



Especial de soldaduras P. 26

Sistemas constructivos ideales P. 40

Sembrador de servicio P. 50

Ventajas que dan las ferias P. 42

¡Mar de competencia!

El dinamismo del mercado ferretero obliga a sus participantes a ingeniárselas para atraer clientes y sobrevivir. A pesar de eso, los grandes no han desplazado los negocios chicos. Mauricio Rivera, Gerente del Do It Center Papagayo, de Guanacaste, indica que es fuerte gracias al crecimiento de la construcción. **P.17.**

Do it Best.

ASEGÚRESE QUE LA LEAN

- Marque y pase
- Gerente General
- Gerente de Compras
- _____
- _____

ISSN 1409-2301



FEBRERO 2007 / AÑO12 / NO. 128



Endurece más rápido

Uso estructural. Especial para obras que requieren alta resistencia inicial, como vigas y columnas.



LA PINTURA ULTRA PREMIUM DE LANCO, GARANTIZADA DE POR VIDA.

MAXIMA DE LANCO es la pintura acrílica, ultra premium, que sus paredes necesitan para lucir bellas y estar protegidas de por vida. Invierta hoy en la única pintura que permanecerá perfecta para siempre. En miles de colores a escoger.



MAXIMA DE LANCO embellece y protege lo nuestro, para toda la vida. www.lancopaints.com





Todo para su bosque, finca, quinta y jardín

- **División Profesional:** Equipos Husqvarna de altísima calidad, durabilidad y alto rendimiento. "Puede adquirir estos equipos en nuestras 45 Agencias Exclusivas Vedova y Obando"
- **División Consumidor:** Equipos Partner de excelente calidad para consumidores exigentes, para mantenimiento de quintas y jardines. "Puede adquirir estos equipos en Ferreterías y Grandes Tiendas"
- **Servicio:** Nos distinguimos por el servicio al cliente. En nuestras Agencias Exclusivas Vedova y Obando contamos con amplio inventario de repuestos, accesorios y servicio de taller.

Tel. (506) 221-9844 • Fax. (506) 233-2116 • www.vyo.co.cr
De la Cruz Roja de San José, 50m. sur



CEBORA

Potencia, rentabilidad y versatilidad de uso.

Atención Distribuidores: Grupo Ferretero: 519-5050 • Telemercadeo: 519-5060
8000 Capris (227-747) • www.capris.co.cr



En nuestra próxima edición

MARZO

Estrellas del 2007

Conozca la oferta más innovadoras del 2007 a nivel de productos para ferretería y materiales de construcción. Además, un ordenamiento detallado de los productos de más alta rotación en el mercado, en la actualidad.

Además: Especial de pisos y lozas sanitarias

Cierre Editorial:
15 de febrero
Cierre Comercial:
19 de febrero

Para anunciarse

Jenny Alpizar
jenny.alpizar@eka.net
Cel. 363-3737

Braulio Chavarría
braulio.chavarría@eka.net
Cel. 372-1192

Para suscribirse

Melanie Töebe
Tel. 520-0070 ext. 134
suscripciones@eka.net

CONTENIDO



El servicio, la atención, las políticas propias y la gran experiencia de Rodolfo Ballestero han sido la clave del éxito obtenido en El Sembrador. **P 24**

9 PINCELADAS

15 EL EXPERTO

Estrategias exitosas de marketing ferretero

16 MERCADEO

Estrategias para sobrevivir en la "selva empresarial"

El objetivo de toda empresa es liderar el segmento de mercado en el que centra su actividad, pero para ello debe disponer de ventajas competitivas que la hagan distinta de sus competidores.

17 EN CONCRETO

Competir para seguir vivo

Expertos en el medio ferretero, mercadeo y en negocios pequeños y grandes, coinciden en que la mejor estrategia para seguir atrayendo clientes, es ofrecer valor agregado y un alto servi-

cio y no importa el tamaño del negocio.

PERFIL

22 BLACK & DECKER

Innovación en productos y servicio

EN BODEGA

23 Déle paso a las llaves

24 Atraiga clientes por carretillos

25 BAJO TECHO

¿Tener o no tener cerámica?

26 ESPECIAL DE SOLDADURAS Y ACCESORIOS

Capris
Valco
Transfesa
Torneca
Sorle
Suva

EN CONSTRUCCIÓN

40 Sistemas constructivos ideales

42 EXPOFERRETERA

Ventajas que sólo dan las ferias

44 CIMIENTOS

46 PRODUCTOS FERRETEROS

48 EL DEPENDIENTE

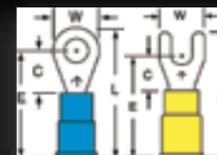
¿De qué productos recibe menos reclamos y por qué?

50 EL FERRETERO

Sembradores de servicio

La ferretería El Sembrador está caracterizada por tener buen servicio y diversidad en sus productos. A esto han apelado y ya cuentan con dos negocios en la ciudad de Turrialba.

3M





DEL DIRECTOR EDITORIAL

Hugo Ulate Sandoval
hugo.ulate@eka.net

A la carga con estrategias

Probablemente, usted como muchos observan en su negocio, una y otra vez, el comportamiento de los compradores, pues de esta forma se pueden elaborar estrategias para generar compras por impulso.

Un simple detalle puede hacer la diferencia entre una compra o no. Por ejemplo, si un cliente solicitó comprar un producto y mientras se lo buscan, es probable que aproveche ese corto tiempo para observar algún otro, y quizás si está cerca de él, se atreva a tocarlo, a investigarlo e incluso, si está empacado, a leer las instrucciones de uso.

Sin embargo, si este cliente no accede a adquirir este producto después de haberlo visto, aquí es donde empieza la estrategia: es importante retomar el artículo, mirarlo detalladamente para

saber qué faltó para que este comprador no se decidiera a comprarlo:

En este sentido, se pueden descubrir muchas cosas, probablemente una puede ser que no incluía el precio, que las instrucciones de uso no eran lo suficientemente claras, que el producto no estaba muy al alcance del cliente como para detallarlo bien, entre otras cosas. Basta con "echar" una mirada a sus compradores como para tener una radiografía de su comportamiento.

Tenga en cuenta siempre que quien lleva lija para madera probablemente necesitará también cola blanca, resanador o un barniz. Quien compra clavos, quizás también ya necesite cambiar ese viejo martillo.

Esta no es solamente una labor suya, también puede capacitar a sus colaboradores para que

estén bien atentos a los movimientos de sus clientes, a las preguntas, a las miradas, entre otras cosas.

"Esto es de lo último que nos ha llegado y posee un alto rendimiento, duración o calidad", frases de este tipo pueden hacer la diferencia entre una compra y un cliente que se marchó con las manos vacías.

Otra muy buena estrategia es el uso de promociones constantes, pero promociones de verdad, ya que el comprador se va creando una imagen de que en ese negocio en específico, siempre podrá encontrar algo atractivo, no solo en precio sino también novedoso, algo que de verdad bien podría servirle.

No importa cuánto haga usted por sus clientes, ninguna estrategia está de más, y ellos siempre se lo agradecerán y usted, al final, obtendrá dividendos. **TYT**

CRÉDITOS

Presidente

Karl Hempel Nanne
karl.hempel@eka.net

Directora General

Michelle Goddard
michelle.goddard@eka.net

Director Editorial

Hugo Ulate Sandoval
hugo.ulate@eka.net

Subdirectora Editorial

Shirley Ugalde
shirley.ugalde@eka.net

Editor

Hugo Ulate Sandoval

Directora de Arte

Nuria Mesalles

Diseño y diagramación

Liliana Castro Solano

Juan Carlos Conejo

Asesores Comerciales

Jenny Alpizar M.

jenny.alpizar@eka.net

Cel. 363-3737

Braulio Chavarría

braulio.chavarría@eka.net

Cel. 372-1192

Colaboradora

Milagro Arias

Circulación

Melanie Töebe

suscripciones@eka.net

Tel. 520-0070 ext.134

Foto portada

Rónald Román



www.tytenlinea.com

Tel. 520-0070 Fax. 520-0047

Apartado 11406-1000

San José, Costa Rica

PINCELADAS

Innovación en camping

Encendedores novedosos para barbecue, quemadores de gas en acero inoxidable, mini cocinas que se pueden llevar en un bolso o salveque y muchos productos más ofrece el mercado, para que usted recomiende a sus clientes irse de camping con una amplia gama de accesorios que están innovando y sorprendiendo.

Diversidad en tiendas de campaña tipo iglú, en variedad de tamaños, de excelentes materiales de fabricación, con las mejores calidades y que harán de cualquier paseo, la comodidad y seguridad ideal. Soldaduras LC,

es uno de los distribuidores de estos productos para camping. "Estas tiendas de campaña tienen compartimentos internos que dividen, suponiendo dos dormitorios, como en el caso de la tienda que es para cuatro personas", contó Cinthia Campos, del departamento de administración de la empresa.

Ferreterías el Mar está innovando en este campo del camping, con la gran variedad de productos y accesorios que distribuyen a través de ACE.

Ofrecen múltiples productos como las mini cocinas, que inclu-



yen el combustible, son muy útiles y novedosas, por la comodidad que presentan, además venden los repuestos.

Hay generadores de frío, de diversos tamaños, los cuales se refrigeran y después se pueden cargar en una hielera para que generen frío. El producto se llama Blue Ice.

Igualmente, están las antorchas especiales "Torch fuel" de la

Es usual que en la época de verano los clientes busquen en las ferreterías artículos para camping, así lo indica Israel Cubillo, de la Ferretería Campos en Guadalupe.

marca Tiki, que son antorchas especiales, porque aunque les caiga agua, no se apagan. Esos y muchos productos más está distribuyendo Cofersa. **TYT**

Últimas noticias de www.tytenlinea.com

¿Cómo captar clientes fuera del negocio?

Cisa lanza nueva cerradura eléctrica de sobreponer

Saque provecho a las demostraciones

Industria de pinturas gana batalla contra el dumping

¿Conoce cuál es el verdadero valor agregado de nuestras Herramientas y Equipos?

- Nuestro conocimiento de Producto
- Nuestro Programa de Garantías
- El Respaldo de toda nuestra Red de Servicio

- APLECSA (San José) Tel.: 257-5716
- San y San Inversiones (Desamparados) Tel.: 219-9571
- ElectroArenas (Arenas) Tel.: 446-4590
- RAYA S.A. (Cartago) Tel.: 551-8897
- Repuestos Universales (Heredia) Tel.: 237-3351
- Repuestos Wong (Limón) Tel.: 758-2394
- Partes Genuinas (Palmares) Tel.: 453-0871
- Partes Genuinas (San Ramón) Tel.: 445-3121
- Trasmisiones Industriales (Grecia) Tel.: 494-7634
- El Elek-trico de P.Z. (Peréz Zeledón) Tel.: 771-0706
- Carlos Manuel Azofeifa (San Carlos) Tel.: 480-2000
- Taller Eben-ezer (Alajuela) Tel.: 442-7907
- Indianapolis (La Uruca, San José) Tel.: 243-1700
- MADISA (La Uruca, San José) Tel.: 233-6255
- VILUGUI S.A. (Guadalupe) Tel.: 280-4940
- Repuestos Herrera (Grecia) Tel.: 444-6155
- CAS Santa Cruz (Santa Cruz) Tel.: 680-4221
- CAS Siquirres (Siquirres) Tel.: 768-7964
- Reimers (Porter y Delta) La Uruca. Tel.: 290-1020

PINCELADAS

Silicón con múltiples ventajas

El mercado ofrece infinidad de productos de silicón, de diversidad de marcas, tamaños, estilos, para una variedad de usos. Usted debe asegurarse de tenerlos, pues los clientes siempre los buscan, por las múltiples ventajas que los caracterizan.

La flexibilidad, la calidad, garantía y hasta el precio, hacen de estos productos, más que necesarios para las diversas utilidades.

Las gomas, o algún tipo de pegamento, es lo más utilizado, y están disponibles, desde los que presentan mayor dureza, hasta mediana o muy suave. Están caracteriza-

das por tener las mejores propiedades.

Por lo general, estos productos presentan una resistencia química muy buena, resistencia a las altas temperaturas, y este factor hace que los productos de silicón sean únicos para ciertos usos, como metales, plomo y estaño.

Son una muy buena opción para el cliente su presentación es diferente porque el empaque varía dependiendo de la marca tamaño y utilidad. El secado es, por lo general más rápido que con otros productos y brindan mayor durabilidad. También están los fle-



El silicón es un producto que presenta múltiples ventajas para constructores y construcciones domésticas. Asegúrese de contar con la variedad que los clientes requieren.

xibles por excelencia, algunos de pasta pegajosa, que sirven como selladores. Son productos especializados que trabajan de manera profesional. La empresa 3M dispone de un silicón lubricante

ideal para herramientas de corte y máquinas de coser, además de ser ideal para este tipo de maquinaria, previene la formación de suciedad, como la que cusan las gomas, ceras y pinturas. **trr**

Nueva directiva

Esta es la nueva Junta Directiva de la Cámara Costarricense de la Construcción, que registró durante el 2007.

Presidente	Ing. Jaime Molina Ulloa
Primer Vicepresidente	Arq. Rafael Esquivel Yglesias
Segundo Vicepresidente	Ing. Rodrigo Altmann Echeverría
Secretario	Ing. Rónald Steinvoth Sauter
Prosecretario	Ing. Jorge A. González Carvajal
Tesorero	Ing. Gonzalo Delgado Ramírez
Protesorero	Ing. Juan José Castro Monge
Primer Vocal	Ing. Elosa Ulibarri Pernus
Segundo Vocal	Ing. José Alfredo Sánchez Zumbado
Tercer Vocal	Sr. Randall Briceño León
Cuarto Vocal	MBA. Didier Fernández Quintana
Fiscal	Ing. Alejandro Coto Alvarado

Promoción electrizante

El ganador de la promoción organizada por EL ELECTRICO FERRETERO S.A., del pasado mes de diciembre, fue Denney Sánchez Solís, céd. 5-201-754. El resultado fue supervisado por el Licenciado Abogado y Notario Gustavo Chinchilla Zúñiga. ¡Felicidades! **trr**



Atraiga mujeres a las ferreterías

Cualquiera que haya visitado una ferretería ha sido testigo que como clientes frecuentes abundan los hombres, pero también las mujeres acostumbran visitar estos negocios. Usted las ha visto como acuden, pero utilice estrategias para que sean unas frecuentes compradoras. El servicio, la variedad en los productos, un trato especial; definitivamente esos pequeños detalles son un anzuelo para que las mujeres acudan a estos establecimientos.

Las mujeres son clientes potenciales de las ferreterías, por eso es importante tener en cuenta cualquier detalle que pueda atraerlas.

Recuerde que una mujer busca más detalles, colores, beneficios; y de usted depende hacerlas parte de la clientela frecuente. Por lo general, las mujeres buscan artículos para realizar reparaciones en artefactos del hogar, por lo que no descuide brindarles capacitación, asesórelas en sus necesidades, ya sea en decoración, o recomendar alguna herramienta de utilidad. Si su negocio no dispone de productos para el hogar, intro-

dúzcalos y verá los resultados. Las mujeres son como los hombres, compradoras por impulso, ya que en ocasiones visitan la ferretería para buscar una solución inmediata a alguna necesidad, pero si encuentran en su negocio algún artefacto atractivo, útil e innovador, es una venta definitiva.

No olvide que las mujeres buscan comprar artículos facilitados, contra trabajos tediosos. Sea creativo, atraiga con innovación, con diversificación. Hágase un estratega. Todo se vale en el mundo de los negocios. **trr**

PINCELADAS

Más que contabilizar

Métodos y sistemas de contabilidad hay muchos. Alguna vez se ha hecho usted la pregun-

ta de ¿cuál método es el más conveniente para su negocio? Si su empresa es grande quizás, además de limitarse a contratar personal eficiente, buscará sistemas o software especializados para llevar un mejor control de los inventarios, y facilitar la contabilidad.

Pero, si usted tiene una ferretería pequeña, con pocos empleados, utilice estos "tips" que

le ayudarán a llevar todo el sistema con orden y control.

Muchos empresarios no conocen programas especializados en detalle, que de fijo le facilitarán cualquier tarea, pero vale la pena investigar un poco qué empresas brindan estos servicios. Siempre se ha creído que poco apoyo reciben los dueños de las Pequeñas o Medianas Empresas (PYMES), en el mundo de los negocios, pero la situación ha empezado a cambiar, porque programas hay muchos, además de sistemas y métodos

accesibles.

El salto al mundo de la inversión más pequeña o sofisticada requiere de contar con un adecuado equipo de asesores.

En ocasiones resulta beneficioso, analizar proyectos de terceros, porque implica poseer dos habilidades en paralelo: la comprensión del negocio y su modelo y la comprensión clara de sus números fundamentales.

Con la contabilidad controla su negocio, con el estado de resultados comprende el negocio de los otros. **TTT**



La solución para las Goteras



cumbre



junta



ductos



chimeneas



carrocería



cableado



ALUMBAND
banda autoadhesiva

un producto más de:



www.chovadeecuador.com

Distribuido en Costa Rica por:
SOLDADURAS L.C.
de Costa Rica, S.A.

Apdo. postal 1642-3000
Heredia 600mts. Norte, 15 mts. Oeste y 50 mts.
Norte de la iglesia Católica Barva, Heredia, Costa Rica
Telf: (506) 260-8594/ fax: (506) 260-8597 Celular: 810-2121

Ganaron pulso a American Paint



Los productores nacionales de pinturas, se mostraron satisfechos por la resolución que emitió el Ministerio de Economía Industria y Comercio (MEIC), contra las importaciones de pintura látex a base de agua, provenientes de los Estados Unidos, que se estaban comercializando por American Paint, a precio de dumping.

El caso se pudo comprobar, después que la empresa Kativo solicitó realizar una investigación al MEIC, por la supuesta gran cantidad de daños que ocasionaba esta situación, a las empresas nacionales productoras de pintura. El MEIC por medio de la oficina de prácticas de comercio desleal y medidas de salvaguardia, determinó la existencia del dumping con un margen de 516%.

La medida antidumping, es definitiva y señala que a la empresa Celera Group, que supe de pinturas a American Paint, se le aplica un arancel del 516%, que se aplicará por un período de cuatro años. Eduardo Fumero, Vicepresidente Comercial de SUR, se mostró satisfecho por la resolución, y dijo que como miembros de la Asociación de Fabricantes de Pinturas y Afines (AFAPINTA), el gremio de los productores nacionales está muy complacido por el apoyo que el MEIC le

Mauricio Vargas, Gerente de Mercado de Kativo para Latinoamérica y Julio López, Presidente de AFAPINTA, se mostraron satisfechos con la resolución definitiva que emitió el MEIC en contra de American Paint.

dio a la investigación.

Por su parte Mauricio Vargas, Gerente de Mercado de Kativo para Latinoamérica, explicó que aunque haya sido un proceso largo, de dos años, se logró demostrar el daño grave a la industria nacional por prácticas dumping.

"Esta situación de la competencia desleal estaba afectando a la industria nacional, pues impedía competir con precios justos", señaló Julio López, Presidente de AFAPINTA.

Para la imposición de las medidas antidumping se requiere la comprobación de tres elementos fundamentales, como la existencia y comprobación de un margen de dumping, que exista un daño o amenaza de daño a la producción nacional y que ese daño sea causado por las importaciones a precio dumping.

Durante toda la investigación, se estableció la existencia de estos tres elementos comprobándose un margen de dumping de 516.69%. **TTT**

CARRETILLAS IMACASA



Mango plástico para mejor agarre y manejo.

CERTIFICADO DE CALIDAD

Busque logo Imacasa sellado de garantía.



LAS ORIGINALES

Tolva amplia y resistente.



Llanta con sistema de rotación de buje para trabajo duro.

imacasa

DESAFIANDO EL TIEMPO... POR SU CALIDAD

IMACASA: ORGULLOSAMENTE CENTROAMERICANA
www.imacasa.com

PINCELADAS

Construcciones de calidad

En pocos días, muchas empresas productoras de bloques de concreto de Costa Rica obtendrán certificaciones de la calidad de sus productos, mediante lineamientos y procesos, que está implementando el Instituto Costarricense del Cemento y del Concreto (ICCYC), bajo un programa denominado "sello de calidad".

Como muchas empresas de este tipo en Costa Rica tienen limitaciones de recursos, no les ha sido posible desarrollar e implementar procedimientos en busca de una mejora de la calidad del producto que elaboran. Dada esta situación, es que el ICCYC se interesó en buscar la calidad de los productos, para ayudar a que mejoren las construcciones que se están desarrollando en nuestro país.

El programa ya inició, mediante una gestión que realizó el ICCYC con el Instituto de Normas Técnicas de Costa Rica (INTECO), entidad que en Costa Rica tiene la potestad jurídica y la capacidad técnica de implementar un proceso de certificación de producto, según la Ley 8279 del Sistema Nacional para la Calidad.

La empresa nacional Bloquisa, ubicada en Desamparados, es parte del plan piloto que implementa el Instituto Costarricense del Cemento y el Concreto con este proyecto.

BLOQUISA es una empresa productora de bloques de concreto que cuenta con una producción diaria de 5000 bloques aproximadamente y un equipamiento sencillo. **TR**

¿Cómo hacer un estudio de factibilidad?

Sea para un negocio nuevo o en expansión, debe responder infinidad de interrogantes; cuando las resuelva, identificará qué es lo mejor para usted y estará dando los primeros pasos para un estudio de factibilidad adecuado.

Antes de "embarcarse" en cualquier negocio, es prudente determinar si su producto o servicio está llenando un "vacío" en el mercado, si va a competir con proveedores consolidados, con más experiencia, clientelas más grandes o leales y con menores costos.

Tome en cuenta que siempre habrá clientes insatisfechos, productos de baja calidad, servicio lento. Recuerde ante todo, que su estudio de factibilidad debe examinar los negocios de la competencia, sus clientes y así podrá determinar cómo va a responder usted para superarlos.

Hágase infinidad de preguntas:

¿cuál es el grado de especialización y competencia de ellos? ¿Cuán conocidos son? ¿Cuál es su capacidad de mercadeo? ¿Lo hacen mejor o no tan bien como usted lo haría? ¿Cómo y por qué? ¿Ofrecen un precio mejor? ¿Más opciones? ¿Tiempo de respuesta más rápido? ¿Cuán bien les está yendo en sus negocios? ¿Tienen servicios u horas limitadas? ¿Están luchando o creciendo? ¿Cuál es su participación en el mercado existente? ¿Cuáles son sus clientes actuales? ¿Por qué podrían sus clientes pasarse con usted? ¿Están demasiado lejos? ¿Sus existencias están agotadas o completas? ¿Están a pleno rendimiento, o no se dan abasto?

¿Qué hay de especial en usted: su propiedad, la calidad de su servicio, sus precios?

¿Cuáles son los factores críticos para el éxito en este negocio? **TR**

EXPERTO

* Por Luis Guillermo Quesada Sibaja



Estrategias exitosas de marketing ferretero

Para mercadear un negocio ferretero se debe tomar en cuenta una serie de factores importantes que van a incidir en el éxito de la estrategia seleccionada, ya sea para iniciar una ferretería o, mantener y expandir la que usted ya tiene.

De inicio, un estudio de mercado le permite conocer y evaluar los factores de los que depende el éxito de cualquier negocio. Así que, es muy recomendable que sea lo primero que debe hacerse, ya que del resultado que se obtenga, se deciden las acciones que determinarán el desarrollo exitoso de la empresa.

De hecho, si un estudio es mejor no proceder, pues es un dinero invertido que le protege de una pérdida elevada.

La creatividad y diferenciación son dos elementos indispensables. Aprenda a diferenciarse dentro del sector, ofrezca novedad, valor agregado, un servicio personalizado que fomente que sus clientes actuales regresen una y otra vez. Recuerde que ya no existen los clientes cautivos o exclusivos, por lo que hoy, ser negociante es saber que lo importante no es "vender" sino que los clientes compran y sobre todo, crear las condiciones para que "re-compren", que tengan el interés de regresar.

Otro elemento es que es una tendencia humana pensar en hacer todo en grande. Los inversionistas que se interesan por iniciar un negocio en grande, eso es como un suicidio, sobre todo si no se tiene experiencia en el sector. Lo ideal es empezar poco a poco para obtener ese éxito que se busca en forma gradual y sobre todo, con bases sólidas.

Ahora, si usted tiene un negocio esta-

blecido y decide abrir una o más sucursales, sea prudente porque el hecho de que le haya ido bien, incluyendo llegar al día de hoy sin un estudio de mercado o un plan de negocios, no le da una fórmula que le brinde seguridad de que si abre más sucursales, le irá igual. De ahí, la importancia de invertir en un estudio de mercado.

Los estudios de mercado

Son un conjunto de factores que deben conocerse y evaluarse para minimizar los riesgos al tomar decisiones empresariales, elementos que van desde el estudio o análisis del sector y del lugar en el que se desea operar, hasta la recuperación del capital y las estrategias publicitarias. El ferretero que desea iniciar o ampliar un negocio, debe también planificar tanto los desembolsos como los ingresos, determinar el tiempo que se requiere para alcanzar el punto de equilibrio, después apenas empieza la etapa de la recuperación del capital, y posteriormente recién se empieza a obtener las tan deseadas ganancias.

Una inversión es para operarla en el tiempo, por lo que es peligroso, que por "ahorrarse" un estudio de mercado, se exponga el capital familiar al fracaso.

* d.b.a. Marketing Especialista en conducta del consumidor **TR**

Central de mangueras s.a. Empresa Certificada ISO 9001:2000

- Manómetros
- Máquinas de lavado
- Reguladores
- Filtros
- Mangueras multiuso

www.centraldemangueras.com

Tel. (506) 256-1111 • Fax: (506) 256-1740

ventas@centraldemangueras.com

Soluciones INTEGRALES para la Industria Ferretera

MACHETES IMACASA

CERTIFICADO DE CALIDAD

Hoja de acero indestructible.

Identifíquelo por su viñeta amarilla original.

Filo duradero.

Busque logo Imacasa sellado de garantía.

Original cacheta indestructible, fundida a la hoja.

N° 808

imacasa

DESAFIANDO EL TIEMPO... POR SU CALIDAD

IMACASA. ORGULLOSAMENTE CENTROAMERICANA

www.imacasa.com

Estrategias para sobrevivir en la "selva empresarial"

El objetivo de toda empresa es liderar el segmento de mercado en el cual centra su actividad, pero para ello debe disponer de ventajas competitivas que la hagan distinta de sus competidores.

Se plantea entonces la pregunta de: ¿cómo diferenciarse de los demás para tratar de ser más competitivos? Podemos tratar de conseguirlo a través del precio. Esto funcionaría siempre que contemos con unos elementos que influyan en el precio de nuestro producto o servicio que no puedan ser copiados por nuestra competencia, ya que de lo contrario, corremos el riesgo de que una nueva empresa se instale con un precio igual o inferior.

Esto nos obligaría a bajar el precio, y así sucesivamente hasta llegar a unos márgenes que pongan en peligro la supervivencia de ambas empresas. Tampoco podemos pensar en bajar el precio a cuenta de mermar la calidad de nuestro producto o servicio, pues corremos el riesgo de deteriorar la imagen de la empresa.

Si estamos pensando en actuar sobre los factores internos de la empresa, sobre cada una de las partes en las que la empresa actúa hasta vender el producto o brindar el servicio final: en la forma en que se utilizan los recursos, ya sean materiales o humanos, una gestión más eficaz, etc., esto

redundará en la mejora de su calidad. Se trata de estar constantemente mejorando, perfeccionando, innovando, se trata de estar abierto a nuevos cambios en la gestión de los recursos que redunden en una mejora continua de nuestra empresa.

Si, por el contrario, tratamos de actuar sobre los factores externos, los que actúan en el mercado o los que influyen en nuestros productos o servicios, la mejor fórmula es diferenciamos de la competencia: en la manera de encarar la publicidad, en la forma de promocionarnos, en el servicio de post-venta, en la generación de mayor valor a los clientes.

Evitar el estancamiento

Para seguir generando valor y no perder competitividad es necesario evitar el estancamiento, analizando los cambios que se van produciendo en el mercado y su entorno, y manteniendo la agilidad necesaria para responder ante los cambios adaptando la estructura de nuestra empresa, pero existen diversos factores que a veces impiden una respuesta eficaz a estos cambios: por

ejemplo, el sentimiento de 'estar acomodados', la desconfianza, la mentalidad tradicionalista, etc.

Estos factores no se suelen dar, curiosamente, en las nuevas empresas que acaban de llegar al mercado y que han analizado la situación del mismo, y están preparadas para conquistarlo. Estas empresas no tienen ya un saber desarrollado, creencias, experiencias, el acceso al capital, etc.; sin embargo, tienen como principal activo el potencial humano o dicho de otra manera, el conocimiento de su personal, y una visión abierta hacia los cambios que se están produciendo a su alrededor.

En conclusión: en cualquier empresa, la estrategia de crecimiento debe estar enfocada teniendo en cuenta el entorno dinámico en el que se mueve, es decir, estar preparada para el cambio, y por otro lado, buscar elementos diferenciales con respecto a la competencia, bien sea en los factores endógenos o en los externos que los haga difícilmente imitables, por lo tanto, se trata de profundizar en las ventajas competitivas de que dispone la empresa.

Para que cualquier empresa, comercio, negocio o profesional independiente no se quede obsoleto y mantenga su rentabilidad, y por ende su competitividad, debe estar continuamente adaptándose a la realidad, pero hay que hacerlo de forma activa, y antes de que lo haga la competencia, cuando reaccionemos puede que sea tarde, lo que indica la importancia de ir detectando oportunidades, cambios, en el entorno cambios en los mercados, utilizando la creatividad como herramienta que nos permita elaborar nuevas ideas en base a datos ciertos y precisos.

En definitiva: es fundamental involucrar al personal de la empresa a participar de un proceso de generación de ideas que permita adaptarse al entorno cambiante y complejo de la actualidad. Y las empresas de hoy, sobre todo en Latinoamérica, necesitan, antes que grandes capitales e incluso grandes ideas, estrategias inteligentes que les permitan adaptarse 'a los cambios que presenta la realidad'. ■■

Fuente: www.mercadeo.com

Competir para seguir vivo

Expertos en el medio ferretero, en mercadeo, en negocios pequeños y grandes, coinciden en que la mejor estrategia para seguir atrayendo clientes, crecer y ser competitivos es ofrecer valor agregado y un alto servicio y no importa el tamaño del negocio, esto va para chicos y grandes.



Mauricio Rivera, Gerente del Do It Center Papagayo, indica que ellos han basado su crecimiento con estrategias de capacitación al personal, que van desde detalles sobre cómo exhibir los productos hasta cómo usarlos para asesorar al cliente.

Negocios ferreteros hay muchos: pequeños, grandes, tradicionales, de auto servicio, populares, familiares, extranjeros y hasta innovadores. Algunos tienen 20 años de existencia o hasta más, han pasado de generación en generación.

El factor de desarrollo y crecimiento para muchos ha sido el dinamismo del mismo mercado ferretero, que es amplio en líneas.

Este mercado permite que todos entren en una competitividad continua, fuerte y constante, tanto para empresas pequeñas como grandes. Hablar de ferreterías es como decir negocios de soluciones donde todo es válido.

Todos vivimos rodeados de esos lugares donde siempre buscamos alguna solución. Ahí están también, esas empresas gigantes que ofrecen novedades que en apariencia amenazan con

desaparecer a los pequeños, pero ha sido todo lo contrario, estos negocios se han fortalecido con el tiempo y conforme a cada necesidad o de la zona donde se ubican.

De acuerdo con Francisco Murillo, Gerente de Compras Internacionales de Cofersa, y todo en experto en el gremio ferretero, para que una empresa pueda crecer o mantenerse en el mercado, sea grande o pequeña, lo que debe es diferenciarse de los demás, ofreciendo siempre un mix de productos, reforzando siempre el negocio. "Crecer no se puede lograr únicamente limitándose a la compra local, a lo común, por eso en Ferreterías El Mar, nos consolidamos cada día más, implementando esa estrategia de la diversificación", aseguró Murillo.

Un sistema que siempre ha resultado dentro de este mercado, según Murillo, es ofrecer valor agregado, mejorando en los servicios.



Diversificación

Luis Guillermo Quesada, D.B.A en Marketing y Especialista en Conducta del Consumidor, explicó que por lo general, las pequeñas ferreterías son negocios familiares, por lo que, es muy importante que los propietarios traten de manejar el negocio como si no fuera propio, para así llevar un mejor control. Los pequeños negocios no

deben tratar de imitar a los grandes, según el experto en marketing, el factor indispensable es diversificarse, porque lo importante es que las pequeñas ferreterías puedan crear un servicio de altura, con un valor agregado. El empresario debe tomar en cuenta que lo más importante para una ferretería es tener clientes satisfechos, porque es posi-

ble que regresen al mismo lugar de compra. Según Quesada, el asunto es hacer sentir al cliente importante, es especializarse en servicio al cliente. “Formas de dar valor agregado hay muchas, como formas de pago, créditos, facilidades en la entrega de pedidos, y mucho más. Los pequeños tienen por ventaja que se ajustan a las necesidades de los clientes,

ofreciendo un contacto más directo”, aseguró el experto.

Do It Center hacia arriba

El crecimiento constante de la construcción en Guanacaste, así como haberse ido adaptando a las necesidades que ha presentado el cliente de la zona, ha sido el factor responsable de que Papagayo Do It Center esté

Do It Center Papagayo, en Guanacaste.

catalogado como uno de los negocios prolíferos de este gremio, no solamente en la zona, también de nuestro país. “Definitivamente, sin eso el crecimiento de la tienda no podría haberse desarrollado, a través de los 3 años y medio que tenemos de estar”, dijo

Mauricio Rivera, Gerente de la empresa. De acuerdo con Rivera, es definitivo que se puede seguir creciendo en la zona a un largo plazo, por lo que en Papagayo Do It Center, en un muy corto plazo van a introducir la línea de materiales de construcción, de

nuevo. “Es que se había dejado en un inicio, porque en ese momento el desarrollo importante donde estamos ubicados no se estaba dando todavía con la fuerza con que se necesitaba, además porque decidimos enfocarnos más los recursos a todo lo que el cliente nos pedía y que no se podía conseguir en la zona”, explicó Mauricio. En el Do It Center, siempre están en constante ampliación de líneas e introducción de nuevos productos, según Rivera, cada vez que asisten a las ferias de la corporación “Do It Best”, procuran buscar productos nuevos e innovadores. Papagayo Do It Center es miembro de la Corporación Do It Best, un proveedor para detallistas con más de 72 mil productos, representando unas 4,100 ferreterías miembros en los 50 estados de EEUU y en 45 países del mundo incluyendo México, El Salvador, Honduras y Panamá.

Nacional o extranjero

Cada tienda tiene su propio dueño, la mayoría tienen su nombre propio o pueden incluir los nombres de “Do It Best y Do It Center” como parte de la señalización del negocio. “Son muchas las ventajas al pertenecer a esta corporación”, dijo Rivera. Cada tienda puede obtener sus productos a través de uno de los 7 centros de distribución en los Estados Unidos o directamente del fabricante. Mauricio Rivera, contó que en el Papagayo Do It Center, han

enfrentado al mercado tico con una mezcla especial del producto correcto, “ha sido atraer al cliente por igual, tanto al extranjero como al nacional, porque tienen gustos similares, son muy parecidos en muchas cosas, aunque en otras difieren totalmente. Es poder lograr esa mezcla que atraiga ambos mercados por igual”, explicó el Gerente del Do It Center. Son muchas las estrategias que han implementado en el Papagayo Do It Center, para haberse posicionado como un negocio ferretero fuerte. Rivera señala que constantemente se está capacitando al personal, en ocasiones por medio de proveedores, o con videos y material que les presta la corporación Do It. “Como parte de la corporación, todos los meses envían videos, donde hablan de diferentes temas muy variados, por ejemplo cómo exhibir un producto, cómo utilizarlo, cómo tratar de minimizar los robos en este tipo de negocios, en fin, todo lo relacionado a la operación de la empresa”, contó Mauricio. Siempre hay un tiempo de ajuste o de adaptación, en todo negocio. “Nosotros estamos rodeados de negocios pequeños, que aun con nuestra llegada ahí están. Probablemente, sigan igual, se han mantenido, mientras sigan trabajando de la misma forma como han venido haciendo”, aseguró Rivera. La relación entre un negocio grande y uno más pequeño, Mauricio Rivera, lo compara cuando

EN CONCRETO Competir para seguir vivo

los supermercados empezaron a abrir en el país hace muchos años.

“Se pensó que los más pequeños iban a terminar fracasando y no es así, usted no va a comprar algo poco en el supermercado, sino al lugar más cercano. Uno va donde le queda más cómodo, indiferentemente de si hay poca variedad o si el precio es más alto o más bajo, lo mismo sucede con una ferretería”, explicó.

Fortaleza Guadalupana

En el Guadalupano, la estrategia que han utilizado en los últimos años, para posicionarse como negocio ferretero importante, ha sido tratar de dar un servicio total al cliente enfocándose más que en las necesidades del consumidor, en un servicio completo, donde el cliente se sienta único

Leonardo Barrantes, Gerente de Mercadeo del Guadalupano, dice que el valor agregado es lo más importante para la empresa. Lograr la satisfacción total del cliente, hace que las empresas ferreteras crezcan.

Leonardo Barrantes, Gerente de Mercadeo del Guadalupano, dice que el valor agregado es lo más importante para la empresa, “tratamos de implementar muchos factores, desde novedosas tecnologías, hasta un amplio servicio en el transporte, además hemos extendido el servicio de telemercadeo, conceptualizando diferentes servicios, como separar la venta de pinturas en un centro especializado, con gente especializada, eso con la ayuda de nuestros proveedores”, explicó Barrantes.

Según el gerente de mercadeo, a ellos les interesa no solo tener buenos precios, sino dar cali-

dad, además se han enfocado en buscar mejores opciones con variedad. “Eso ha sido lo que nos ha hecho crecer; es una mezcla de varias cosas”, contó Barrantes.

Si se puede seguir creciendo dentro del gremio, según Barrantes, y asegura que seguirán creciendo gracias al esfuerzo de muchas personas, al trabajo diario, a la construcción que crece constantemente.

“Esto va para adelante y para seguir creciendo hay que trazarse metas de importancia, serle fiel a los conceptos que uno ha desarrollado y viene trabajando con el tiempo”, dijo.

“La competencia está muy fuer-

te y eso es lo que lo hace surgir a uno”, señala Barrantes, como lo que los diferencia a diario.

“En este mercado hay campo para todos. Nosotros estamos rodeados totalmente de esos pequeños lugarcitos que en algún momento llegan a ser la solución para muchas personas y nosotros lejos de intentar destruirlos o quebrarlos, lejos de enfocarnos en ellos, nos enfocamos en nosotros, por ejemplo buscando mejores opciones a nivel de todo, materiales para todo tipo de nivel social”, señaló Barrantes.

El Gerente de mercadeo, asegura que vienen muchos proyectos interesantes dentro del Guadalupano.



Pequeños con fuerza de tradición

Realizamos un sondeo por diferentes negocios ferreteros del país, que se encuentran cerca de empresas grandes y preguntamos: ¿cómo se las ingenian para seguir atrayendo clientes y enfrentar la competencia de los grandes?

Ferretería Arguedas

Guadalupe. 21 años de existencia

“Todavía la cultura del tico no se acostumbra a los mega lugares, es como decir que la pulpería del pueblo no se puede eliminar, igual pasa con las ferreterías pequeñas, porque suplimos la necesidad que los grandes no pueden. Ofrecemos un servicio más personalizado, ofertas especiales. Los grandes nos han obligado a modernizarnos. Damos un valor agregado especial, por ejemplo a partir de abril, nosotros como estrategia vamos a implementar un sistema de tarjetas de cliente frecuente”, dijo Geovanny Monge del Departamento de Contabilidad y Programación.

La Ferre

Pavas. 30 años de existencia

“El fuerte de esta ferretería que está rodeada de grandes, es la atención al público, mejoramos con los precios, con el servicio, los horarios, la amplia gama de líneas y variedad en productos”, contó Carlos Jiménez, Gerente de Ventas.

Ferretería La Única

Desamparados. 102 años de existencia

“Este es un negocio pequeño que ha pasado de generación en generación, somos los cuartos dueños. Tenemos una sociedad, mi esposo, y mis dos hijas. Ofrecemos precios más bajos, una atención y contacto con el cliente más directo, con un servicio completo, nuestro fuerte son las líneas ferreteras”, explicó Nuria Castillo, Copropietaria.

Ferretería Disousa

San José. 26 años de existencia

“Ofrecemos buena existencia de materiales. Lo que no encuentran aquí no está en ningún lugar. Nuestro servicio y atención al cliente es excelente. Nuestro fuerte es la ferretería, los grandes lo que ofrecen son complementos”, aseguró Félix Ulate, Copropietario.

Ferretería del Centro

Escazú. 20 años de existencia

“Nos mantenemos por la tradición. Somos una ferretería pequeña con un servicio personalizado, brindamos soluciones inmediatas, si no tenemos lo que el cliente pide lo conseguimos y hasta recomendamos dónde pueden encontrar lo que buscan aunque sea en la competencia. Esa es nuestra estrategia, con un servicio al cliente completo”, dijo Víctor León, vendedor. **TYT**



Francisco Murillo, Gerente de Compras Internacionales de Cofer-sa, indica que para que una empresa se mantenga en el sector a pesar de la fuerte competencia, debe buscar elementos diferenciadores como mantener variedad en sus líneas de productos.



Innovación en productos y servicio

Black & Decker fortalece el área de servicio en las diferentes ferreterías del país, mediante la capacitación técnica, además de introducir dos productos innovadores al mercado.

Como ventaja competitiva, la empresa Black & Decker ofrece marcas de fuerte trayectoria y reconocimiento internacional, brindando como valor agregado, más que indispensable, un servicio post venta de altura, para cualquier herramienta o artefacto Delta, Porter Cable, Dewalt y por supuesto Black & Decker.

Esta empresa cuenta con un programa de capacitación constante, que abarca toda la red de servicio, en sus 19 centros, alrededor del país, desde hace muchos años, porque su objetivo es brindar un asesoramiento adecuado a los clientes.

Según Fernando Suárez, Gerente

General de Aplicaciones Electromecánicas, para ellos es sumamente importante que el empleado esté capacitado al cien por ciento, a como van innovando, "nuestro fuerte es el servicio post venta, y en eso nos diferenciamos con nuestras marcas líderes, con un buen posicionamiento", contó Suárez.

Charlas técnicas

El mes anterior, realizaron una capacitación sobre generadores de la marca Porter Cable y roto martillos Dewalt, "son charlas técnicas que se van realizando en los diversos centros de servicio, los asociados valoran y aprovechan mucho estas asesorías, intercam-

bian opiniones y discuten sobre la temática que se desarrolla", dijo Jenny Wong, Coordinadora de la Red de Servicio.

Los entrenamientos se realizan dependiendo de la necesidad que va presentando el mercado. Para esta empresa es tan importante la capacitación en servicio que ya están desarrollando un programa especial en las diferentes ferreterías del país, realizan una inducción a los ferreteros para que tengan un conocimiento más amplio en cuanto a sus productos.

"La idea es que guíen al cliente, por ejemplo, recomendar algo tan básico cómo cuál es el repuesto ideal en las diversas herramientas

o qué tipo de carbón deben utilizar", explicó Wong.

Los agentes de ventas están capacitados, como asesores técnicos, para que empiecen a implementar este programa por las diversas ferreterías. "Para nosotros, los clientes y asociados son lo más importante, por eso estamos fortaleciendo el área de servicio", aseguró Wong.

Como más que un valor agregado, Black & Decker ofrece novedad, con dos productos innovadores, que se introducirán al mercado en los próximos meses, y serán indispensables para su negocio: un roto martillo y un taladro. **TYT**



EN BODEGA

Déle paso a las llaves

Las características de las válvulas es el factor que va a determinar la adquisición o variación de una llave. Marcas hay muchas, al igual que calidades y diseños, sin embargo, representan una solución de alto valor para las construcciones.

Las hay italianas, españolas, chinas, americanas; de varios colores y diversos tamaños, con capacidades diversas y múltiples diseños. Son ante todo, llaves especiales, de bola o de paso, que no deben faltar en su negocio, por la utilidad fundamental que tienen sobre todo en las construcciones.

Hay llaves en hierro galvanizado, en cobre, de bronce y en acero latonado.

La empresa Proveeduría Total distribuye llaves con paso reducido ampliado, de la marca NIBCO.

De acuerdo con Francisco Herrera, Gerente de la empresa, las llaves que ofrecen son de bronce. "Son productos de excelente calidad, de una marca reconocida y con garantía contra cualquier defecto de fabricación", contó Herrera.

La ventaja de las llaves con paso ampliado es que son especiales para un mayor caudal, y también se le puede ajustar a la válvula para paso corriente, dependiendo de la posición, pero el uso que se le da a las llaves de paso, según Herrera, va a depender de la presión.

Las válvulas de las llaves tienen características específicas, pero es dependiendo del uso que se le va a dar al producto que se debe hacer la elección.

En Proveeduría Total, ofrecen llaves certificadas con normas internacionales, con capacidad para 150 libras de presión para agua y vapor a 800° F.

Cofersa distribuye llaves de bola o paso Imacasa, en tamaños de hasta 2 pulgadas. Son en cuerpo fundido de bronce y con un sistema de cierre hermético, y específico de compuerta.

Válvulas y llaves

Hay con válvulas de compuerta, que son especialmente utilizables cuando se requiere un dispositivo que permita interrumpir o cortar el paso del fluido en una línea. Su instalación es independiente del sentido del fluido.

Su diseño es variable, en cuña sólida, empaques anticorrosivos yugo atornillado, bridado o yugo soldado.

Las de válvula de globo, son para regular el paso de un fluido. Debido a su alta caída de presión, aún cuando se encuentre totalmente abierta, no son recomendables cuando se requiera un flujo continuo, pero se pueden utilizar para fluidos que contengan partículas en suspensión.

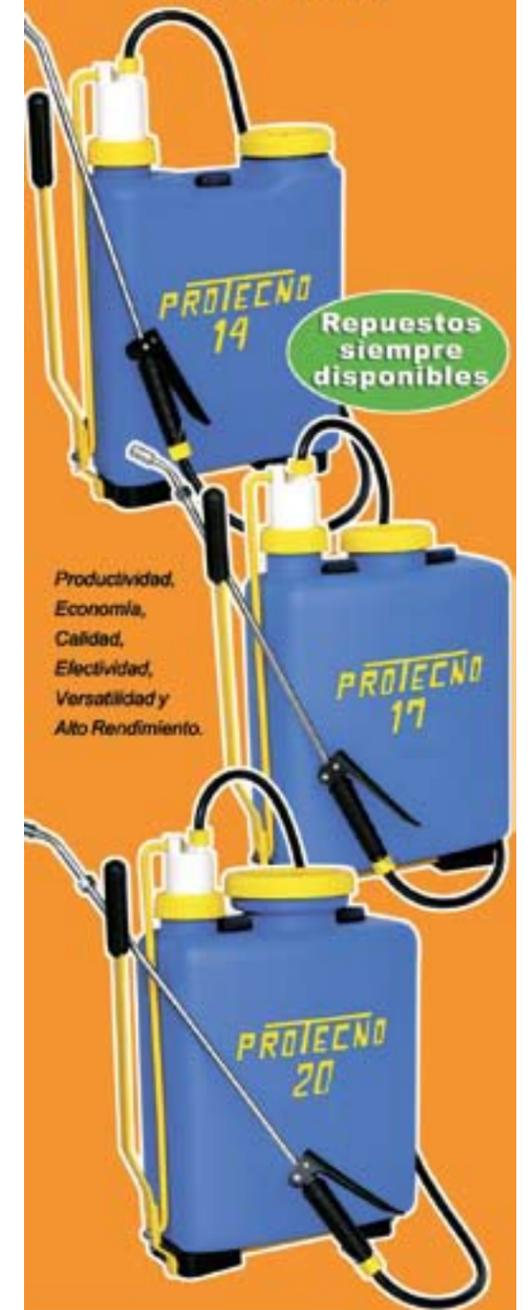
Pueden venir en disco suelto (tipo cono), asiento estelitzado renovable o vástago con cuerda externa.

El objetivo principal de las válvulas de retención, es el de proteger bombas o equipos similares, que permitan el paso de un fluido por una línea solamente en un sentido, impidiendo de esa manera, el regreso del fluido cuando se presenten contrapresiones. Su instalación únicamente es en posición horizontal. **TYT**



PROTECNO

LIDERES EN ROCIADORES DE MOCHILAS



DESAFIANDO EL TIEMPO... POR SU CALIDAD

IMACASA: ORGULLOSAMENTE CENTROAMERICANA
www.imacasa.com

EN BODEGA

Atraiga clientes por carretillos

Productos como los carretillos son muy utilizados en labores de construcción, acarreo de tierras y otros, por lo que es importante que brinde a los clientes soluciones con garantía, buen precio y calidad.

Definitivamente, en su negocio no pueden faltar los carretillos, y es que los hay en diversidad de tamaños o diseños, porque recuerde que el cliente siempre busca variedad. Ofrezca usted una amplia gama de estos productos, pero asegúrese de que sean productos que tengan como valor la calidad.

Empresas que distribuyen hay muchas, al igual que la variedad, las marcas y por supuesto, las calidades. Tenga cuidado porque no todos los carretillos tienen misma durabilidad y resistencia. Recomiende a sus clientes productos que ofrezcan garantía, y respaldo, de una empresa conocida.

Andrés Zamora, Gerente Gene-

ral de Imacasa, dice que los ferreteros deben tener productos de calidad en sus negocios. "Nuestros carretillos todos son anaranjados, con el logo de nuestra empresa en relieve, ojalá que busquen ese logo, porque andan en la calle muchas imitaciones que no tienen la misma calidad Imacasa", aseguró Zamora.

Los carretillos Imacasa son reforzados, según Zamora, y en eso se diferencian con las imitaciones, por lo que, "la calidad se la asegura el comprador, buscando el logo en relieve".

Los tamaños distribuidos por esta empresa se ofrecen de 4.5 pies cúbicos, este estilo tienen el chasis reforzado, son de llanta sólida, montado en un pin, debi-

damente sellado, "esto es muy ventajoso porque ayuda a evitar que se les adhiera concreto que muchas veces traba las llantas", explicó el Gerente de Imacasa. También hay carretillos de 5.5 pies cúbicos. Estos son de llantas inflables, montados en un rol sellado, para que así no les entre agua y se dañen, "tienen más agarre, son ideales para terrenos especiales".

Es importante que los clientes tengan conocimiento que estos productos de la empresa Imacasa tienen certificados ISO 9001, que aseguran un estándar óptimo de la calidad, según Andrés Zamora, tienen garantía real, contra cualquier defecto de fabricación.

Importados

La corporación Do It best, importa los carretillos de la marca True Temper y los comercializa, a través del Do it Center Papagayo. Estos carretillos se ofrecen en diversidad de tamaños, y en colores negro y anaranjado, de acuerdo con el encargado de esta área, son productos de excelente calidad por las características que presentan.

"Las llantas son inflables y eso hace que se vuelvan más suaves al momento de ser utilizados", dijo Rivera.

A través de la corporación Do It Best, se importan bateas más grandes y con mayor capacidad, pues consideran que de esa manera le están brindando más ventajas a los clientes. **TYT**

BAJO TECHO

¿Tener o no tener cerámica?

Algunos fabricantes aseguran que no hace falta llenar su negocio de cerámica, pues sus entregas son inmediatas, mientras otros apuestan a que no tener el inventario en el establecimiento puede provocar que el ferretero pierda ventas inmediatas.

Los pisos cerámicos son acabados más que indispensables para las construcciones, y más ahora que cada vez más están creciendo en las diferentes zonas del país. Esta situación obliga a los ferreteros a tener este producto en sus negocios y está más que comprobado que son elementos estratégicos de comercialización.

No siempre la adquisición o exhibición de este producto le va a quitar espacio a su establecimiento, porque está la opción de hacer una sala de exhibición, o bien, tener únicamente muestras en su local, aunque el tiempo de entrega va a depender de la empresa proveedora.

Por ejemplo, con Cerámica Florentina, "usted realiza un pedido y al día siguiente lo tiene", según afirma Carlos Tencio, Gerente de Ventas, de Cerámica Florentina, quien señala que "son muchas los beneficios de tener estos acabados en un negocio. Con Cerámica Florentina hay ventajas, porque somos fabricantes y distribuidores nacionales", aseguró Tencio.

Como fuerte, en Florentina, disponen de la continuidad de los productos, hay variedad en las series, además tienen diversos estilos, en tamaños de 33 x 33 y 40 x 40. En este momento,



Tener una sala de exhibición indudablemente ayuda a que los clientes observen los acabados y tomen ideas para sus construcciones.

cuentan con 50 distribuidores en todo el territorio nacional.

"Los ferreteros no necesitan llenarse de inventarios, les ofrecemos muestras y disponemos de grandes cantidades del producto, además si el cliente lo requiere, la entrega del material

es inmediata", contó Tencio.

La fábrica de Cerámica Florentina se ubica en Cartago, donde realizan el proceso completo de la producción, ahí controlan la calidad con alta tecnología y el diseño con automatización y físicamente. "El que la fábrica esté

en nuestro país nos brinda ventajas, por el tiempo de entrega de los pedidos", señaló.

Complemento

Juan Pablo Batalla, de la empresa Samboro, explica que lo importante de tener estos productos en las ferreterías, es que son un complemento en el área de acabados y cuando el cliente llega a un establecimiento a comprar para construir lo necesita todo, "si la cerámica no está puede que se pierda la venta. Es recomendable para todo negocio comercializador de productos para la construcción, contar con los cerámicos".

"En Samboro tenemos variedad de estilos y formatos para el gusto del cliente. En este momento, contamos con modelos nuevos en tres colores, de pisos de 31 x 31", dijo Batalla.

Samboro es una empresa fabricante y distribuidora de acabados para la construcción. "Disponemos de 150 modelos entre pisos y azulejos, además, mantenemos continuidad en los productos y poseemos además mucha existencia de cerámicos en nuestras bodegas, ubicadas en Heredia", contó Juan Pablo. Los pedidos hechos a Samboro, se pueden entregar en un lapso de 8 días, porque la fábrica se sitúa en Guatemala. **TYT**

Especial de soldadura

Importaciones de equipos de soldar y accesorios

Importaciones de la partida 8468*. Acumulado a noviembre del 2006. (US\$ y Kilogramos)		
PAIS	Valor	Peso
ESTADOS UNIDOS DE A.	417,037.8	33,044.0
TAIWAN, PROVINCIA DE CHINA	78,770.0	8,801.0
ITALIA	24,520.2	4,592.0
CANADA	16,762.5	1,203.0
MEXICO	10,380.2	2,155.0
BRASIL	8,640.8	168.0
JAPON	8,047.1	112.0
ECUADOR	5,052.1	1,608.0
COREA DEL SUR	4,200.6	612.0
SUIZA	4,034.3	3.0
ALEMANIA	3,914.5	57.0
COLOMBIA	2,960.1	108.0
ESPAÑA	2,088.3	1,191.0
CHILE	1,808.9	42.0
PANAMA	1,442.4	367.0
SUDAFRICA	1,034.4	5.0
CHINA	701.1	189.0
JAMAICA	395.2	83.0
GUATEMALA	257.7	1.0
VENEZUELA	211.9	101.0
FRANCIA	11.9	3.0
Total general	592,271.8	54,445.0

* Corresponde a Máquinas y aparatos para soldar, aunque puedan cortar, excepto los de la partida 8515; máquinas y aparatos de gas para temple superficial.

Importaciones de la partida 8515*. Acumulado a noviembre del 2006. (US\$ y Kilogramos)		
PAIS	Valor	Peso
ESTADOS UNIDOS DE A.	4,650,193.8	215,862.0
MEXICO	717,423.4	192,716.0
CHINA	337,366.0	93,741.0
REINO UNIDO	148,964.1	6,170.0
PERU	103,120.7	22,824.0
ITALIA	86,658.7	4,240.0
HOLANDA (PAISES BAJOS)	62,681.6	392.0
ESPAÑA	54,303.3	3,572.0
SUIZA	51,751.9	273.0
ALEMANIA	51,270.6	4,640.0
TAIWAN, PROVINCIA DE CHINA	36,337.2	9,384.0
BRASIL	35,225.2	20,026.0
CHILE	30,756.2	5,789.0
COREA DEL SUR	25,202.9	6,567.0
ARGENTINA	22,005.9	12,532.0
PANAMA	21,176.5	4,607.0
GUATEMALA	20,911.1	792.0
COLOMBIA	12,887.3	1,071.0
TURQUIA	12,861.9	2,366.0
IRLANDA	9492.98	1822
JAPON	8,824.5	1,184.0
SINGAPUR	6091.85	372
CANADA	4,521.0	251.0
FRANCIA	1,760.3	115.0
MALASIA	1,384.3	264.0
PUERTO RICO	1,172.0	1,541.0
HONG KONG	711.4	299.0
FINLANDIA	595.4	25.0
HONDURAS	411.2	602.0
ECUADOR	314.7	100.0
AUSTRIA	274.2	26.0
BELGICA	217.7	27.0
REPUBLICA CHECA	131.3	1.0
INDIA	109.4	20.0
SUECIA	84.1	16.0
ESLOVENIA	18.2	9.0
AUSTRALIA	12.6	10.0
EL SALVADOR	7.5	7.0
VENEZUELA	5.6	7.0
Total general	6,517,238.3	614,262.0

* Corresponde a Máquinas y aparatos para soldar, (aunque puedan cortar), eléctricos (incluidos los de gas calentado eléctricamente), de laser u otros haces de luz o de fotones, ultrasonido, haces de electrones, impulsos magnéticos o chorro de plasma; máquinas y aparatos eléctricos para proyectar en caliente metal o cermet.

Fuente: PROCOMER

Más que soldaduras

Para que un soldador se sienta plenamente satisfecho y realice un trabajo idóneo, debe poseer la maquinaria completa, las herramientas, los accesorios, y por supuesto, soldaduras de alta calidad, porque solo de esta manera se puede lograr el desempeño requerido.

Hay muchas empresas que distribuyen la amplia gama de maquinaria, al igual que marcas, calidades y complementos. Eche un vistazo por la diversidad de productos que ofrece el mercado. Conozca ese factor que hace a una herramienta o maquinaria un elemento diferenciador y ventajoso.

Recuerde que todo soldador tiene el derecho a protegerse, porque son numerosos los procesos de corte y las soldaduras que emiten radiaciones luminosas peligrosas. Sin embargo, los daños causados por la luz de alta intensidad pueden evitarse, si se utiliza la protección facial y ocular adecuada.

Esa situación hace importante la adquisición de accesorios especiales de seguridad como guantes y mascarillas. No olvide que hay infinidad de estos productos que reúnen una serie de características únicas de protección, en diversidad de marcas.

Recomiende también al cliente cuando debe adquirir una soldadura convencional o especial, la diversidad está multiplicada. Dependiendo de las características que requiere la estructura, así hay infinidad de productos.

Tome en cuenta

Leonel Cordero, Coordinador del Grupo Industrial de la empresa Capris, explicó que lo indispensable para el soldador es determinar el proceso que va a realizar. A partir de ese momento, se puede realizar una adquisición necesaria de la maquinaria.

"En Capris realizamos por tercera ocasión el mes del soldador. Le hemos llamado el Sue-

ño del Soldador, por ejemplo decir soldar es MILLER, con una máquina de excelencia; tener una herramienta de calidad es METABO y un consumible de calidad, en este caso es HILCO, o sea un soldador normal y profesional con esas 3 herramientas es un sueño", aseguró Cordero.

Máquinas hay muchas, y Francisco Herrera, Gerente de Proveeduría Total, recomienda las máquinas de corriente alterna o directa para trabajar las soldaduras 6010 o 6018, que son especiales.

El mercado se encuentra abarrotado de marcas para satisfacer los soldadores y trabajos más exigentes y por eso las importaciones de soldadura en maquinarias y artefactos llegan de muchos paises.

Aquí el acumulado de importaciones que hizo el país a noviembre del 2006. Datos suministrados por PROCOMER. **tr**

Buscamos DISTRIBUIDORES

WD-40

Penetrante Multiuso

Consulte: descuentos por cantidad

Hasta agotar existencias

Precio Especial
5,5 oz \$872* c/u + I.V.
8 oz \$1.080* c/u + I.V.

* Precio por caja de 24 unidades

Teléfonos: Grupo Ferretero: 519-5050 • Grupo Automotriz: 519-5030
 8000 Capris (227-747)

Variedad, respaldo y calidad Capris

Poseen la mayor diversidad en equipos y accesorios para el soldador, distribuyen marcas líderes con respaldo, a nivel mundial; una cantidad de accesorios y consumibles como la soldadura de la prestigiosa marca Hilco.

Por Capris

El sueño de cualquier soldador se puede hacer realidad en Capris, con la amplia variedad de maquinaria MILLER o CEBORA, con las herramientas líderes mundiales METABO y con las soldaduras de la más alta calidad HILCO.

"Nosotros vendemos por calidad de producto, nos interesa que el mercado tenga máquinas que ofrezcan soluciones rápidas. No se puede arriesgar la reputación de la empresa, no podemos vender cualquier máquina, además todos los equipos que distribuimos tienen soporte, ofrecemos respaldo y repuestos; disponemos de un taller propio", explicó Gerardo Gutiérrez, Gerente de mercadeo.

De acuerdo con Leonel Cordero, Coordinador del Grupo Industrial, han buscado dejar muy claro que Capris es un suplidor estratégico para el mercado de las soldaduras, "y lo hemos logrado a un alto nivel, Capris es el lugar para comprar los productos de soldaduras", aseguró Cordero.

Desde hace dos meses, Capris ahora es distribuidor de las soldaduras Hilco, por lo que, ahora en Capris un soldador encuentra todo lo que necesita.

En Enero se realizó el mes del soldador, según Cordero, con el objetivo de llamarle "el sueño del soldador", "porque ofrecemos un todo, con la maquinaria Miller, las herramientas Metabo, los accesorios de diversas marcas y las soldaduras de alta calidad Hilco" contó Cordero.

El evento ha sido un gran éxito, por lo que se extenderá al mes de Febrero. "Todos los viernes y sábados estamos realizando charlas con el apoyo de los técnicos de hilco, para brindar más capacitación al cliente, en cuanto a soldaduras y productos", dijo Leonel.

Alta calidad

Una de las marcas que distribuye Capris es CEBORA, el cual es un producto italiano de muy buena calidad a un buen precio.

Según Leonel Cordero, Cebora tiene maquinaria mig, tig, electrodo con la tecnología inverte. Además con la marca Miller, dice Cordero que, definitivamente hay calidad con un surtido enorme en máquinas que realizan todos los procesos: soldar por medio de electrodo, sistemas tig o mig, máquinas de combustión, máquinas de soldar de punto, máquinas de soldar en sistema inverte, equipos de corte plasmas

Miller ofrece garantía de un año en sus productos y de 3 años para el núcleo de cada máquina. "Es lo máximo a nivel mundial".

Los productos de la marca METABO son líderes alrededor del mundo. Por medio de Capris hasta taladros magnéticos para trabajos en metal se pueden conseguir, el cual es una innovación de taladro, trae una base magnética que se puede pegar a un perlingo o angular de metal y se puede taladrar con él, sujeto a la misma pieza, total comodidad y seguridad al trabajar.

Otro producto que solamente Capris tiene y que es especial para el soldador, es la esmeriladora angular WE 14-150ergo, de la marca METABO, es de solo 2.7 Kg, de peso, pero con una fuerza de 1400 W, es especial, según el coordinador del grupo industrial.

En cuanto a los accesorios Capris dispone de una gama muy amplia, "tenemos desde un limpia boquillas para cortadoras de acetileno, hasta máquinas electrónicas", dijo Leonel Cordero.

Los productos protectores que un soldador necesite los encuentra en Capris; las mascarillas para soldar son especiales, algunas elec-



Capris dispone de todo tipo de Soldaduras, por medio de hilco. "Somos el único distribuidor que tiene en este momento soldaduras especiales de la marca Hilco, de los normales cualquiera vende, especiales solo Capris las tiene", enfatizó con Leonel Cordero, Coordinador del Grupo Industrial de Capris.

trónicas, las cuales se oscurecen conforme al rayo de luz que genera el electrodo a la hora de soldar, con una rapidez hasta 1/20000 segundos, los precios son variables, la calidad es alta y brindan mucha seguridad al trabajador. ■■■

Calidad de por vida
al mejor precio



Miller.



Conarco la solución en soldadura

El objetivo de la soldadura es básicamente unir dos o más piezas metálicas por medio del suministro de calor o presión, o la combinación de éstos, de tal manera que los metales soldados conserven sus propiedades mecánicas y químicas.

Existe evidencia de técnicas empleadas siglos atrás para alcanzar este objetivo. Sin embargo, la concepción de la soldadura tal y como la conocemos en la actualidad, data del año 1,904 a través de la invención del electrodo revestido por parte del Ing. Oscar Kjellberg, fundador de ESAB. En 1907, Kjellberg patenta el proceso de soldadura al arco con electrodo revestido, proceso que consiste en la fusión del material base y los metales componentes del electrodo, mediante la inducción de calor logrado a través del establecimiento de un arco de corriente eléctrica. Este método alcanza gran popularidad gracias a las ventajas que ofrece:

- Baja inversión inicial y bajo costo de operación
- Equipamiento simple y transportable
- Posibilidad de uso en lugares de difícil acceso o sujeto a fuertes vientos
- Gran versatilidad, dada la vasta disponibilidad de electrodos para empleo en una amplia gama de materiales ferrosos y no ferrosos.
- Variedad de materiales según los requerimientos de la

junta a soldar. En este proceso múltiples factores internos y externos son los responsables de la obtención de un depósito de soldadura en forma de cordón con las características adecuadas. Influye entre otros, la pericia y práctica del operario, la velocidad de deposición, las propiedades físico-mecánicas de los metales a unir, la calidad del flujo eléctrico, el estado y capacidad del equipo de soldar y la óptima selección del amperaje.

Amplia experiencia

El Grupo Conarco ha evolucionado a lo largo de sus más de 100 años de experiencia como el líder absoluto en el mercado de consumibles y equipo para soldadura y corte. Sus productos tienen presencia comercial en más de 100 países, y posee 42 plantas de producción en 19 países. En el año 2,005 registró ventas cercanas a los 2,000 millones de dólares. Su recurso humano lo constituían 9,300 empleados. CALIDAD, CONFIABILIDAD y TECNOLOGIA son las claves del éxito.

A partir del año 1996 el fabricante argentino Conarco pasa a formar parte del Grupo ESAB. Tiene dos plantas de

producción de consumibles, equipo de soldadura, procesos de automatización y sistemas de corte. Cuenta con un amplio catálogo de productos que permite ofrecer una eficaz solución a los más variados requerimientos de los diversos sectores industriales.

Es característico de los recubrimientos de los electrodos Conarco con mayor porcentaje de polvo de hierro, lo que le confiere las características que se detallan:

- Aumento de la tasa de deposición y consecuentemente un mayor rendimiento del electrodo y un menor costo por longitud de soldadura.
 - Incremento en la velocidad de trabajo hasta de un 30%, con lo cual se obtiene una reducción del costo de mano de obra.
 - Aumento de la fluidez de la escoria debido a la formación de óxido de hierro, lo que facilita la remoción de esta.
 - Aumento de la estabilidad del arco.
 - Mejora el arrastre del electrodo produciendo un arco más dulce.
 - Mejoramiento del acabado del cordón.
 - Mejora la unión completa de los metales en la raíz de la unión.
 - Mejora la ductilidad de la junta.
- Ventajas adicionales de los productos Conarco son:
- Electrodo de fácil encendido.
 - Bajo nivel de salpicadura y emanación de gases.
 - Óptima Calidad al menor costo del mercado.
 - Producción certificada bajo estándares de ISO 9002. Cumplimiento de la normativa de la AWS.

Por todas estas razones, en VALVULAS Y CONEXIONES URREA, S.A., estamos orgullosos de representar a tan prestigiosa marca y de ofrecerle al mercado ferretero un producto de la más alta calidad al precio justo. **TYT**



VALCO... Marcas Líderes en Calidad y Desempeño



Con el respaldo de **ESAB**

Lider Mundial en soldadura

CONARCO



- La más alta Calidad en soldadura al precio justo
- Poca salpicadura y baja emanación de gases
- Fácil desprendimiento de la escoria
- Buen acabado del cordón
- Cumple la normativa de la AWS



Tels: 800-254-1024 • (506) 252-2222 • Fax: (506) 254-8736 • Apdo. 142-1150 La Uruca - San José
e-mail: ventas@valcosa.com • www.valcosa.com

Transfesa en alianza con la calidad

Electromanufacturas S.A., nació en Colombia por iniciativa de un grupo de industriales, quienes unieron esfuerzos para fundarla el 29 de Noviembre de 1956.

Por Transfesa

El 21 de Octubre de 1958, inició producción y comercialización de electrodos y alambres para soldadura eléctrica WEST-ARCO con asesoría técnica de la Westinghouse Electric Company. Sometido al más riguroso control de calidad, desde el primer momento WEST-ARCO fabricó un producto comparable al ofrecido por países desarrollados con gran trayectoria y experiencia en esta industria.

Además de la calidad de sus productos, Electromanufacturas S.A. ha desarrollado un completo paquete de servicios con el cual se ha ganado el liderazgo absoluto en el mercado colombiano y una creciente participación en los mercados de la Comunidad Andina y Centro América. Actualmente las grandes obras como oleoductos, gasoductos, hidroeléctricas, proyectos carboníferos, termoeléctricas así como aplicaciones del Parque Industrial, utilizan básicamente productos WEST-ARCO.

Desde sus inicios, la compañía fundó una Escuela de Soldadura ofreciendo capacitación formal a nivel de soldadores e ingenieros; en 1986 los servicios fueron ampliados y su denominación se cambió a la de INSTITUTO DE SOLDADURA WEST-ARCO, entidad académica que mantiene permanente intercambio con sus similares en todo el mundo, tales como la American Welding Society, The Welding Institute, la American Society of Metals, a través de la membresía de su área técnica para asegurar un alto nivel de actualización tecnológica.

Recientemente Electromanufacturas S.A. completó su paquete integral de oferta tomando la distribución de productos STOODY.

POLÍTICA DE CALIDAD: " Suministrar productos consumibles para soldadura a los



distribuidores y usuarios, cumpliendo las normas nacionales e internacionales o las especificaciones ofrecidas por la empresa, de manera que se mantenga y se mejore permanentemente la satisfacción de los clientes y la posición competitiva de la empresa."

WEST-ARCO cuenta con una extensa gama de productos de los cuales podemos nombrar los electrodos para: aceros al car-

bono, aceros de baja aleación, aluminio, electrodos especiales para ranuras chafanes y perforaciones, alambre de aporte para aceros al carbono y baja aleación por arco sumergidos (SAW), varillas de aporte para aceros al carbono por proceso TIG (GTAW), hierro fundido, electrodos para reconstrucción de piezas sometidas al desgaste y soldadura por proceso de oxiacetileno. **TTT**

West-ARCO

#1

en electrodos
Con el distribuidor ferretero mayorista #1



Somos los mejores en servicio

Departamento de Ventas (506) 210-8989 • Fax: 291-0731 • ventas@transfesacr.com

Central • Tel.: (506) 210-8999 • Fax: 291-1242 • info@transfesacr.com • Pavas 200 m. Oeste y 350 m. Norte del Liceo.



Indura con Torneca

Soldaduras comercializadas en Norteamérica, Suramérica, Europa y Centroamérica se ofrecen al mercado nacional con altos estándares de calidad, desde que la industria chilena creó este mercado.

Por Torneca

Desde electrodos para soldaduras convencionales, hierro fundido, acero inoxidable, para revestimientos duros, hasta alambre para proceso MIG y mucho más, Torneca ofrece al mercado soldaduras INDURA, brindando una serie de ventajas a los clientes que adquieren el producto, con los más exigentes estándares internacionales, que respaldan la calidad de estos.

INDURA trabaja a menor amperaje, y esto conlleva a un menor consumo eléctrico, es una soldadura que ofrece un rendimiento incomparable y su adherencia y fusión a los metales es excelente, de acuerdo con el Gerente de Mer-

cadeo de Torneca, Alí Cantillo, la soldadura INDURA es la única en el mercado que ofrece productos en empaques de 1 Kg. Por lo general, las soldaduras vienen en empaques de 5kg, sin embargo si un cliente necesita únicamente 1 Kg., se tiene que abrir el empaque y hacer la venta, dejando el restante de producto al descubierto, según Cantillo, Torneca a través de INDURA ofrece otra opción al cliente.

"Esto ofrece más ventaja al vendedor porque le facilita las ventas con mayor facilidad y agilidad, además permite que se brinde una protección especial a los electrodos, contra

"Todos los productos cuentan con las garantías que ofrece Torneca, más que una asociación comercial, con INDURA, es una alianza estratégica de ambas empresas, para ofrecer al mercado nacional, altos estándares de calidad en todo tipo de soldaduras", indicó Alí Cantillo, Gerente de Mercadeo de Torneca.

factores contaminantes", dijo Cantillo. INDURA adoptó el sistema SHEQ (Safety Health Environment and Quality), incorporando mejoras prácticas a sus procesos obtuvo la acreditación ISO 9001-2000.

De calidad garantizada

Todas las líneas de soldaduras como la 6013, 7018, 6010, 6011 convencionales y también las especiales, además de compresores y máquinas para soldar marca INDURA, son distribuidas por Torneca, con el mejor respaldo y prestigio de una empresa consolidada, que se fortalece con sus productos de alta calidad y su servicio al cliente.

"Todos los productos cuentan con las garantías que ofrece Torneca, más que una asociación comercial, con INDURA, es una alianza estratégica de ambas empresas, para ofrecer al mercado nacional, altos estándares de calidad en todo tipo de soldaduras" explicó Alí Cantillo.

Y es que desde 1948 en que se creó la Industria Chilena de Soldaduras INDURA, la compañía ha estado dotada de un espíritu de esfuerzo e innovación que se mantiene hasta nuestros días. Cabe destacar que en esos primeros años se producían cerca de 20 toneladas mensuales de electrodos, mientras que hoy fabrican más de 1500 toneladas en el mismo periodo.

INDURA comercializa sus productos en Norteamérica, Suramérica, Centroamérica y España, además brinda un servicio especial de capacitación a sus filiales, a través de la creación en 1964 de la escuela de soldadores, la cual, es hoy un centro técnico INDURA, especializado en la formación, capacitación y calificación técnica de supervisores de soldaduras, soldadores y operadores de gases. **TTT**

SOLDADURA
INDURA
LA QUE PEGA Y DURA

- Trabaja a menor amperaje
- Unica en empaque de un kilo
- Mayor rendimiento

DISTRIBUIDO POR
Torneca
18.000 TIPOS DIFERENTES DE TORNILLOS
TEL. : 207-7777 • FAX: 207-7700

La más alta calidad en SORIE

Si le interesa tener en su negocio productos con el mejor respaldo, garantía real y alta calidad, eche un vistazo a las brocas especiales, cepillería de acero, alicates, guantes de cuero, discos de corte y muchos accesorios más que comercializa la empresa Sorie Internacional.

Por Sorie

Como una empresa líder, en la comercialización de productos de la más alta calidad, Sorie Internacional se ha caracterizado por brindar éxito a sus clientes, brindando el respaldo y garantía en un mercado sumamente competitivo a través de sus artículos.

Con políticas comerciales firmes, transparentes, sencillas y coherentes, esta empresa compite no con los precios más bajos, sino con la calidad más alta en sus productos, porque conocen que es el factor más importante para un cliente.

“Contamos con una gran gama de productos para toda necesidad, ya sea en soldadura, mecánica, industrial, jardinería y mucho más”, aseguró Niki Sciamanna, Gerente de la compañía.

Eso los ha impulsado a seguir ampliando las líneas, para así llenar todas las necesidades de los consumidores, siempre bajo el lema, por más de 12 años de “nosotros si somos fieles”.

En Sorie internacional, cuentan con accesorios para abastecer a todo el mercado nacional, con implementos para soldaduras y otros usos. Muchos de sus productos ofrecen garantía de por vida. Esta empresa brinda servicio de transporte dentro del área metropolitana y trabajan bajo un sistema de encomienda, para las zonas rurales.

Todo producto comercializado por Sorie, tiene sus repuestos, además, esta empresa, cuenta con un taller propio para brindar el servicio de reparación, con un técnico capacitado, para ofrecer cualquier solución a los clientes.

Más que diversificar

Sorie ofrece discos de corte, italianos, de



muy buena calidad de la marca grandinetti, especiales para trabajar en metales, en concreto y multiuso, con certificados de la Unión europea.

Hay en diversidad de tamaños, dependiendo de su uso; para trabajar en metal hay discos desde cuatro pulgadas hasta catorce; los multiuso son de nueve pulgadas y los discos para esmerilar se ofrecen desde cuatro, hasta nueve pulgadas.

Son múltiples ventajas las que caracterizan a los productos distribuidos por Sorie, como los guantes de cuero, especiales para el soldador, los alicates de la marca Knoba, así como la cepillería italiana de acero, de la marca italiana Sit, la cual cuenta con el ISO 9001, de muy buena calidad, especiales para usos industriales y en variedad de tamaños.

En Sorie internacional, cuentan con accesorios para abastecer a todo el mercado nacional, con implementos para soldaduras y otros usos. Muchos de sus productos ofrecen garantía de por vida.

Las brocas que distribuye Sorie son para diversos usos, hay brocas para trabajar en metales corrientes; brocas de cobalto a un 5%, que pueden ser utilizadas también en acero inoxidable y están diseñadas especialmente para realizar trabajos pesados. Son de la marca Krino.

Todos los productos cuentan con certificaciones que demuestran la más alta calidad, con el respaldo de Sorie. Usted no puede dejar de tener estos accesorios en su negocio, son más que indispensables y sus clientes se lo agradecerán. **TTT**



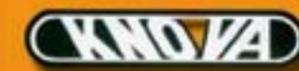
SORIE
INTERNACIONAL
SOCIEDAD DE REPRESENTACION
IMPORTADORA Y EXPORTADORA S.A.

Facilita la tarea
del soldador



Distribuye Sorie Internacional S. A.
Tel. (506) 296-2117 • 296-2623 • 296-2504
Fax: (506) 296-8127

www.sorie.com



INFRA para el más exigente

Máquinas de Soldar, Soldaduras Convencionales & Especiales, Equipos de Oxy Corte, Equipos para Seguridad Industrial, todos de la más alta tecnología & calidad, especialmente para el usuario más exigente, pone a su disposición Suva Internacional S.A.

Las soldaduras convencionales & especiales manufacturadas por **INFRA S.A. DE C. V.** en México, cuentan con la mejor calidad & tecnología disponible en el mercado. Primeramente cumplen las normas **AWS** (American Welding Society), además poseen el respaldo de la certificación **ISO 9001 - 2000**, y están certificados como proveedor confiable de PEMEX, (Petróleos Mexicanos).

INFRA cuenta con un gran reconocimiento en Costa Rica, basado principalmente en la gran calidad de sus soldadoras industriales, estos equipos brindan al soldador más exigente confiabilidad, excelente desempeño,

calidad del trabajo, sumado al gran respaldo de tres años de garantía contra desperfectos de manufactura en las soldadoras industriales, de acuerdo con Juan Carlos Batalla, Gerente General de la empresa Suva Internacional S.A, Distribuidor Autorizado para Costa Rica.

Suva Internacional S.A. ofrece al sector ferretero las soldadoras tipo arco donde podemos encontrar la reconocida soldadora **INFRA TH 225 AC**, para soldaduras convencionales, la soldadora **INFRA TH 255 / 150 AC - DC** para soldaduras convencionales & especiales, además de Soldadoras Industriales tipo arco como la **M I 2 -300**

CA / CD, para soldaduras convencionales & especiales.

Además ofrece Soldadoras Industriales tipo **MIG** como la **MM 175, MM 215, MM 256**.

Soldaduras Convencionales tales como 6013 & 7018, Soldadura en rollo tipo MIG, Soldaduras Especiales tales como la de Acero Inoxidable 308, Níquel 99 %, Aluminio, Revestimiento Duros & otras.

En Suva Internacional S.A. cuentan con un Departamento Técnico especializado en Metalurgia, dispuestos a brindar la asesoría técnica a nuestros clientes sin costo adicional. **trr**

Por Suva

Soluciones garantizadas con HELVI

Grandes ventajas ofrece esta maquinaria, facilitando la labor del soldador, brindando más agilidad, seguridad y alta calidad. Ferretería Kadima distribuye HELVI.

Por Kadima

HELVI fue la primera marca en maquinaria para soldar, en introducir la garantía por dos años para sus productos, por defectos de fabricación, según el propietario de la Ferretería Kadima, Armando Flasterstein, esta es una marca italiana, que ofrece ese respaldo por la seguridad que tienen de la alta calidad de sus productos líderes.

Los cargadores y maquinas para soldar HELVI, los distribuye esta empresa desde hace 8 años en el mercado nacional, brindando además una capacitación constante a los clientes y distribuidores que así lo requieran. "Todos los que vendemos equipo para soldar debemos ser solucionadores de problemas y con HELVI podemos encontrar eso y ofrecerlo", dijo Flasterstein.

Ferretería Kadima importa al país, para soldadura con electrodo desde los modelos de 190 A, los cuales tienen como ventaja sobre otras maquinas que disponen, a pesar de su tamaño pequeño, de un ventilador incorporado, además de un relay, que facilita que la maquina no se vaya a quemar por un recalentamiento, por casos de mal uso o "abuso", a lo que está diseñada "Lo que hace esto es que desconecta la maquina automáticamente si hay recalentamiento para que no se quemé y cuando se enfría vuelva a funcionar igual. Nosotros tratamos de vender lo que el cliente de verdad necesita", explico Armando Flasterstein. De acuerdo con el Gerente de Kadima, en los últimos años ha habido un cambio en el mercado con el paso de soldadura con elec-



trodos, "a la técnica de la soldadura con el proceso MIG lo cual representa una gran ventaja, por la eficiencia que da la maquina, ya que facilita el trabajo de soldadura desde el punto de vista de calidad y tiempo" señaló. La principal ventaja de la maquinaria MIG es que funcionan con o sin gas, de acuerdo al uso del usuario final dependiendo del tipo de soldaduras, ya que algunas en su composición química propiamente si traen el gas pero la máquina se ajusta al uso. **trr**

INFRA
SOLDADORAS INDUSTRIALES

CERTIFICACION
ISO 9001
2000

Fabricante de la prestigiosa máquina de soldar TH 225, presenta su amplia gama de electrodos convencionales y especiales para trabajos de alta calidad

SUVA Distribuidor Autorizado, Tel. (506) 257-5550 **ELECTRODOS INFRA**

Unase a la familia **Helvi**

Unica con 2 años de Garantía
Taller de Servicio

Distribuidor exclusivo para Costa Rica
Ferretería Kadima S.A.

ACTULES DISTRIBUIDORES
Agelec Tel. 494-8996 • Alvarado Tel. 445-0000 • Electro Beyco Tel. 460-0775 • Ferreteria Brenes Tel. 261-6055
Ferreteria Lena Tel. 546-6556 • Ferreteria Reimers Tel. 290-1020 • Proved Total Tel. 219-3232



Sistemas constructivos ideales

El diseño o la zona donde se construya una obra, determina qué sistema constructivo es mejor. Todos los sistemas tienen sus ventajas. Tome en cuenta que es necesario solicitar certificaciones de los productos para asegurarse la calidad, así la comercialización será más efectiva.

No se puede determinar cuál sistema constructivo es el mejor, porque todos tienen sus ventajas y desventajas, aunque esto va a depender del diseño a construir. De acuerdo con Alejandro Navas, Director del Laboratorio Nacional de Materiales y Modelos Estructurales (LANAMME), de la Universidad de Costa Rica (UCR), el sistema más utilizado en viviendas, por ejemplo, es la mampostería. “Este sistema tiene muy buenas características para solicitaciones de carga como lo son los

muros de resistencia, sismos, en edificaciones, muros de corte. Son muchas las ventajas, porque además aíslan mejor el ruido, dan más protección y presentan mayor durabilidad”, dijo Navas. Los sistemas en concretos, según el Director del LANAMME, tienen más ventajas ante sistemas livianos, además de ser un sistema bien conocido, por tener años de trabajarse en el país. De acuerdo con la Ingeniera Diana Ubico Durán, Coordinadora del Área Edificaciones y Vivienda del Instituto Costarricense del Cemento y el Concreto (ICCYC), en sistemas constructivos a base de concreto (mampostería de concreto, concreto reforzado, prefabricados de concreto, etc.), no se puede decir que un sistema sea mejor que otro, ya que la elección de éste depende de ciertas

Alejandro Navas, Director del Laboratorio Nacional de Materiales y Modelos Estructurales (LANAMME), de la Universidad de Costa Rica (UCR), recomienda que las compras de productos de concreto, se realicen directamente con el fabricante o proveedor, porque lo ideal es solicitar algún certificado de calidad.

condiciones, como el sitio y el diseño que se busca. “Por ejemplo, la mampostería de concreto resulta muy adecuada para la construcción de viviendas (1 ó 2 pisos), por su facilidad constructiva, su seguridad, su economía. Esto no quiere decir que las viviendas no se puedan construir en otros sistemas que sean igualmente seguros y económicos”, explicó Ubico. Pero, según la ingeniera del ICCYC, si se va a diseñar y construir un edificio de 20 pisos, posiblemente se necesitará un sistema que permita obtener mayores resistencias del material, para que éste sea capaz de soportar las solicitaciones de carga a la que va a estar sometida la estructura; en este caso trabajaría mejor el concreto reforzado, o bien un sistema a base de unidades prefabricadas y preesforzadas de concreto. “Queda a criterio del profesional responsable, la elección del sistema constructivo más adecuado a utilizar, según las condiciones de diseño y las necesidades del cliente”, especificó la ingeniera.

Mampostería más utilizada
“Lo mejor para que un usuario pueda asegurarse de realizar

una obra de buena calidad, es solicitando una certificación de los productos de concreto, como bloques, súper bloques o mampostería, si no lo hace está corriendo un gran riesgo”, dijo Navas. Navas recomienda que las compras de productos de concreto, se realicen directamente con el fabricante o proveedor, porque lo ideal es solicitar algún certificado de calidad. “Existe una norma nacional donde se especifica que la resistencia que deben tener las unidades de mampostería sean iguales a lo que señala el código sísmico, al que se le está haciendo una actualización, porque califica las unidades según su tipo, resistencia y especifica para qué son adecuadas, en tipo y uso. “La calidad de los bloques, se puede reconocer únicamente con ensayos de resistencia, si no hay certificados, lo ideal sería que el usuario pueda tomar una muestra y llevarla a algún laboratorio de materiales para que lo ensayen a compresión y le digan si el producto cumple con las normas”, aseguró Navas. La ingeniera del ICCYC, explica que la mampostería es el sistema constructivo a base de unidades prefabricadas, unidas mediante

un mortero de pega. Sin embargo, existe la mampostería de concreto (bloques de concreto), mampostería de arcilla y mampostería de piedra entre otros. “El ICCYC se encarga del estudio y la investigación de la mampostería de concreto, que es altamente utilizada en nuestro país. Entonces, los bloques son las unidades prefabricadas básicas de la mampostería de concreto”, dijo Diana Ubico. El sistema “super bloque” cataloga como mampostería de concreto, con la particularidad de que el bloque utilizado tiene unas dimensiones geométricas específicas y tiene unas especificaciones de diseño, definidas por la empresa que comercializa este sistema constructivo. Alejandro Navas, del LANAMME, dice que el super bloque que es un tipo de mampostería no tradicional, debe cumplir con controles de calidad en fábrica, “ese sería el primer paso para que el usuario pueda asegurarse que está comprando un producto de buena calidad”.

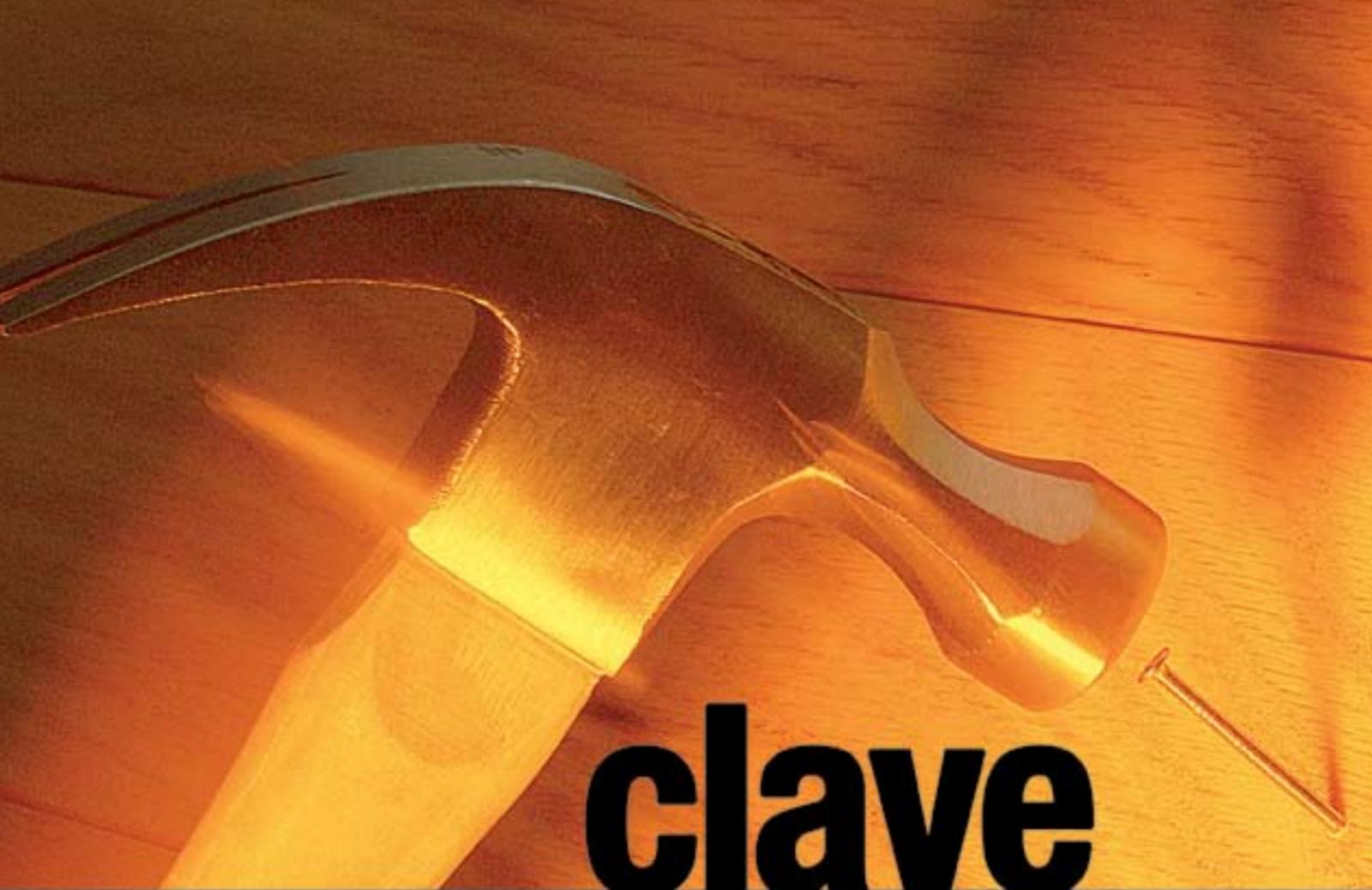
Entre calidades
Tomando en cuenta que muchos negocios ferreteros o depósitos de materiales, prefieren comer-

cializar en sus negocios, bloques fabricados en la zona más cercana a su establecimiento, por supuesto, por precios más cómodos, por la cercanía con el producto y otras facilidades más que dan estas fábricas, se corre mucho riesgo al adquirir productos sin certificación, por parte de fabricantes de bloques que no lo estén dando. Según Navas, a medida que la fábrica sea más empírica, hay menos conocimiento técnico de la calidad. “Es un azar realizar una compra en esos lugares, porque puede ser que el producto se encuentre bien o mal”, dijo el Director del LANAMME. Navas, explicó que muchas empresas de estas se preocupan por comercializar buenos productos, por lo que, por medio de controles de calidad internos o externos, con laboratorios, aunque no brinden una certificación al cliente, cuentan con un registro, el cual lo pueden mostrar a quien lo solicite para demostrar la calidad, “así también hay más certeza en lo que compra un usuario”, puntualizó Navas. Y es que, el Director del LANAMME, asegura que, a una fábrica rural no se le va a incrementar el costo si envía muestras de sus



productos a un laboratorio. “Aunque no se obtenga un certificado, contarán con un informe de resultados con mayor control. Los ensayos por lo general se realizan en 2 días, pero desde el momento en que se fabrica un bloque debe darse por lo menos 10 ó 14 días, incluso la norma pide que se realice a los 28 días, aunque ya con una resistencia al día diez, se tiene una idea del ensayo”, explicó. Existe una norma nacional por la que debe regirse la fabricación de los productos, aunque en este momento según Navas, lo que está más actual es el código sísmico 2002, que especifica la resistencia de los bloques. En este momento, se está trabajando en la norma nacional de bloques, se está realizando una actualización, y se está solicitando que las unidades de mampostería lleguen marcadas, según el Director del LANAMME, “eso compromete más al fabricante”. TTT

El sistema super bloque cataloga como mampostería de concreto, con la particularidad de que el bloque utilizado tiene unas dimensiones geométricas específicas y tiene unas especificaciones de diseño, definidas por la empresa que comercializa este sistema constructivo.



clave
para el éxito

9 EXPO
FERRETERA
su herramienta de negocios...

1 al 3 de junio del 2007 • Centro de Exposiciones, Eventos Pedregal
www.expoferretera.com

Tel. (506) 520-0070
Asesores Comerciales
Zona Este: Jenny Alpizar (506) 363-3737
Zona Oeste: Braulio Chavarría (506) 372-1192



Ventajas de las ferias

Las ferias son uno de los instrumentos de promoción, mercadeo y comunicación más importantes y a la vez más eficientes. Son un punto de encuentro entre la oferta y la demanda que facilita los negocios.

Para los expositores, las ferias son un medio para dar a conocer sus productos o servicios, observar la competencia, probar o lanzar productos, estudiar el mercado, visitar y ser visitado por sus clientes, encontrar distribuidores y concretar ventas.

La participación en una feria ofrece las siguientes ventajas y oportunidades:

- Es el cliente quien visita a la empresa y no al revés: está dispuesto a terminar comprando. Es justo el momento de venderle.
- El cliente está disponible: no hay que tomar una cita previa; no tiene otra cosa que hacer, está predispuesto a comprar.
- A una feria acuden clientes muy difíciles de captar en otro lugar: en ocasiones desconocidos para la red de ventas; en otros casos, de lugares no cubiertos por la misma.
- En una feria el producto es el rey: tan bien

presentado como el expositor sea capaz de hacerlo, toda la colección completa, en vivo y en directo.

- El costo por contacto de ventas en feria es indiscutiblemente el más bajo: en muy pocos días se puede vender mucho a muchos, incluidos los clientes más difíciles. Igualmente una feria ofrece oportunidades como:

- Vender
- Generar nuevos contactos que pueden acabar en ventas
- Dar a conocer nuevos productos (sondear la opinión)
- Potenciar la marca
- Reforzar el contacto con los clientes habituales
- Observar la competencia
- Abrir nuevos mercados
- Hacer relaciones públicas con los medios

de comunicación. Ahora bien, teniendo en cuenta que Expoferretera 2007 se encuentra a menos de 6 meses de su inicio, aquí algunos consejos de lo que se puede ir haciendo en cuanto a la planificación de su participación:

- a. Celebrar una reunión de seguimiento con el personal involucrado.
- b. Revisar los planes y acciones previstas desde el principio.
- c. Coordinar las acciones previstas con los planes y normativa ferial.
- d. Planear la construcción del stand.
- e. Material publicitario.
- f. Material promocional.
- g. Acciones diversas. Localizar nuevos clientes potenciales y enviarle información.
- h. Planificar los incentivos para atraer a visitantes al stand.
- i. Revisar todo el presupuesto. **tyt**

Expositores de Expoferretera



Expositores confirmados al 31 de enero del 2007 • www.expoferretera.com

CIMENTOS

INFLACIÓN DEL MES Y ACUMULADA

	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Set	Oct	Nov	Dic
I-2003	0,65%	0,81%	0,65%	0,96%	0,52%	0,67%	0,80%	0,41%	0,13%	1,17%	1,42%	1,25%
A-2003	0,65%	1,47%	2,12%	3,11%	3,65%	4,34%	5,18%	5,62%	5,75%	6,99%	8,51%	9,87%
I-2004	1,70%	1,29%	0,46%	0,91%	0,67%	1,07%	1,30%	0,97%	0,78%	0,75%	1,40%	1,11%
A-2004	1,70%	3,02%	3,49%	4,44%	5,14%	6,26%	7,64%	8,68%	9,52%	10,34%	11,89%	13,13%
I-2005	1,96%	1,09%	0,83%	0,96%	1,37%	0,46%	1,28%	1,25%	0,17%	1,24%	1,62%	1,01%
A-2005	1,96%	3,08%	3,94%	4,93%	6,37%	6,86%	8,23%	9,58%	9,77%	11,13%	12,94%	14,08%
I-2006	1,17%	0,89%	0,16%	0,43%	1,58%	0,96%	0,93%	0,88%	-0,17%	0,19%	1,01%	1,02%
A-2006	1,17%	2,07%	2,24%	2,68%	4,31%	5,31%	6,28%	7,22%	7,04%	7,24%	8,33%	9,43%
I-2007												
A-2007												8,1%

Fuente: Ecoanálisis

TIPO DE CAMBIO REFERENCIA DE VENTA AL ÚLTIMO DÍA DEL MES

	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Set.	Octubre	Novi.	Dic.
2003	382,42	385,59	389,01	392,02	395,44	398,78	402,32	405,55	409,03	412,82	415,97	419,01
2004	420,64	423,83	427,04	430,06	433,24	436,55	439,81	443,21	446,84	450,37	454,02	457,76
2005	462,48	465,83	468,87	472,07	475,19	478,68	481,54	484,74	487,96	490,93	494,29	497,71
2006	500,65	503,17	506,03	508,66	511,30	514,06	516,70	519,34	522,6	519,8	516,66	519,95
2007	521,05											544,39

Proyección Revista EKA

DEVALUACIÓN ACUMULADA ÚLTIMOS 12 MESES

	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Set.	Octubre	Nov.	Dic.
2002	7,74%	8,09%	8,33%	8,84%	9,25%	9,57%	9,90%	10,16%	10,32%	10,48%	10,62%	10,77%
2003	10,85%	10,42%	10,92%	10,95%	10,86%	10,83%	10,79%	10,77%	10,75%	10,76%	10,67%	10,54%
2004	9,99%	9,92%	9,78%	9,70%	9,56%	9,47%	9,32%	9,29%	9,24%	9,10%	9,15%	9,25%
2005	9,95%	9,91%	9,80%	9,77%	9,68%	9,65%	9,5%	9,37%	9,20%	9,01%	8,87%	8,73%
2006	8,25%	8,01%	7,92%	7,75%	7,59%	7,39%	7,30%	7,13%	7,04%	6,59%	5,34%	4,61%

Fuente: Banco Central de Costa Rica

TASA BÁSICA PASIVA AL ÚLTIMO DÍA DE CADA MES

	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Set.	Octubre	Nov.	Dic.
2003	17,50	17,50	17,25	16,75	16,75	16,00	15,75	15,50	14,75	14,50	14,00	13,75
2004	13,75	13,50	13,50	13,50	13,50	13,50	13,75	13,75	14,00	14,25	14,25	14,25
2005	14,50	14,75	15,00	15,00	15,75	15,75	15,50	15,50	15,25	15,25	15,25	15,25
2006	15,25	15,25	15,25	15,25	13,75	13,50	13,75	13,75	13,50	13,25	11,25	11,25
2007	10,75											

Fuente: Banco Central de Costa Rica

ÁREA TOTAL DE CONSTRUCCIÓN EN METROS CUADRADOS mensual

	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Set.	Octubre	Nov.	Dic.
2002	133.941	115.223	132.056	128.719	179.728	137.792	206.602	176.676	125.989	150.202	185.218	280.112
2003	232.919	144.897	188.132	114.947	154.882	280.946	284.967	259.761	294.583	272.930	303.966	216.532
2004	155.039	278.206	378.685	366.267	421.574	259.046	299.705	205.676	206.806	294.282	285.138	134.799
2005	335.467	259.392	250.647	230.513	350.208	273.908	279.634	215.885	363.349	348.457	388.912	324.221
2006	425.433	431.022	288.416	386.925	630.967	610.333	439.986	505.170	510.820	474.472	565.555	422.435

Fuente: Cámara Costarricense de la Construcción

PREMIO POR ENDEUDARSE EN DÓLARES

	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Set.	Octubre	Nov.	Dic.
2002	5,65	5,50	5,43	5,70	5,46	5,01	4,48	4,50	4,66	4,71	5,06	5,12
2003	5,67	5,73	6,13	6,16	6,06	6,02	4,57	3,61	3,48	3,14	2,77	2,89
2004	3,39	3,50	3,62	3,90	4,27	4,56	4,18	4,01	3,81	3,62	2,84	2,39
2005	2,34	2,37	2,53	2,87	3,88	3,95	4,15	3,90	2,81	2,96	2,71	2,44
2006	2,26	2,06	1,83	1,92	1,24	1,29	1,72	1,78	1,75	2,27	2,03	3,20

Fuente: Ecoanálisis

EN EL CLAVO



Michelle Goddard Royo
Directora General
michelle.goddard@eka.net

Industriales vrs. consumidores

¿Quién tiene más peso en una sociedad, los industriales o los consumidores? Ambos son parte esencial del desempeño económico de un país, pero sin duda, consumidores somos todos y su bienestar debería prevalecer sobre el de cualquiera. El tema sale a colación luego de que se impusiera un arancel del 516% a las pinturas importadas de Estados Unidos. De esta forma, la historia de American Paint en el país fue como la crónica de una muerte anunciada. Esta medida se tomó por catalogar los menores precios de American Paint como dumpig: término que se refiere a la exportación de algún producto a precios por debajo de su "valor normal" y que dichas

exportaciones le causan daño a la industria nacional del país importador. Aquí es donde me pregunto: ¿si un exportador o quien quiera que sea, quiere venderme algún bien a una precio menor al existente en mi mercado, me está haciendo un daño o un beneficio? Desde mi punto de vista, esta situación no trae más que beneficios, sin embargo, entiendo en el caso de American Paint la preocupación de los ferreteros, al ver a sus clientes comprar la pintura americana y salir de sus tiendas sin el producto, por ofrecer éstos precios mayores. Pero la teoría indica que en el largo plazo, la situación habría sido distinta. La industria nacio-

nal habría tenido que ajustarse y ser más eficiente para poder competir. De esta forma, tanto los ferreteros como American Paint habrían tenido precios competitivos, siempre ofreciendo productos para los distintos segmentos. Claro que esto nunca lo sabremos, pues el mercado no tuvo tiempo de ajustarse al nuevo competidor. Por su parte, el ferretero debe preguntarse si con la salida de American Paint su poder de negociación no disminuyó, pues ahora los mayoristas de pintura no tienen incentivo por ofrecerles precios menores, ya que el consumidor no puede optar por otra pintura importada y más barata. **TYT**

LISTA DE ANUNCIANTES

EMPRESA	CONTACTO	CARGO	TELEFONO	FAX	APARTADO	e-mail
Aguila Eléctrica	Arturo Rosabal	Gerente General	261-1515	237-8759	40041-1150	arosabal@aguila.com
Black and Decker	Nestor Jiménez	Gerente General	524-2811	524-2919	No tienen	nestor.jimenez@bdk.com
Capris	Gerardo Gutiérrez	Gerente de Mercadeo	519-5000	232-9353	72400	gerardo.gutierrez@capris.co.cr
Central de Mangueras	Jean Carlo Porras	Mercadeo	256-1111	256-1470	241-1150	mercadeo@centraldemangueras.com
Cemex	Luis Soria	Gerente Desarrollo de Mercados	201-8202	201-8201	6558-1000	luis.soria@cemex.co.cr
Chova del Ecuador	Darwin Auz	Gerente de Comercialización	(593-2)2331756			dauz@chovadelecuador.com
Coflex	Arturo Puerta	Director Comercial	52 (11)8389-28-00	México	833610446	apuerta@coflex.com.mx
Iluminación Tecnolite	Alberto Carvajal	Director General	256-8949	248-9860	274-2120	tecnolite@racsa.co.cr
Imacasa	Andrés Zamora	Gerente General	293-2780	293-4673	39-3005	imacasacr@racsa.co.cr
Inco	Héctor Ramírez	Ejecutivo de exportaciones	(503) 251-6021	(503)227-0077	N.D.	hramirez@inco.com.sv
Kadima	Armando Flasterstein	Gerente General	233-8684	221-1616		
Lanco Harris Manufacturing Corp.	Ignacio Osante	Gerente General	438-2257	438-2162	7878-1000	lancoyharris@racsa.co.cr
Pinturerías de CR. S.A.	Ing. Alfredo Zendejas	Gerente para CR.	288-5508			zendejas@comex.com.mx
Reimers Industrial	Dennis Córdoba	Gerente Ventas	290-1020	296-5266		dcordoba@reimers.com
Schneider Electric	Ramiro Alvarez	Gerente General	210 - 9400	232-0426	4123-1000	ramiro.alvarez@cr.schneider-electric.com
Sorie Int.	Niki Schiamanna	Gerente General	296-2504	296-8127		info@sorie.com
Suva	Juan Carlos Batalla	Gerente General	257-5550	257-5551	1007-1011	bereza@racsa.co.cr
Tomeca S.A	Alí Cantillo	Gerente de Mercadeo	207-7777	207-7702	457-1002	acantillo@tomeca.com
Tornillos La Uruca	Francisco Vargas	Importaciones	256-5212	233-1763	223-1150	tornilloslauruca@racsa.co.cr
Transfesa	Manuel Ujueta	Gerente de Ventas	210-8989	291-0731	215-2150	mjujeta@transfesacr.com
Valco	Oscar Coto	Gerente de Ventas	252-2222	254-8736	142-1150	ventas@valcosa.com
Vedova y Obando S.A	Gerardo Ortuño	Gerente General	221-9844	233-2116	10117-1000	g.ortuno@vyo.co.cr

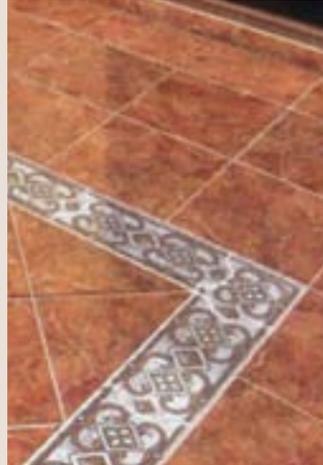
PRODUCTOS FERRETEROS



Luminarias de empotrar



Reflectores



Series Mármol. Avignon



Series Mármol. Calabrial

Distribuye: Silvana S.A. Tel. (506) 210-7686

Distribuye: Samboro Tel. (506) 260-0606



Mangueras para jardín Gilmour

Para alto tránsito, hechas de polietileno reforzado con estructura de nylon.



Cortadora de pisos y azulejos Irwin

Chasis reforzado, cuenta con una chispa de corte con disco de carbono de tungsteno.



Pistolas. Graduables

Cuenta con forro de vinil y con pistón en bronce con tuerca de ajuste permanente, puño ergonómico, para uso pesado.



Serrucho para Gypson Irwin.

Serrucho para paneles en seco y panel en yeso, 7pt dientes, 1,5mm espesor de la cuchilla.

Distribuye: Transfesa Tel. (506) 210-8989



Guante de cuero marca Stanley.

Guante para soldador marca Stanley



Centro Punto

Set de 3 piezas. Marca Stanley.



Cepilladora

Canteadora portátil 13" X 6. 1/4", DH 316. Metabo.



Sierra circular de mesa

De 10", TS 250. Metabo.

Distribuye: Valco Tel. (506) 252-2222

Distribuye: Capris Tel. (506) 519-5000

logrando un nuevo nivel de calidad

- Productos de ferretería
- Aplicaciones decorativas
- Soluciones de Arquitectura

INCO
TODO EN ALUMINIO Y VIDRIO

P.O. Box 2521. Final 1a. Av. Nte. Soyapango, San Salvador, El Salvador, C.A.
Tel.: (503) 2251-6000 • Fax: (503) 2227-0077 • inco@inco.com.sv • www.inco.com.sv

**EL
DEPENDIENTE**

¿De qué productos recibe menos reclamos y por qué?



Manuel Umaña
Ferretería Santa Rosa 2
Turrialba
Administrador y proveedor
6 años de experiencia.



José Sequeira
Ferretería el Sembrador
Turrialba
Asistente de gerencia
5 años de experiencia



Yancy Bianco
Do It Center Papagayo
Guanacaste
Servicio al Cliente
2 años de experiencia



Leo Flores
Do It Center Papagayo
Guanacaste
Vendedor
Área de plomería
3 años de experiencia

“De la herramienta manual stanley, que tiene garantía de por vida, es que cualquier reclamo se cambia de inmediato. Y de Metabo tampoco nunca se ha recibido reclamo”.

“Recibimos menos reclamos del PVC, de la pintura, de la línea Trupper y Stanley, de todo eso casi no hay devolución”.

“Recibimos menos reclamos de las herramientas Dewalt y Milwaukee”

“De la grifería MOEN”

Le recomiendo **expoempleo**
Enlace entre empresas y talentos
9-11 de Marzo del 2007 • Hotel San José Palacio
La mejor feria de reclutamiento en Costa Rica
Registro de curriculum y entrada gratuita en www.expoempleo.net

- Liderazgo
- Prestigio
- Calidad
- Distribución

EXITO
Radillo Lavado
229 mm = 9"
20 mm = 3/4"
Cont. Net. 1 pzo.
Para limpiar y proteger superficies roscadas y rugosas.

www.brochasesxito.com



Oficinas Centrales
Tel.: (506) 288-5508

EL FERRETERO

La ferretería El Sembrador está caracterizada por tener buen servicio y diversidad en sus productos. A esto han apelado y ya cuentan con dos negocios en la ciudad de Turrialba.



Sembradores de servicio

“Como una bendición”, dice Rodolfo Ballester Calvo, que la ferretería El Sembrador llegó a sus manos, hace cuatro años. A pesar de que estuvo vinculado desde que era un niño con este negocio, que llevó el nombre de Almacén La Fortuna por 55 años, en la ciudad de Turrialba. Este apasionado del sector ferretero, como se declara él, jamás imaginó que algún día llegaría a ser el propietario del negocio.

Un vínculo muy familiar existe desde hace muchos años, entre la familia de Numa Ruiz, antiguo propietario del Almacén la Fortuna y la familia de Rodolfo, por lo que, le permitieron colaborar en la ferretería desde que tenía 10 años.

“Yo salía de la escuela y me iba para la ferretería, ayudaba en diversas tareas de limpieza, después cuando ingresé al colegio, fui al nocturno porque trabajaba de día y me gustó el negocio,

después llegué a ser el Gerente de La Fortuna y gracias a Dios, hoy soy el propietario”, contó Ballester.

Y es que Rodolfo empezó a llegar a trabajar en la ferretería desde el año 1967, ya son casi 40 años, por lo que dentro del gremio, es todo un experto. “Me fascina la línea ferretera porque es muy amplia, siempre hay cosas nuevas por aprender”, aseguró.

Según Rodolfo, la experiencia de ser el propietario de la ferretería ha sido muy bonita, aunque al principio difícil, por la falta de recursos que tenían, pero señala que fue gracias al apoyo absoluto de los proveedores y colaboradores, que pudieron salir adelante y hasta echar a andar otro negocio: la sucursal del Sembrador, en la Suiza de Turrialba, a los ocho días de haber adquirido la ferretería del centro de la ciudad.

El primero de Octubre del 2002, la fortuna pasó a llamarse El

Sembrador S.A. “Es que nosotros pertenecemos al movimiento cristiano sembradores de esperanza, por lo que decidimos cambiar el nombre de la ferretería, porque fue una bendición de Dios”, expresó.

El servicio, la atención, las políticas propias y la gran experiencia de don Rodolfo han sido la clave del éxito obtenido en estos dos negocios.

Siempre innovando

A partir de este mes, van a ampliar el área de ventas. “Vamos a introducir una línea nueva que no tiene nada que ver con ferretería, queremos diversificar con instrumentos musicales, porque es una necesidad que el pueblo ha solicitado”, dijo Ballester.

La línea decorativa la van a complementar con mayores servicios, también la de herramientas eléctricas y la de herramientas manuales, además de reforzar el ciclo de bicicletas con el que

Rodolfo Ballester y su esposa Yamilé Vargas, propietarios de La Ferretería El Sembrador, afirman que un buen servicio nunca está de más y que ese debe ser el pilar de éxito de cualquier negocio.

cuentan.

La ferretería abarca 675 metros cuadrados, donde cuentan con una sala especial para capacitar a los empleados constantemente. La colaboración de los proveedores, la confianza con los clientes y el apoyo familiar ha sido el factor más importante que ha marcado el crecimiento del Sembrador.

El administrador de la sucursal de la Suiza, es Javier Ballester, el hijo del dueño y la principal colaboradora es su esposa: Yamilé Vargas, todos juntos han sacado adelante el negocio, por supuesto, como dice don Rodolfo “con la bendición de Dios”. **TYT**

Sistema de Cableado Estructurado

Aumente la funcionalidad de su hogar, experimente el poder de las comunicaciones...

El sistema Multilink es una red de cableado estructurado residencial con el cual usted tiene el poder de distribuir en su casa voz, datos, video y sonido. Además le ofrece ventajas como:

- Manejar líneas telefónicas dedicadas a fax o líneas personales.

- Compartir archivos y equipos como: impresoras, scanners, modems entre varias computadoras así como acceso a internet.

- Distribución de música a partir de una fuente de audio a varias habitaciones o áreas del hogar.

- Experimentar con su equipo de video distribución de cable y satélite, fuentes de video tales como DVD, VHS en todos los televisores de su hogar.

Multilink le permite hacer coincidir las necesidades futuras de su familia con su estilo de vida.



SQUARE D
Multi-Link
Structured Wiring System

Schneider Electric
Building a New Electric World

1.5 km al oeste de la Embajada Americana, Pavas
Tel: (506) 210-9400 - Servicio al Cliente: (506) 210-9401
Fax: (506) 232-0426.



**eb
técnica**[®]
de Costa Rica, S.A.



Fregaderos de acero inoxidable de alta calidad



- Hechos en acero 300
- Profundidad de tanque: 6", 7", 8"
- Calibre 22 o 24
- 30 años de garantía



Teléfono: (506) 296-7583 ° Fax 296-7591