciones son las suficientes”.
- **Ferretería Alfaro y Murillo**: “son malísimas, deberían dar las capacitaciones como debe ser, ahondar más en las partes técnicas del producto”.
- **Ferretería Viales**: “definitivamente deberían incrementarse más. Primero, les pediría que sean más seguidas, porque las hacen muy esporádicamente, y que nos brinden más información sobre las aplicaciones de las máquinas. Por ejemplo, que la esmeriladora se utiliza con tal disco o con tal otro... o sea, la parte técnica, de aplicación del producto”. “Porque si bien es cierto, la esmeriladora que es lo que más se mueve, también hay taladros, caladoras, sierras circulares... y además, hay herramientas que tienen más de una función y nosotros necesitamos tener todo eso claro”.
- **Ferretería San Isidro**: “no son suficientes, deberían incrementarlas más. Siento que, aunque sea un taladro, no significa que solo sirva para hacer un hueco; porque de un modelo a otro pueden haber ciertas especificaciones, o tal vez una herramienta no tiene tanta capacidad para hacer lo que hace otra con más potencia, o tenía esa otra función que la otra no. “Me ha pasado que voy a vender un taladro a alguien y la sorpresa es que no sabía qué hacía esto o lo otro. Igual con la esmeriladora, usted

las ve todas iguales, pero resulta que hay unas que están diseñadas para concreto y si usted no lo sabe, o no se lo explicaron, lo vende sin saber”.

- **Depósito y Ferretería Jiménez**: Deberían incrementarlas más.

Recomendaciones

Para finalizar, les preguntamos cuántas marcas debe manejar una ferretería y si deben abarcar los sectores profesional, industrial y doméstico.

- **Carlos Ruiz** recomienda tener tres marcas y abarcar los segmentos industrial, automotriz y liviano.
- **Enrique Alfaro** asegura que ellos trabajan para dos segmentos, casero e industrial.
- **Henry Viales** afirma que en su ferretería se manejan seis marcas, para así ofrecerle más variedad a los clientes. “Nosotros contamos con la línea profesional de herramienta, que abarca al sector industrial y también la usan en el sector doméstico”.
- Por su parte, **Juan Pablo Campos** explica que el proveedor de las marcas que ellos utilizan es uno solo; y que trabajan tanto la línea profesional, como un término medio y para hobby. “Complementamos con dos marcas más que están en el rango profesional y de hogar, como es el caso de Bosch y Skil”.
- **Ronny Jiménez** comenta que ellos ofrecen tres marcas.

¿Marca líder?

Le preguntamos a los 5 ferreteros, según su opinión, cuál es la marca líder del mercado en herramienta eléctrica, sin importar si la venden o no... y por unanimidad, todos respondieron: DeWalt.

Vega marca importación en HERRAMIENTAS ELÉCTRICAS

Importaciones Vega llega al territorio ferretero, en la categoría de herramientas eléctricas, con 4 marcas: DeWalt, Neo, Gladiator y Work Tools. Por Importaciones Vega

Para Rafael Vargas, Gerente General de Importaciones Vega, dice que cada vez es mayor la exigencia de los clientes, por eso hay que tener inventario para todos los niveles y diferentes profesionales.

- ¿Qué niveles y segmentos de mercado, cubre Vega con estas marcas?

- Al ser uno de los mayores importadores, y así lo demuestran los números y el trabajo que hemos desplegado en el mercado, tenemos herramientas para todos los segmentos: súper industrial, industrial, profesional, y de uso doméstico, "hobbie" o para los amantes del "do it your self".

- ¿De todas las marcas que representa Vega, en esta categoría, cuál es la recomendación sobre cuántas debería manejar el ferretero?

- En realidad, dada la exigencia y el crecimiento del mercado, debería tener herramientas para todos los nichos de mercado. Con DeWalt, se asegura satisfacer a un consumidor que busca una herramienta "heavy duty" y que se enamora de las marcas. Con Neo tiene una herramienta para el cliente industrial que llega todos los

días en busca de productos, pero que no puede acceder a una herramienta que cobra por su prestigio y su marca.

Con Neo Next, también puede abastecer al súper industrial, pero que no puede pagar por marcas.

"Y con Gladiator Pro tiene una herramienta para el tallerista, "hobista" exigente y que es un nicho de mercado que a nivel mundial viene creciendo muchísimo y que en el último año representó hasta un 30%. Finalmente, con Work Tools satisface las necesidades del usuario más casero, que gusta hacer los trabajos de su casa.

- ¿Qué beneficios obtiene el ferretero con cada una?

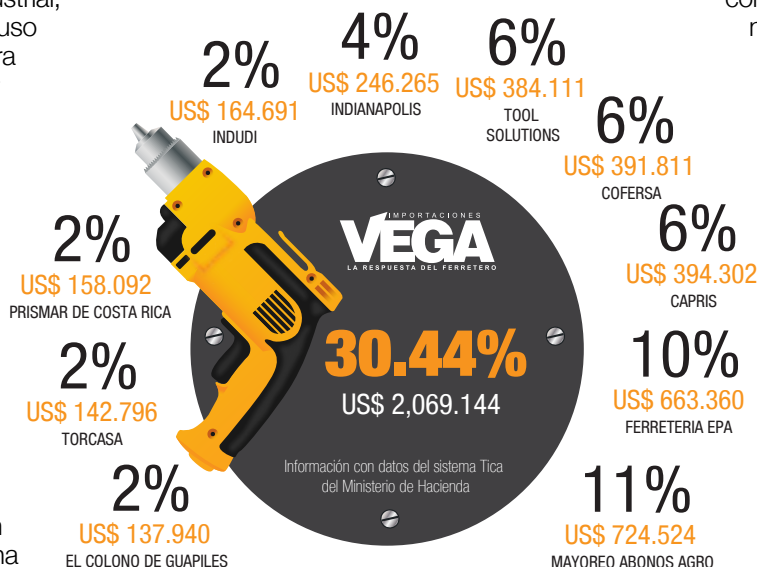
- Cuenta todo el surtido para atender al 100% de los clientes de todos los nichos que llegan a las ferreterías. Además, al tener un solo proveedor todo se hace con más eficiencia, una sola facturación y un solo asesor para las 4 marcas.

"En términos de garantía, DeWalt otorga 3 años, Neo 1 año, y 6 meses para las otras marcas".

Distribuye: Importaciones Vega.

Tel.: (506) 2494-4600

IMPORTACIÓN DE TALADROS 2016



IMPORTACIÓN DE ESMERILADORAS 2016



Información con datos del sistema Tica del Ministerio de Hacienda

FERRETERIA EPA	\$1,066,292.00	13.25%
MAYOREO ABONOS AGRO	\$690.355	8.58%
COFERSA	\$673.871	8.37%
TOOL SOLUTIONS	\$653.668	8.12%
CAPRIS	\$468.776	5.82%
INDUDI	\$238.130	2.96%
SUPERBA	\$179.709	2.23%

Nos *apasionan* las herramientas.

Por eso ofrecemos soluciones para cada necesidad.



Nos encanta complementar **calidad** con **respaldo**.

VEGA

www.importacionesvega.com | 2494-96000
facebook.com/importacionesvega

¡"IRWINIZACIÓN" TOMA FUERZA!

La historia de Transfesa con la marca Irwin se remonta a hace 25 años, cuando era American Tools, por ello es inevitable que cuando se dice Irwin se piense en Transfesa.

Por Transfesa



Transfesa fue pionera en el mercado ferretero, al introducir las marcas que en ese momento existían por cada categoría de producto. Años después, American Tools decidió unificarlas todas, bajo la marca Irwin, para que el consumidor final pudiera identificar fácilmente los accesorios de calidad para herramientas eléctricas y manuales que ellos fabrican, y dar a conocer la variedad amplia de categorías de productos que ofrecen.

Como parte de la estrategia de "IRWINIZACIÓN" que deseaba la marca, Transfesa se dio a la tarea de llevar los productos a todos los rincones del país, con promotores que realizaban demostraciones en sitio del desempeño de los accesorios y herramientas Irwin, permitiendo que los clientes de las ferreterías pudieran constatar la calidad y confiar sus proyectos a la marca.

Gracias a esta estrategia, las ferreterías pudieron manejar una variedad amplia de categorías de Irwin, para satisfacer las necesidades de sus clientes de productos de calidad y desempeño excepcional.

Alto rendimiento

Irwin fabrica y distribuye a través de Transfesa una vasta gama de accesorios para herramientas eléctricas y herramientas manuales de calidad profesional a nivel nacional, para el uso de profesionales que requieren durabilidad y rendimiento superior en su trabajo.

Transfesa como distribuidor autorizado de Irwin Herramientas cuenta con las categorías preferidas por los usuarios, tales como los alicates de

presión VISE-GRIP®, los discos MARATHON® para sierras circulares, las prensas QUICK-GRIP®, las brocas SPEEDBOR® para madera, además de la amplia variedad en brocas HSS, Titanio y Cobalto, las herramientas de marcar STRAIT-LINE®, las brocas escalonadas UNIBIT®, y los machuelos y dados HANSON®. La obsesión de IRWIN por el usuario final, junto con el desarrollo de productos de clase mundial y mediante la incorporación de la retroalimentación de los usuarios finales, junto con ingeniería avanzada, los ha llevado a lanzar productos innovadores que siguen satisfaciendo y excediendo los estándares de la industria.

De la mano de Transfesa, Irwin ha encontrado un lugar en el mercado, avanzando cada día en la conquista de clientes y compradores, que prefieren la marca, versus los productos de otros competidores.

Precisamente, el inventario tanto de herramienta manual y accesorios complementarios para herramienta eléctrica, hace que el ferretero cuente con un inventario completo de surtido amplio, y que redunde en la atracción de un mayor número de compradores de todos los segmentos.

Transfesa lleva todos los productos Irwin, a todos los rincones del país, con promotores que realizan demostraciones en sitio, exhibiendo el desempeño de los accesorios y herramientas Irwin, y permitiendo que los clientes de las ferreterías puedan constatar la calidad y confiar sus proyectos a la marca".

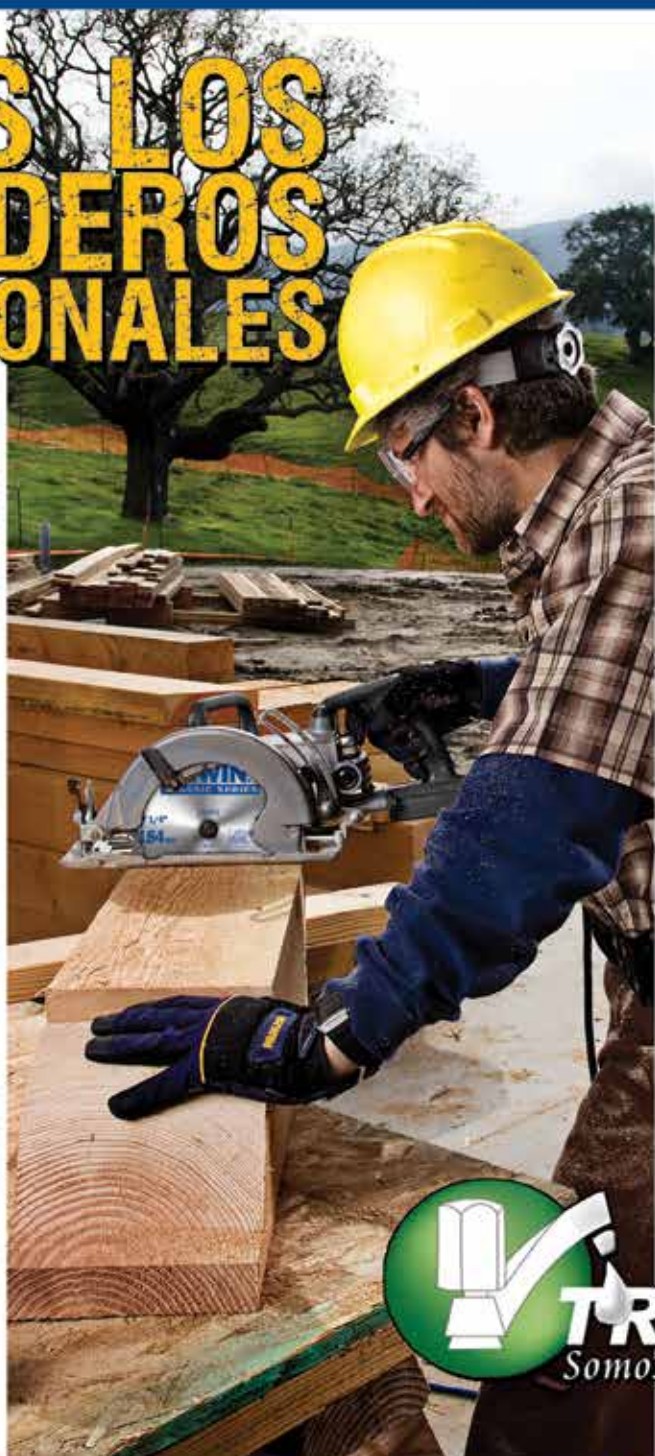
**Distribuidor autorizado: Transfesa:
Tel.: (506) 2210-8999**

IRWIN[®]

TOOLS

A OTRO NIVEL

SOMOS LOS
VERDADEROS
PROFESIONALES



TRANSFESA

Somos los mejores en servicio

Teléfono 2210-8989

www.irwin.com

Más de 3 décadas DE LEGADO

Toolcraft es una de las marcas de herramientas y productos ferreteros que experimenta un alto crecimiento y dinamismo en los últimos años; con operaciones en México, Centroamérica, Sudamérica y el Caribe construyendo su experiencia y legado por más de 35 años.

Por ToolCraft

Actualmente, sus marcas se distribuyen y comercializan tanto en canal moderno, tradicional e industrial, teniendo presencia en más de 25 países. Toolcraft es el resultado de la suma de esfuerzos y visión de un equipo de profesionales, de la innovación tecnológica expresada en nuestros productos y del constante impulso por servir a nuestros clientes en sus labores cotidianas.

Cultura de trabajo y pasión por el servicio son los valores que guían nuestro equipo humano.

Solución integral

Dentro de las familias de Toolcraft, contamos con la línea de herramientas eléctricas profesionales bajo normativa NOM, bombas centrífugas, motosierras, generadores, compresores de aire, esmeriladoras, sierras caladoras, lijadoras, rotomartillos, hidrolavadoras, taladros y mucho más. Su calidad y servicio cumplen y exceden las exigencias de todo profesional. Además contamos con la marca Fulgore, con soluciones integrales en productos eléctricos e iluminación para hogar y negocio bajo normativa NOM, que se ha ido ganando cada día terreno como una propuesta confiable y a buen precio para nuestros consumidores gracias a su variedad de catálogo.

Hoy, la presencia de nuestras marcas ha ido creciendo, gracias a la innovación constante y a la búsqueda de satisfacer las necesidades del mercado latinoamericano, con una actualización de catálogo atinada, y los procesos de mejora continua a los que aplicamos nuestra oferta de servicios y productos.

En Costa Rica, por ejemplo, se hace sumamente difícil, dadas las exigencias del mercado, que una marca pueda posicionarse sino cumple con al menos, un desempeño aceptable, y sin embargo Toolcraft ha sabido encontrar un lugar tanto en los anaqueles ferreteros como en los profesionales que han dado acogida a la marca.

Como se indica, el factor innovación en una herramienta eléctrica es fundamental, por eso Toolcraft se esfuerza por sorprender al mercado, por lo que antes de la finalización de este periodo, podrían lanzarse productos aún más novedosos.



Toolcraft también cuenta con la marca Fulgore, con soluciones en productos eléctricos para hogar y negocio, y se mantiene en innovación constante para todos sus productos.

Re Re también es herramienta **ELÉCTRICA CON AKSI**

A Importaciones Re Re le va bien de la mano de Aksi, pues no solo es un proveedor integral y diversificado, sino que da una fuerte “pelea” en el área de herramienta eléctrica.

Por Importaciones Re Re

¿Cuáles son los valores más importantes de cara al mercado, que presentan las herramientas eléctricas Aksi?

- Aksi es una empresa dedicada al desarrollo de herramientas y productos de iluminación con altos estándares de calidad a nivel mundial, para ello contamos con tres valores fundamentales: transparencia, trabajo duro y calidad

- ¿Posee herramientas de todas las gamas y modelos variados, o solo algunas de las más importantes. De cuáles estamos hablando?

- Las herramientas Aksi se comercializan en dos gamas, semi-profesional y profesional, dentro de los cuales existen modelos para trabajo liviano y trabajo pesado, y podemos encontrar taladros, rotomartillos, esmeriladoras, lijadoras de banda, lijadoras orbitales (vibración), sierras caladoras, sierras circulares, motosierras, cortadoras para zacate eléctricas y a gasolina, hidrolavadoras eléctricas y a gasolina, bombas para agua sumergibles, multi herramientas de vibración, mototool y herramientas manuales.

En roles

- ¿Cuentan con esquema de refacciones y taller de servicio?

- Aksi cuenta con taller de servicio y refacciones.

- ¿En qué gana Aksi en esta categoría con respecto a otras marcas?

- Calidad, respaldo y precio competitivo.

- ¿Técnicamente, por qué se caracterizan las herramientas eléctricas de Aksi?

- Por tener buen rendimiento debido a que los ejes rotativos son montados en roles, además están revestidas en su totalidad con materiales aislantes de calor y electricidad, con el fin de proteger al usuario.

- ¿Por qué el ferretero debería tener a Aksi como una marca más en su inventario?

- La marca Aksi cuenta con un surtido de herramientas eléctricas y manuales, permitiendo así proveer herramientas de calidad a los profesionales en cada tipo de labor.



“Ejes rotativos montados en roles y revestidas en materiales plásticos aislantes del calor y electricidad para proteger al usuario”, elementos diferenciadores de esta marca.



Sierra Caladora
570 W

Lijadora Orbital
300 W

Unidos mayoreo, un mayorista **CONFIABLE**

Unidos Mayoreo de la mano de su marca Truper, también incorpora un “arsenal” completo en la categoría de herramientas eléctricas, siempre en la búsqueda de crecer al lado de sus clientes.

Por Unidos Mayoreo

Unidos Mayoreo nació en el 2005. Desde su inicio, tuvo la visión de proporcionar productos que incorporen calidad al mercado, y convertirse en un aliado para sus clientes, basado en la propuesta de negocios ganadores.

Poco a poco, y de acuerdo con su avance en la participación de mercado, adquirió liderazgo y un espacio en los negocios ferreteros del país.

Pero no siempre fue así, porque en sus inicios, la empresa fue tan solo un pequeño espacio ubicado en el centro de San José, pero siempre con el objetivo de brindar a los clientes un servicio diferenciado y eficiente a sus clientes.

Así, poco a poco fue ampliando su espacio físico y cartera de productos, siendo Truper una de sus marcas, actualmente, más reconocidas a nivel nacional e internacional.

En la empresa indican que adquirir un determinado producto en Unidos Mayoreo siempre tiene sus beneficios.

“Somos una empresa con una trayectoria de más de 12 años de experiencia en el mercado, brindando soluciones a todos nuestros clientes ferreteros” comenta Erick Berrios, Gerente General.

Expansión firme

La empresa se ha expandido dentro del mercado ferretero a tal punto que actualmente cuenta con un departamento de Telemercadeo, que está siempre disponible para atender, bajo el horario de lunes a viernes de 7:00 am a 5:00 pm y los sábados de 7:00 am a 12:00 md.

Unidos Mayoreo, además pone a disposición una flotilla amplia de transporte, que recorre el país de frontera a frontera, con el fin de acercarse más a sus clientes y brindarles un servicio más inmediato y expedito en el momento que lo requieran.

Respaldo y servicio

Unidos Mayoreo está comprometido en honrar la garantía sobre los productos Truper, por ello cuenta con su propio centro de servicio autorizado y certificado, lo que garantiza un trabajo en tiempo récord y bajo los mismos estándares de calidad de la marca.

También, dispone de una amplia red de asesores que realizan continuas visitas técnicas en todo el país.

Además, Berrios señala que la calidad de los productos Truper es uno de los activos más importantes que ofrece la marca y por ende, una opción diferenciada y vanguardista en precio, calidad y rentabilidad para el ferretero.

“Truper cuenta con un Centro de Calidad de Avanzada, considerado el laboratorio de evaluación de herramientas más moderno e importante de América Latina, lo que nos da una gran tranquilidad en el momento de ofrecer el producto”, asegura Berrios.

Variedad

Y en el área de herramienta eléctrica, la empresa cuenta con un portafolio

amplio. Con Truper, actualmente, se manejan más 65 productos, como: taladros, rotomartillos, esmeriladoras angulares y de banco, caladoras, sierras circulares, sierras mesas, lijadoras, cepilladoras, tronadoras, ingleteadoras, máquinas para soldar, pulidoras, mototool, router, entre muchos más.

Trabajar con la marca Truper ha permitido a Unidos Mayoreo ofrecer a sus clientes una amplia gama de productos según sea su necesidad. Estos productos se pueden segmentar dentro de las siguientes áreas:

- Industrial
- Profesional
- Casera

La compañía también ofrece todo tipo de productos vitales para la operación de toda ferretería, tales como: herramienta eléctrica, herramienta manual, cerrajería, jardinería y riego, seguridad industrial, grifería y fregaderos, artefactos eléctricos, entre otros.



Unidos Mayoreo, cuenta con Departamento de Telemercadeo, para ayudar a los clientes con todas las consultas sobre sus marcas.

**Calidad, Respaldo
y Garantía en una
sola marca...**



UNIDOS

Mayoreo
En ferretería ... todo

Distribuidor Mayorista

TEL.: 4100-8800

ventasmayoreo@unidosxm.com

Kraft se alía con **IMPAFESA**

Ahora la empresa distribuirá las brocas alemanas negra, de cobalto y para concreto.

Por Kraft Bohrer

- ¿En qué consiste la oferta que tienen para el mercado costarricense por medio de Impafesa?

Kraft Bohrer es especialista en herramientas de corte. En estos momentos, nuestros productos disponibles para Costa Rica son la broca negra, broca de cobalto y broca para concreto. Sin embargo, no descartamos ofertar una mayor variedad en el futuro.

- ¿Qué diferencia las brocas de otras de la competencia y que desde hace tiempo ya están en el mercado?

- Al ser relativamente nuevos en Costa Rica es posible tener algunas dificultades al principio ya que hay muchas marcas con una larga trayectoria. Sin embargo, contamos con un factor a nuestro favor que creemos nos posicionará rápido en el mercado y es la alta calidad de nuestras brocas. Todos nuestros productos se fabrican bajo la norma alemana DIN y cumplen estrictos controles de calidad.

- ¿Qué tipos de brocas y para qué aplicaciones están introduciendo al mercado ferretero?

- Actualmente, en el mercado costarricense estamos introduciendo la broca negra, de cobalto y para concreto. La broca negra es para uso general. Se usa principalmente para perforar metales suaves, madera y plástico. Se recomienda no usar en materiales muy duros. Están fabricadas bajo la norma DIN338, son de acero rápido HSS. La broca de cobalto es una broca más resistente y duradera. Es usada para perforar metales duros como acero inoxidable. Las puntas de 135° evitan el derrape gracias al centrado automático (no resbalan). Están fabricadas bajo la norma DIN338, el material es acero rápido HSS con 5% de cobalto. Por último, las brocas para concreto que se caracterizan por su firmeza. Son rápidas y fuertes. Taladran todo tipo de materiales de construcción como yeso, ladrillo, piedra... Fabricadas bajo la norma DIN8039/ISO5468.

- En nuestro país, los productos de tecnología alemana siempre han tenido mucho potencial, ¿será este un valor para competir con fuerza? ¿Técnicamente, cuáles son los valores que potencian estos productos?

Por supuesto, como marca alemana nuestra prioridad es la calidad de nuestras brocas. Todas están fabricadas con tecnología 100% alemana, cuidando especialmente los controles de calidad que realizamos a todos nuestros productos y que la calidad de los materiales se adecuen a las exigencias de nuestros clientes. Todas las brocas son fabricadas bajo la norma alemana DIN.

- ¿Cuál es la historia de Kraft? ¿Es la primer experiencia en el país?

Kraft Bohrer es la marca alemana de brocas para profesionales. Nació como marca propia de la empresa Louis Delius. Fundada en la ciudad de Bremen, Alemania. Para Kraft Bohrer esta es la primera experiencia en Costa Rica, sin embargo Louis Delius lleva más de 50 años en Costa Rica. Nuestra empresa cuenta con una larga trayectoria en el sector ferretero en Latinoamérica. Más de 100 años en el mercado ferretero avalan nuestro profesionalismo y nuestro saber hacer en el sector.

Importador exclusivo en Costa Rica



Importaciones El Amigo Ferretero S.A.
Teléfono (506)4100-4500 Fax:4100-4546

LA MARCA ALEMANA

**Expertos en brocas y herramientas de corte
para todo tipo de materiales.
siempre de la mejor calidad.
Tecnología 100% alemana.**

De venta en las mejores ferreterías y almacenes.



Síguenos en:



@kraftbohrer



@kraftbohrer



@kraft_bohrer





Aksi motoguada eléctrica 500 W.

Empuñadora ergonómica para mayor comodidad. Con pocas vibraciones para trabajar sin fatiga. Eje superior ajustable a la altura del usuario. Gancho traba para cable para evitar la desconexión eléctrica no deseada.



Aksi sierra caladora 570 W.

Ajuste de base para cortes en ángulos de 0°, 15°, 30° y 45° hacia ambos lados. Incluye función de soplador que brinda mejor visibilidad. Botón de encendido continuo.



Aksi hidrolavadora eléctrica.

Ruedas para su fácil traslado. Motor cuenta con interruptor térmico para protegerlo por sobrecalentamiento y alargar su vida útil. Seguro de gatillo. Conexiones rápidas en manguera y práctica pistola.

Distribuye:
Importaciones Re Re
Tel.: (506) 2240-2010



Taladro Total

1/2 C/Percusión 1050wind Utg111135



Esmeriladora angular Total

4 1/2" 950w Utg1091156



Tronzadora Total

14" 2350w Uts9203556

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



Metabo w 9-125 **Quick esmeriladora angular**

Diámetro de disco: 125 mm (4-1/2" & 5"). Potencia absorbida: 900 W. Potencia suministrada: 550 W. Revoluciones marcha en vacío: 10500 rpm. Torque: 2.5 Nm. Alimentación: 110 V / 60 Hz / 1F. Revoluciones bajo carga nominal: 7500 rpm. Rosca de husillo: 5/8" (15.87 mm). Potencia absorbida: 900 W.



Dremel. **Juego Mototool con 10 accesorios**

Potencia: 130 W. Tensión: 110 V. Peso: 0.55 g. Velocidad: 5000 a 32000 rpm. Aplicaciones: corta todo tipo de material, graba en materiales duros, lija de acuerdo con su necesidad, fresa molduras y hace bordes, hace pulido en superficies, esmerila y elimina pinturas, afila con rapidez y facilidad. Materiales a trabajar: vidrio, yeso, fibra de vidrio, drywall, madera, azulejo, metal, porcelanato, concreto, cerámica.



Dremel.

Grabador de metales eléctrico 110v 2amp 7200 Pulsos/Min.

Distribuye: Capris
Tel.: (506) 8000-Capris (227-747)



Makita GA4530

Esmeriladora angular 4-1/2" (115mm) 720w 11000 rpm



Makita Hp1630x

Taladro percutor Chuck 1/2" Cap.5/8" 710w 3200 rpm



Makita Mt M8103g

Taladro percutor Espiga 1/2" (13mm) 430w 2800rpm (Old Mhp132)

Distribuye: Tools Solutions Tel: (506) 2291- 5929 y
Megalíneas Tel: (506) 2240- 0580.



Desbrozadora.

Gasolina. 33 cc, maneral tipo bici. Potencia de 1.2 HP. Alta resistencia y funcionalidad. Recomendable para trabajo duro y para limpiar áreas hasta de 500 metros.

Esmeriladora angular 9" Profesional.

Duración y fuerza en cualquier tipo de trabajo. Potencia 2400W. Maneral lateral. 3 posiciones. Rotación 180 grados.



Sierra circular 7 1/4" Profesional.

Potencia: 1450W, capacidad de corte: 90 grados: 63 mm; A 45 grados: 43mm, cuchilla de 7 1/4" con 24 dientes.

Distribuye: Imacasa
Tel.: (506) 2293-2780

IMACASA



MAS QUE HERRAMIENTAS AGRICOLAS

SIGUENOS EN:   

www.imacasa.com



Lijadora de vibración

1/4" 200W 30 lijas y mas-carillas Skil: único modelo básico con balance dinámico y base de goma.



Esmeriladora

de 4 1/2" GWS 7-115 - 720W + bolso para transporte. Más delgada y ergonómica, motor liviano recubierto de epóxico.



Compresor 1HP 8GAL.

Libre de aceite 120V Campbell. Bajos decibeles de ruido, 0 mantenimiento.



Kit taladro percutor

1/2 (13MM) 1010W Blue Einhell. Más watts, mayor potencia y calidad a bajo costo con juego



Sierra inglete de 12".

120V 60Hz. Brazo telescópico de hasta 12" de corte a 90 grados. Biselado 45 grados (izquierda y derecha). Base a 45 grados izquierda y derecha. Capacidad de corte a 90 grados: 3 1/4" X 11 5/8". Capacidad de corte a 45 grados: 1 3/4" X 11 5/8". Para madera. 4,500 rpm.



Sierra mesa portátil 10".

110V / 220V 60Hz. Capacidad de corte a 90 grados: 80mm. Capacidad de corte a 45 grados: 52mm. Tamaño de mesa con extensiones: 27" X 40". Tamaño de mesa sin extensiones: 27" X 20". Escala para corte de ingletes. Cortes rectos. Superficie de apoyo amplia. 3,400 rpm.



Taladro de pedestal 13".

Broquero de 5/8". 12 velocidades. Tamaño de mesa 10" X 10". Potencia: 375W / 1/2" Hp. 250 - 3,100 rpm.

Distribuye: Cofersa
Tel.: (506) 2205-2571

Distribuye: Megalíneas
Tel.: (506) 2240-0580



Rotomartillo industrial.

Truper, 1200W, con velocidad variable y reversible, varilla de control de profundidad, mango ergonómico antiderrapante.



Sierra caladora profesional

Truper, 710W, velocidad variable, con luz led para iluminar el área de trabajo y láser auxiliar para guía de corte.



Esmeriladora angular

de 4 1/2" Truper, 680W.

Distribuye: Unidos Mayoreo
Tel.: (506) 4100-8800



Esmeriladora DC-G414T1:

Potente, versátil y duradera. Motor sin carbones y su batería de la línea FlexVolt, adaptable a cualquier herramienta y voltaje, permitiéndole optimizar el rendimiento en las aplicaciones más exigentes..



Taladro Touch TPTB 1213/20:

taladro con tecnología táctil. Cuenta con motor de 20 voltios y tecnología brushless para optimizar la vida de la batería, mejorar el poder del taladro y aumentar su vida útil.



Taladro inalámbrico TP 813:

taladro percutor inalámbrico. Batería litio-ion de 18V con carga rápida e inteligente, control de torque, velocidad variable y ergonomía.



Taladro de banco DP13:

250 watts de potencia, capacidad máxima de mandril y perforado de 1/2", 5 velocidades para mayor precisión y optimización de trabajos.

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



Disco Stanley Diamantado Turbo.

Avanzado sistema de banda diamantada. Fabricados con diamante industria. Larga duración. Óptimo desempeño en el corte. Rápida remoción de material. Proporcionan buen acabado



Orilladora, podadora 3 en 1 Black & Decker:

cortar, podar, bordear. Se convierte fácilmente de podadora a bordeadora. Guía de borde con rueda. Mango ajustable. Accionamiento por engranajes, brinda potencia constante en la mayoría de los tipos de césped. Longitud ajustable. Plataforma de altura ajustable 40mm / 60mm (1,6" / 2,4").



Taladro inalámbrico percutor batería litio Stanley.

22 Posiciones de torque para atornillado preciso en las diferentes aplicaciones. Transmisión de 2 velocidades. Control óptimo de la herramienta. Incluye Luz LED. Mejor visibilidad en áreas oscuras.

Distribuye: Indudi
Tel (506) 2239-9477



Sopladora de batería Stihl

Modelo: Sopladora BGA 56. La tecnología de Stihl ahora con batería. Potente, ligera y silenciosa, limpia las hojas caídas y los restos que quedan en el jardín. Disponible en Farmagro (info@farmagro.co.cr) y agencias Stihl autorizadas. El equipo incluye 1 batería y el cargador.



Motosierra de batería Stihl

Modelo: Motosierra MSA 120-CBQ

La tecnología de Stihl ahora con batería. Alto rendimiento en el corte: leña, mantenimientos de zonas verdes, horticultura y cortar espacios. Disponible en Farmagro (info@farmagro.co.cr) y agencias Stihl autorizadas. El equipo incluye 1 batería y el cargador.



Motoguadaña de batería Stihl

Modelo: Motoguadaña FSA 56. La tecnología de Stihl ahora con batería. Alta potencia y precisión. Ligera compacta y libre de mantenimiento. Disponible en Farmagro (info@farmagro.co.cr) y agencias Stihl autorizadas. El equipo incluye 1 batería y el cargador.

Distribuye: Farmagro
Tel.: (506) 2547-9797



Disco diamante.
continuo 4 ½ X 7/8



Broca HSS
6.3mm ¼



Punta de taladro torsión.

Distribuye: Transfesa • Tel.: (506) 2210- 8999

Empresa	Contacto	Cargo	Teléfono	email
Audio Accesorios CR	Federico Naranjo	Gerente General	2251-9156	gerencia@audioaccesorioscostarica.com
Eagle Centroamérica	Central de Ventas		2261-1515	info@eaglecentroamericana.com
El Eléctrico Ferretero	Mario Leiva	Gerente de Ventas	2259 01 01	mleiva@electricoferretero.com
Ferreterías Marrol, S.A	Rodolfo Alvarado	Gerente General	2453-0025	ralvarado@marroll.com
Ferreterías Marrol, S.A	Esteban Castillo	Gerente	2453-0025	info@marroll.com
Fimarca de CR, S.A	Servicio al Cliente		2451-7711	fimarcaventa@gmail.com
Forestales Latinoamericanos	Rocío Jiménez Somoza	Gerente Comercial	2271-3636	rjimenez@forestaleslatinoamericanos.com
Imacasa de Costa Rica, S.A	Mario Monterroza	Gerente General	2293-2780	mmonterroza@imacasa.com
Importaciones ReRe, S.A	Melania Zúñiga	Mercadeo	2240-2010	mzuniga@grupore.com
Importaciones Vega, S.A	Rafael Vargas	Gerente General	2494-4600	impovega@racsa.co.cr
Louis Delius GmbH & Co. KG (Kraft)	Ronny Torrentes	Gerente General	4100-4500	rimpafesa@ice.co.cr
Spectrum Brands Costa Rica	Gerardo Montoya Cedeño	Gerente de Ventas	2272 2242 ext 130	gerardo.montoya@la.spectrumbrands.com
Sur Química	Eladio Gamboa	Gerente de Ventas	2211-3741	e.gamboa.s@gruposur.com
Transacciones Ferreteras, S.A (Transfesa)	Central de Ventas		2210-8906	ventas@transfesa.com
Unidos Mayoreo, S.A	Geovanny Romero	Gerente de Ventas	4100-8800	gromero@unidosxm.com
Vertice Diseños, S.A.	Eitan Rosenstock	Gerente General	2256-6070	info@verticecr.com

Un “indio” que se las **SABE EN FERRETERÍA**

En Ferretería El Cacique, allá, muy al oeste de Cartago, hay un ferretero que muy a su estilo “indio”, como él dice, le llega al corazón de los clientes. Y es que en este negocio, si vender no es fácil, cualquier estrategia diferente es válida.



“El Indio” se hace acompañar de dos colaboradores. Dice que en la zona es válida cualquier estrategia para atraer compradores. “Aquí hasta le regalamos confites a los clientes”.

Tobosí del Guarco, Costa Rica.- “Usted tiene que decir que esta ferretería es de un indio, y que tenemos costumbres muy indígenas”, fue lo primero que nos dijo este ferretero, el día que llegamos a su negocio, una ferretería que desde que la fundó la llamó: Ferretería Cacique.

Se trata de Óscar Barahona, quien dice que todos los días es una lucha constante por atraer los clientes. “Vea no es fácil, pero le ponemos bonito y tenemos nuestros resultados”.

Casualmente, al ser un amante de lo autóctono, de lo aborigen, este “indio” tiene vestida su ferretería con muchos artículos alusivos, entre ellos algunas antigüedades como una llave de cañería gigante, y una estatua de un apache que él mismo construyó.

“Si un negocio quiere salir adelante tiene que tener de todo, sino los clientes se escapan. Y es que aquí, hasta le regalamos a los clientes”, fue cuando tomó de un balde plástico, unos confites – chicles, y nos llenó la mano.

Barahona dice que siempre busca “tener hasta lo que los clientes no buscan. Es que todo se vende”, alega.

En media entrevista nos dijo, “sé que usted viene aquí, seguro porque le

han contado como soy yo, pero así “indio” como me ve, tengo lo mío para los negocios. Sé bien a quiénes puedo tener como mayoristas y quiénes no”.

Asegura que “aquí llegan muchos queriendo que uno les compre, prometen dar apoyo y no regresan, o cuando se les solicita algo, un cambio de producto, prometen y no cumplen”.

Dice que en torno a la ferretería y las estrategias, le gusta implementarlas por él mismo.

“Sabía que tenía que mejorar la entrada y un domingo, después del cierre, nos cuádramos a chorrear cemento y conseguimos que los clientes se sientan más cómodos a la hora de entrar a la ferretería”.

Coleccionista

Amante de lo autóctono, como el dice de las cosas de su tierra, le encanta coleccionar antigüedades, y mostrarlas a los clientes.

Al fondo de la ferretería, cuelga un par de llaves, una francesa y otra de cañería, que es casi imposible que un hombre, incluso fortachón, pueda cargar con ambas. “Un día pasó un camionero y se las compré. Las tengo exhibidas y a la gente le gusta”.

Dice que es fiel a las costumbres de sus ancestros, y que vive rescatando cualquier cosa que se familiarice con esto. “Soy un “indio” que se preocupa por lo nuestro, que sabe que la mejor costumbre que uno puede tener en un negocio es tener de todo y que el cliente se sienta bien”.

Sobre la tienda puso una valla, casi tan grande como el mismo negocio. “Viera usted los ajustes que tuve que hacerle para que el viento no la botara y ahora ya ni la mueve. Es que la publicidad ayuda y así los clientes hasta nos ven desde lejos”.

A este ferretero no le “meten diez con hueco”, y más bien su “malicia indígena”, le ha dado las claves para darse cuenta, “cuáles son los productos que nunca me deben faltar”.



Óscar Barahona, Dueño de Ferretería El Cacique en Tobosí del Guarco, Costa Rica, conjuga la alegría con un buen surtido. Entre el inventario le gusta tener artículos antiguos y autóctonos, porque dice que atraen la clientela.

Actualizarse ayuda **A MEJORAR EL NEGOCIO**

“La ferretería nació para solventar una necesidad de la zona, y no nos arrepentimos de dar ese paso”, Juan Pablo Campos, administrador.



Juan Pablo Campos es administrador de empresas, y tomó las riendas de la ferretería hace casi 10 años. Su mano se ha visto reflejada en el gran crecimiento que han experimentado como Grupo San Isidro

Orotina, Costa Rica.- Ferreteria San Isidro inició en un área de 250 metros cuadrados, y con muy poco material –aproximadamente comenzaron con ¢2 millones en inventario-, el 1 de abril del 2006.

Hoy, 11 años después, su área total abarca casi 4.000 metros cuadrados, divididos entre la ferretería, sala de exhibición y cuatro bodegas. Se trabajan 13.000 líneas y se cuenta con una vagoneta y ocho camiones de entrega de material.

La ferretería inició en la cabeza de un conocido de la familia, quien “les metió la idea” de poner un negocio en la zona, porque ahí no había nada. Labrador de San Mateo, donde están situados, tiene la particularidad de estar ubicado a 16 kilómetros de Orotina y a más o menos 12 kilómetros de Esparza, por lo que propiamente ahí, no hay mucho comercio, y esa fue la ventaja competitiva que decidieron aprovechar.

Juan Pablo Campos, Administrador y Copropietario de la ferretería, tomó las riendas del negocio más o menos un año y medio después de abrir –una vez que terminó su carrera en administración de negocios-, y desde ese momento, el crecimiento para ellos, ha sido acelerado.

Esta ferretería familiar da trabajo a 12 personas, entre ellas a Juan Pablo, su esposa, Cindy Sánchez, a Róger Sánchez –el suegro de Campos- y sus hijos. En promedio, ellos atienden a 150 ó 200 clientes diarios, pero incluso, han llegado a atender en un día de verano a 350 personas.

“Ese fue un día de locos, no es lo normal. Nosotros medimos mucho lo que son los movimientos, es decir, la venta de un tornillo, una tuerca, entre otros; no facturas, movimientos. En registros de unidades, siempre sobrepasamos los 100.000 movimientos mensuales”, comenta Campos.

¡Arma publicitaria!

¿Cómo mantenerse vigentes en la cabeza de los compradores? Sencillo, ¡con publicidad! De acuerdo con Campos, parte del presupuesto de la ferretería está siempre destinado a la publicidad. La ferretería cuenta con una página



Ferretería San Isidro se ha consolidado en la zona de Labrador de San Mateo, tras 11 años en el mercado y 13.000 líneas de productos de reconocidas marcas.

propia de Facebook, en la que se realizan ofertas y se pagan anuncios, ya que con estos, se llega a un “target” específico de clientes, con rangos de edades y ubicaciones previamente establecidos.

Además, constantemente participan en diferentes eventos, donde el objetivo es resaltar la marca San Isidro como tal.

“Por ejemplo, un viernes tuvimos un evento grande en un programa de radio que es muy escuchado y que tiene 20 años al aire. Son dos horas donde los radioescuchas, a nivel nacional, van a escuchar cada rato el nombre de San Isidro. Con esto, le llegamos a mucha gente”, explica.

Incluso, según Juan Pablo, les gusta colaborar en algunos eventos de la zona como patrocinadores –como en el caso de la ciclística que se realizó recientemente y donde fueron oficiales-, o con un punto de venta. Ellos procuran participar en este tipo de actividades cada dos o tres meses, para mantenerse vigentes en la mente de los clientes.

Ventajas competitivas

En Labrador como tal, no existe otra ferretería, sin embargo, están muy cerca de Orotina y Esparza, lugares donde sí existe competencia muy fuerte, por lo que ellos nunca bajan la guardia.

“Es un tema de que sabemos que existe la competencia, pero no es algo en lo que perdemos la cabeza, o que sea un dolor para nosotros. Siempre nos enfocamos en hacer lo nuestro, y listo”, explica.

Además, Campos asegura que el foco principal de la ferretería es Labrador; afirma que sí se coloca material en esas otras zonas cercanas, pero que ellos no caen en ese juego de llevar un camión cargado de material a vender por vender.

“Yo no siento que valga la pena, porque eso no me ayuda a pagar planillas. Es más el gasto, que lo que me voy a ganar, porque al final, todos los costos operativos van sumando”, comenta.

Según Campos, ellos lo que han ido haciendo es equiparando precios y “dando guerra” en ese sentido. Asimismo, asegura que los clientes agradecen que se vendan productos de buenas marcas, pues saben del respaldo que traen consigo.

Otra de sus ventajas competitivas es que evitan el sobre inventario. “Nosotros no pensamos en tener seis martillos, sino que preferimos trabajar con uno o tres niveles de calidad en las líneas que más se mueven, porque aquí hay clientes para todo, desde los que buscan un martillo de \$15.000, hasta los que pagan \$5.000 o \$3.000”.

Al preguntarle a Campos, ¿por qué los eligen los clientes sobre la competencia? Afirma que es por varias razones:

- La cercanía como primer punto.
- El servicio ágil de entrega: Esto es importante porque ya la mayoría de los clientes no quieren esperar, y en San Isidro se esfuerzan por realizar entregas el mismo día que el cliente realiza el pedido.
- Tienen un buen inventario: “El cliente trae 10 líneas, “y difícilmente nosotros le fallamos con alguna. Casi siempre encuentran todo lo que estaban buscando, y hasta más”, asegura.
- Y ofrecen buenos precios a sus clientes.

Proveedores

Otro de los secretos que, según este gerente, perfila el éxito de Ferretería San Isidro, es elegir correctamente a sus proveedores, porque de acuerdo con Campos, siempre hay muchos que desean ingresar, pero no todos lo logran.

“Nosotros hacemos un comparativo para ver qué nos ofrece cada uno, porque no metemos proveedores nada más por meterlos. Primero valoramos qué nos ofrecen y el precio que nos van a dar, porque esta variable, en la mayoría de las ocasiones, se la reflejamos a los clientes, porque al final ellos son los que hacen que el producto tenga rotación”, comenta.

Juan Pablo afirma que ellos cuentan con su cartera de proveedores, y que pocas veces le dan cabida a otros, salvo que necesiten algún producto que sus mayoristas habituales no tengan y no les puedan conseguir.

Ferretería San Isidro prefiere a los proveedores grandes, porque al tener estos mejor volumen de compra, les ofrecen mejores precios y mayores beneficios, además de que tienen soluciones más completas.

San Isidro como marca

Juan Pablo dice que son de esos emprendedores que no se quedaron tranquilos solamente con hacer crecer un negocio, sino que trabajan en fortalecerse aún más, de la mano de otras oportunidades.

“Mi suegro y yo tenemos la visión de no quedarnos solamente como una ferretería, entonces hemos ido abarcando otras áreas, porque la idea es seguir creciendo y creciendo”, afirma.

Y es que ya abrieron un centro médico bajo el mismo nombre –San Isidro-, y próximamente abrirán su otro proyecto, que está en un 50%, y es una farmacia –también se llamará San Isidro-. “El mismo crecimiento nos ayuda a ir saliendo con otras cosas. Lo que queremos es que el día de mañana, si existiera una competencia... ¡no la vea tan fácil!”

¿Cuál es la clave? Mantenerse actualizados es indispensable. “Yo asisto a seminarios –de hecho he ido a algunos de la Revista TYT-. Y si no hay, me actualizo también por medio de Internet con algunas cosas de interés. Lo hago muy de la mano con el contador y con Róger”.

¡Del banco A LA FERRETERÍA!

“¿Qué sabe usted de vender en una ferretería?”, le decían... y él les respondía: “Si he vendido tarjetas de crédito, que es lo que más tiene anticuerpos, no se preocupen, que voy a vender lo que sea en ferretería”...



Manejar un negocio familiar como una empresa; con jerarquías, responsabilidades, salarios bien establecidos, horarios y demás, ha sido uno de los secretos de San Marcos.

Depósito y Ferretería San Marcos nació hace 16 años, pero desde hace seis, sus dueños cambiaron... Marcos Núñez —el primer dueño— es concuño de Isaac Villalobos, y decidió venderle el negocio. “Al principio nos adaptamos, pero ya después empezamos a hacer cambios”.

Ojo de banquero

Villalobos es administrador de empresas y tiene una licenciatura en mercadeo. Trabajó durante 20 años en BAC Credomatic, donde estuvo a cargo de la fuerza de ventas, por lo que su “fuerte” es el servicio al cliente, el manejo de personal y las ventas.

Lo primero que hizo al adquirir el negocio, fue realizar un plan de trabajo en la pizarra de su casa y trabajar por cumplirlo. Al principio, no fue fácil, pero los planes se hacen para ejecutarlos, y eso fue lo que hizo en conjunto con su esposa, Shirley Ulate.

“Sinceramente, no me arrepiento de haber comprado el negocio. Es muy duro, y se maneja mucho con crédito... Si no das crédito, pierdes clientes. Y si lo das, a veces la gente se atrasa. No ha sido fácil, pero hemos desarrollado estrategias a la par del negocio que nos han ayudado”, comenta.

Una de sus estrategias iniciales fue la forma en cómo compró el negocio... Decidió que no quería endeudarse con un banco, por lo que negoció con su concuño hacer la compra “a pagos”.

“Acordamos poner un monto y en lugar de que el banco se ganara tres colones, él se iba a ganar un colón en intereses y lo hicimos a 11 años. Entonces, ya llevamos seis años en que el mismo negocio me paga la

empresa que quería. A mi suegro le beneficia y a mí también”, explica.

Además, cuando tomó el control de la ferretería, Villalobos realizó un “focus group” con maestros de obras e ingenieros para saber cuáles eran los requerimientos que tenían con respecto al sector ferretero, y ellos le solicitaron entregas a tiempo y buen servicio al cliente.

Asimismo, es muy importante el control que él ejerce sobre la empresa, ya que siempre compara el mes del año en curso, con el mismo mes del año anterior, para darse cuenta cómo camina la empresa y hacer los ajustes necesarios.

Otra de sus estrategias es realizar inventarios mes a mes, porque no tiene sentido dejar todo para el cierre fiscal; le gusta incentivar a sus vendedores con bonos de productividad y con actividades como el “Team Building” que realizó en enero pasado, en el que hizo diversas actividades de motivación y trabajo en equipo, entre otros.

De acuerdo con Villalobos, ellos han tenido aproximadamente 1 año y 2 meses muy duros, pues el mercado está contraído.

Una de las estrategias que implementaron

para salir a flote, fue construir dos condominios en un lote que poseían y venderlos a un banco. “A la hora que el banco nos financiaba los materiales, el 66% de ese flujo de dinero entraba al negocio. Y había que darle vuelta, entonces, hemos empezado a generar algo paralelo que nos inyecte capital y nos sostenga en los momentos duros”, asegura.

¿Negocio familiar?

Hay algo que llama mucho la atención del Depósito y Ferretería San Marcos, es que, a pesar de ser un negocio “familiar” –al igual que muchas otras ferreterías-, cuyos dueños son esposos, copropietarios y que ambos atienden el negocio, afirman “no” ser una empresa familiar... ¿Cómo es esto?

Muy sencillo, según Villalobos, la ferretería se maneja como cualquier otra empresa, y como tal, se tienen varios “mandamientos” que se deben cumplir.

1. Todos los lunes se realiza una reunión de gerencia –Isaac y su esposa -, en la que se ven los diferentes puntos de cada uno, pues se encargan de distintas áreas de la empresa.
2. Todos los pagos se realizan por transferencia electrónica y no se reciben cobradores. Se le piden actualizaciones de estados de cuenta a los proveedores, pero ya de antemano, la ferretería sabe muy bien qué pagos debe realizar.
3. No se toma dinero de la caja para gastos personales, porque cada quien tiene su salario. Cada día, al hacer el cierre de caja, debe ser perfecto y no puede faltar dinero.
4. Todos los meses se tiene reunión con el contador, que les brinda sugerencias y se toman decisiones en conjunto.
5. No se permite el trabajo de familiares en la ferretería, ya que esto puede generar problemas a la hora de llamarle la atención a alguno, o que la persona se sienta con más libertades por el hecho de ser “de la familia”.
6. No se aceptan las tardías ni las ausencias injustificadas.

¿Cómo compiten?

Alrededor de la empresa hay aproximadamente 13 ferreterías –algunas de ellas muy grandes-, así que enfocarse solamente en tener buenos precios, no es suficiente. ¿Cómo hacen para competir?

La atención personalizada es una de sus armas más fuertes. Y es que sus dueños siempre se mantienen al frente del negocio, y por ende, muy cerca de los clientes. “Si hay que mejorar las proformas lo hacemos nosotros mismos”, expresa.

Y agrega: “no quiero vendedores, quiero asesores de ventas. Por ejemplo, si vienen por una pintura, preguntarles si tienen brocha, felpas, etc. Poder ofrecerles algo más”.

Otro aspecto importante para competir en un mercado de tan fuerte es cumplir con los horarios de entrega. En este negocio no se vale decirle a un cliente: “le entregamos en la mañana”; más bien se le dice: “le entregamos entre 8:30 a.m. ó 9 a.m.”, por ejemplo. Y si no se le puede cumplir a la hora acordada, porque se sufrió un atraso, se le llama para informarle del atraso y se le pregunta si pueden enviarle algo para que vaya adelantando.

“El secreto es ser persistente y dar un seguimiento post venta. Tratamos de llamar a los clientes, de estarlos buscando. Siempre he creído que es más fácil sostener un cliente que traer uno nuevo (...). También creo que hacer buenas alianzas con los proveedores es vital”, agrega.

Además, ofrecen sus servicios a diferentes empresas, como proveedores. “A ellos hay que darles muy buen servicio y tener prácticamente un express a disposición. Esta alternativa nos beneficia, porque a veces en el día a día hay que salirse para poder darle un equilibrio a la utilidad del negocio, porque no es rentable ganar por ganar, y que lo que me gane sea solo un 2%...”

¡Trabajo en pareja!

Se dice que el matrimonio es como una “yunta de bueyes”, donde hay que jalar parejos para que la yunta camine bien. Y en el caso de esta pareja, esa yunta se trasladó también al trabajo.

Para Villalobos, esta es precisamente, una ventaja competitiva que tienen

ellos como negocio. Son 25 años juntos y se entienden a la perfección. “No hacemos cosas individualmente, todo nos lo consultamos y lo hacemos, y en el negocio también eso ha sido un éxito; porque la tienda no soy yo, el negocio son nuestros colaboradores y es Shirley, ella es fundamental”.

Rescata que “durante 6 años, mi esposa y yo hemos estado empujando el carretón desde atrás, ahora, vamos para la parte de adelante a dirigirlo con estrategias. Actualmente, tenemos a un muchacho en compras con mucha experiencia, él nos viene a apoyar y nos está ayudando mucho. ¡Seguimos adelante con todo!”.

El futuro

En este momento, Isaac Villalobos y su esposa están enfocados en remozar el negocio. Como el local no es propio –ellos lo alquilan- no pueden hacer cambios extremos. Sin embargo, decidieron darle un acomodo distinto a la ferretería.

Los cambios van a estar listos en aproximadamente tres meses y en Depósito y Ferretería San Marcos prometen que sus clientes se van a sentir más cómodos.

“Vamos a techar hasta la entrada y a empezar a distribuir todo de forma distinta, porque le vamos a apostar fuertemente a la exhibición”, finaliza Villalobos.

Más de cerca

Fecha de fundación:

Noviembre del 2001

Número de empleados:

11 (incluyendo a los dueños)

Promedio de clientes atendidos por día: 120

Área del negocio:

1100 metros cuadrados



Isaac Villalobos trabajó durante 20 años en el BAC Credomatic; esa experiencia hace que el fuerte de San Marcos sea el servicio al cliente y las estrategias de ventas.

7 compradores en las **VENAS DE GRAVILIAS**

Los compradores son los encargados de reabastecer las tiendas de Las Gravilias; es decir, que el cliente encuentre siempre lo que necesita. Al tratarse de un grupo grande, que cuenta con 5 sucursales, es obvio que la responsabilidad aumenta...



Las Gravilias se mantiene siempre “al día” con las últimas actualizaciones de productos, para ofrecer calidad e innovación a sus clientes.

Costa Rica.- Desde que nació, en 1986, el Grupo Las Gravilias ha ido creciendo, poco a poco, y actualmente, cuenta con 5 sucursales, ubicadas en: Desamparados, Cartago, Tres Ríos, San Miguel de Desamparados y Aserri. En promedio, entre las 5 tiendas, atienden a 1500 clientes diarios, la superficie del negocio, en total, suma aproximadamente 20.000 metros cuadrados y dan trabajo a más de 200 personas.

Con estos números, es lógico preguntarse: ¿cómo manejan las compras, al ser una cadena de tiendas? ¿Se comportan diferentes los mercados, dependiendo de la zona? ¿Qué pasa cuando un producto no alcanza la rotación esperada?

Arte de manejar las compras

De acuerdo con Harry Mora, Gerente de Operaciones y Supervisor de reabasto, al ser una cadena de tiendas, las compras se manejan, primero, por medio de los gerentes de negocio, que son los encargados de realizar las negociaciones de precios, paquetes de volumen y negociaciones promocionales con los proveedores, tanto locales como internacionales. Los compradores, por su parte, son los encargados del reabasto de los locales.

Pero, ¿cómo eligen a qué empresas comprarle? En el caso de Las Gravilias, según Kenneth Méndez, Comprador de la tienda de Desamparados, cuentan con una base de datos que es actualizada por los gerentes de negocios, quienes negocian los precios con varios proveedores y de ahí, el comprador elige el que tenga el mejor precio.

“Normalmente, la primera opción tiene el mejor precio, pero si ese proveedor no cuenta con el producto en ese momento, se recurre a la segunda opción”, explica Mora.

Algo importante de resaltar es que esa base de datos que utilizan los compradores siempre debe estar actualizada, ya que en ella se manejan no solo las negociaciones de las compras, sino también el inventario, que es vital para mantener el equilibrio de las tiendas.



Los negocios son buenos para todos, y todos deben ganar, por eso Las Gravilias elige cuidadosamente a sus proveedores, para poder trasladar los beneficios que reciben al cliente final.

¿Y los productos?

En una ferretería de este tamaño, la variedad que pueda encontrar el cliente es clave. Por eso, en Las Gravilias se busca abarcar las necesidades de diferentes nichos de mercado; y eso los obliga a tener productos de varias calidades.

“Cuidamos mucho no caer en productos de baja calidad, que vayan a generar problemas posteriores, sino que mantenemos una calidad estándar mínima y aceptable, que nos garantice que podemos, en cualquier momento, responder al cliente por cualquier situación”, comenta Mora. Pero, ¿qué pasa cuando el producto no alcanza la rotación esperada? Según Mora, algunos de los productos entran en un “In and out”, que podría ser una prueba como tal. Después de pasar esa prueba, se determina si va a pasar a ser parte de la cartera de los artículos regulares, o si se debe realizar una devolución al proveedor.

“La mayoría de los productos, si están dentro del catálogo y no alcanzan el nivel de venta esperado, hay una negociación con el proveedor en algunos momentos para generar una devolución y poder tener uno de mayor rotación. O se realiza un balance entre nuestras sucursales, porque quizás por las diferencias de “target” (público meta) y de cómo se comporta cada uno de los mercados, puede ser que el producto no se venda muy bien en una sucursal, pero sí en otra”, asegura.

En el caso de los productos nuevos, Mora afirma que entran en un período de prueba y salen asociados a una dinámica comercial, en la

El Ferretero



que se les hace publicidad, salen con buenos precios y se desarrolla toda una campaña de comunicación, con el objetivo de que los productos entren en una buena vitrina que les ayude a venderse mejor. Si esto no sucede, se negocia con el proveedor la devolución –que también pudo haberse negociado anticipadamente-.

Para evitar estos inconvenientes, es muy importante conocer muy bien el “target” al que se dirige cada sucursal. Para lograrlo, de acuerdo con Mora, Las Gravilias determina la tendencia del negocio por medio del promedio de ventas que genera cada producto; pero además, manejan indicadores importantes en términos de investigación de mercados que les ayudan a tomar decisiones de compra en cada uno de los puntos de venta.

“Asimismo, siempre nos actualizamos con los productos que están a la vanguardia dentro de la industria ferretera y de la construcción, porque esa es nuestra responsabilidad”, agrega Mora.



Los mercados cambian

Los expertos en compras de Las Gravilias afirman que cada una de las sucursales posee un "target" distinto, a pesar de que comparten mucho el mercado y algunos clientes compran en varias sucursales. "Hay algunas diferencias que se dan por la zona de influencia de cada uno de los negocios", afirma Mora.

De hecho, agrega que esas diferencias, principalmente, son a nivel social y económico. "Hay productos que se venden mejor en unas zonas que en otras. Por ejemplo, productos de acabados se venden mejor en Tres Ríos, mientras que productos de segunda se venden mejor en la zona de San Miguel. Depende muchísimo de las poblaciones que rodean el negocio".

Importancia de un buen proveedor

En el caso de esta corporación, según Mora, se trabaja con proveedores responsables, que garanticen el producto, que ofrezcan un buen stock, y propongan relaciones de negocio duraderas. No les gustan los proveedores que dejan el producto y luego se desaparecen.

Harry Mora asegura que para Las Gravilias no es importante si el proveedor es grande o pequeño, pues lo que ellos toman en cuenta es la forma en cómo trabajan, y por eso, mantienen relaciones de muchos años con sus proveedores.

"Esto sucede siempre y cuando pongamos en el papel lo que en la teoría decimos todos, y que es ganar-ganar. Los negocios son buenos para todos y de eso depende cómo vamos a llegar nosotros a nuestro cliente final; también, cómo vamos a trasladarle el buen producto de esa negociación a nuestro comprador, cómo se lo vamos a convertir al final en precio, en calidad, en garantía, en surtido. Eso es importante, que siempre ganemos todos".

Encargado de compras en la empresa

El comprador de una empresa como Las Gravilias es alguien que lleva sobre su espalda una gran responsabilidad, pues indudablemente, según Méndez, hay una marca que defender y el comprador tiene que saber responder a esa expectativa que tiene el cliente sobre la empresa como tal.

Por eso, para ser un buen comprador, es necesario contar con ciertas características:

- Ser analítico
- Responsable
- Comprometido con la compañía
- Leal

Todo esto porque el comprador maneja información muy delicada que no se puede estar comentando con los diferentes mayoristas. ¡Ese es el secreto de un buen comprador!

Un comprador por tienda

¿Quiénes son los compradores de Las Gravilias?

- Edwin Padilla, Aserri
- Heriberto Solano, San Miguel de Desamparados
- Jeffrey Calderón, Cartago
- Kenneth Méndez, Desamparados
- Miguel García, Desamparados
- Oscar Rodríguez, Tres Ríos

Son supervisados por un hombre de experiencia: Harry Mora Guardiola, Gerente de Operaciones y Supervisor de Reabasto.

Audio Accesorios busca más cercanía **CON SUS CLIENTES**

En Audio Accesorios conocen al “dedillo” las necesidades de sus compradores, saben que los productos no se requieren para mañana, sino para hoy, por eso con el lanzamiento de su nueva página web buscan que los clientes tengan más de cerca y a la mano toda la gama de sus productos y servicios.

Por Audio Accesorios
de Costa Rica

Consultar la amplitud del catálogo de productos, solicitar cotizaciones en línea y hasta hacer pedidos, son solo algunas de las ventajas que ya tienen los clientes con el nuevo sitio web de Audio Accesorios de Costa Rica (www.audioaccesorioscr.com).

El sitio presenta una variedad de 5000 artículos diferentes albergados en cuatro familias: Electrónica, Ferretería, Audio Profesional y Automotriz.

La herramienta conforma un catálogo virtual con toda la familia de productos de la empresa, lo que representa una solución integral para el cliente porque puede consultar los productos en el momento que desee, y mantener comunicación con la empresa para hacer sus pedidos, sin necesidad de que el agente vendedor se encuentre presente.

Incluso la página le estaría indicando a los clientes cada vez que se incorpora un producto nuevo, exista una promoción o hayan productos con descuentos especiales.

Cada vez que el cliente solicita una cotización, el departamento de Call Center se encarga de procesar la solicitud para que el comprador reciba un trato personalizado con respecto a su pedido.

Con este nuevo sitio, Audio Accesorios de Costa Rica busca ser más eficiente con su servicio, que los clientes puedan conocer la amplitud de sus productos y marcas y tengan un contacto más directo con la empresa.

Incluso la página, que ya está activa, funciona a la perfección para ser vista en cualquier celular inteligente.

Bienvenidos a Audio Accesorios Costa Rica - Líderes Mayoristas | Conózanos | Contáctenos | Afiliación de Asociaciones Solidaristas | Acceso de Asociados Solidaristas

Buscar Productos | Todas las categorías

AUDIO ACCESORIOS DE COSTA RICA S.A.

INICIO | CONÓZCANOS | AUDIO PROFESIONAL | AUTOMOTRIZ | ELECTRONICA | FERRETERIA | CATÁLOGOS

Visite nuestro nuevo sitio web
www.audioaccesorioscr.com

Contáctenos:
(506)2251-9156
[craudioaccesorios](https://www.facebook.com/craudioaccesorios)
www.audioaccesorioscr.com
ventas@audioaccesorioscostarica.com

¿Cómo vender más AISLANTES TÉRMICOS?

“Para reducir el calor”, es lo que usualmente un ferretero contesta cada vez que un comprador le pregunta sobre las ventajas de un aislante térmico... Sin embargo, los avances han ido más allá y estos productos cuentan con más ventajas.

Por Prodex



calor radiante que emiten las superficies calientes de cualquier edificio o casa, ya sea en techos, paredes o entrepisos.

- ¿Para qué tipo de proyectos y zonas es más recomendable su uso y aplicación?

- En la actual norma de aislamiento reflectivo INTE 06-14-07:2016 . Construcción. Aislamiento térmico. Valor “R” para las envolventes constructivas para zona climática. Especificaciones y verificación. Se puede identificar qué cantidad de aislamiento se requiere según la zona geográfica en la que vaya a construir el proyecto, y dependiendo del valor de resistencia térmica, así será el método de instalación que se debe seleccionar a la hora de instalar aislantes . Prodex forma parte de esta norma constructiva, y es por eso que los aislantes Prodex se pueden instalar en cualquier tipo de clima y en cualquier tipo de sistema constructivo

- ¿Qué normas técnicas lo respaldan. Ofrece diferenciación ante otros aislantes del mercado?

- Cualquier aislamiento reflectivo para ser colocado en edificaciones debe cumplir con el estándar internacional ASTM 1224. Actualmente, Costa Rica cuenta con su propia norma de especificación de aislamiento reflectivo que se denomina INTE 06-14-07:2017 Construcción. Aislamiento térmico reflectivo en aplicaciones constructivas. Especificaciones. Esta norma define los requisitos mínimos de calidad necesarios para toda clase de especificación de aislamiento reflectivo.

- Cómo puede el ferretero aumentar la comercialización y venta de un producto técnico como este?

- Un aspecto fundamental es la ubicación física e inventario del aislamiento Prodex, una exhibición adecuada, va a permitir al cliente interesarse en el producto. Igual, es el manejo de la información técnica y práctica del producto Prodex, esto incluye tipos, medidas, instalación y recomendaciones técnicas puntuales, especiales y específicas de acuerdo con el tipo de obra civil en ejecución.

En este sentido, Prodex aumentó los beneficios y ventajas de sus aislantes.

- ¿En qué consiste la última tecnología en aislantes térmicos?

- Los aislantes térmicos reflectivos Prodex cuentan con materias primas que reducen la propagación de flama y el desarrollo de humo, según los criterios establecidos NFPA y ASTM.

- ¿Qué ventajas representa los aislantes térmicos para los clientes del canal de distribución ferretero?

- Los aislantes Prodex poseen ventajas para brindar comodidad y calidad de vida en edificaciones residenciales, comerciales e industriales. Los productos Prodex son de clase mundial porque cuentan con las certificaciones internacionales, garantías y normalización técnica que respaldan la calidad para ofrecer con seguridad una construcción responsable. Prodex reduce hasta un 55% la sensación térmica en techos, paredes, pisos y tuberías. Prodex es una solución para controlar el calor radiante que afecta la calidad de vida en las construcciones.

- ¿En qué se diferencia con respecto a otros aislantes que ofrece la competencia?

Los aislantes Prodex cuentan con 10 años de garantía. Es un producto elaborado en Costa Rica para países con climas centroamericanos, y son producidos por expertos que conocen el clima y qué tipo de materias primas y qué tipo de elementos se deben de utilizar en la fabricación de estos productos, además es un producto reconocido y certificado a nivel mundial , que cumple con la exigencia de los códigos constructivos.

97%

- ¿En términos de instalación, cuál es el porcentaje de aislante calórico?

- Los aislantes Prodex tienen la capacidad de rechazar hasta un 97% del

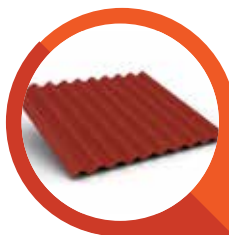


Le ofrece una gran variedad de productos para la
CONSTRUCCIÓN Y ACABADO FINAL



Almacenamiento y tratamiento de aguas

Tanques en distintas
presentaciones.



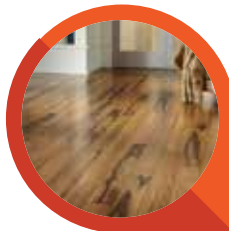
Techolit

Tejas resistentes a la humedad
y que embellecen su tejado.



Cable Conductor

Le ofrecemos carretes de
cableado eléctrico THWN de
distintos tamaños y colores.



Piso Laminado

Encuentre el piso de sus sueños
que combinen en armonía con
cualquier decoración.



ECCO PANEL

Láminas de construcción con
múltiples cualidades,
excelentes para paredes.



Plywood

Madera contrachapada para
uso general en construcción y
mueblería.

CONOCE MÁS EN FIMARCA.COM

Dirección: 1 km Norte del Puente Rafael Iglesias, Sobre pista Bernardo Soto, Alajuela

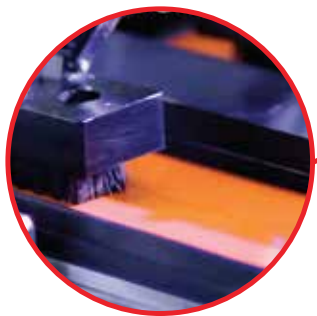
☎ 2451-7711 ✉ fimarcaventa@gmail.com 📱 /Fimarca de Costa Rica S.A.

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**

Koral **SUR**