

¿Dónde está el valor de una feria? P.54

tuercas y tornillos



Fortalezas de las

120

Freddy Rodríguez es uno de los ferreteros que conforman el ranking de las 120 ferreterías más importantes del país.

Compre con estrategia P.26

Especial de cerrajería P.35

Opciones de madera P.46

ASEGÚRESE QUE LA LEAN

- Marque y pase
- Gerente General
- Gerente de Compras
- \_\_\_\_\_
- \_\_\_\_\_

ISSN 1409-2301



Porte Pagado  
Port Payé  
Permiso N°130



JUNIO 2007 / AÑO 12 / NO. 132



# IRWIN®

Herramientas Industriales

## Herramientas Manuales

### LLAVES DE FONTANERO VISE-GRIP

- Diseño liviano y delgado, es fácil de manejar con una mano.
- Mordaza con capacidad de 2-1/4" equivalente a una llave corriente de 14" para tubería.
- Apropiada para tubos con diámetro de 1-1/2" (3.8 cm).
- Dientes puntiagudos ideales para la mayoría de superficies.
- Mango ergonómico más cómodo.

### ALICATES DE PRESIÓN VISE-GRIP

- Construidos para ser las herramientas de presión más fuertes y resistentes, utilizados para girar, cortar, apretar, fijar y retorcer.
- Mayor resistencia y durabilidad.
- Mango opcional ProTouch, provee control y mayor comodidad.
- Tipos de Alicates: 7R-10R-4WR-5WR-7WR-10WR-7CR-10CR-6LC-12LC-4LN-6LN-9LN-6BN.



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.

# LANCO®

NUEVA PINTURA SEMI-TEXTURIZADA

# COVERUP

REPARE Y EMBELLEZCA  
EN UN SOLO PASO:



- 100% LAVABLE
- PARA EXTERIOR E INTERIOR
- SE APLICA FÁCILMENTE CON RODILLO



MILES DE COLORES  
A ESCOGER

A Division of the  
BUNICO  
GROUP

Producto desarrollado por los laboratorios de investigación y desarrollo de LANCO



# Grifería Kenneth



**DISTRIBUIDOR EXCLUSIVO PARA COSTA RICA GRUPO IMPORTADOR ORIENTE MK S. A.**  
Tel. (506) 290-6787 / 290-6790 / 290-9598 • Fax. (506) 290-6789  
Pavas de las oficinas centrales de Pizza Hut, 300m. oeste frente a Industrias Gala



**EXPO FERRETERA**  
su herramienta de negocios...

Del 1 al 3 de Junio del 2007  
Centro de Exposiciones, Eventos Pedregal

Pida su catálogo a su representante en la  
Expo Ferretera o al teléfono 519-5050



# CONTENIDO

## En nuestra próxima edición

JULIO

### Edición especial de Expoferretera 2007

Un Directorio que servirá de guía de compras a los empresarios del sector. Además, las novedades, los negocios, el crecimiento de la industria, las tendencias, visitantes distinguidos y estrategias comerciales, reunidas en Expoferretera 2007 y que serán dados a conocer en TYT.

Cierre Editorial: 21 de junio  
Cierre Comercial: 25 de junio

#### 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



**"Pasamos de pulpería a almacén", Johnny Jiménez, Propietario de la ferretería San Rafael, y su madre Margarita Masís P.60**

#### EN BODEGA

**45 Mercado de las brocas**

**46 Negocio de madera**

La industria maderera considera a la teca como una de las mejores especies.

**48 EN CONSTRUCCIÓN**

**¡Repelle con cuidado!**

Tome en cuenta que el enemigo número uno de los repellos es la mala calidad de las arenas y esto va a generar exceso de agua en las mezclas.

**50 BAJO TECHO**

**Esas bellezas... en vidrio**

Atrévase a innovar en su ferretería y comercialice con vidrios estandarizados para puertas.

**54 EKPOFERRETERA**

**¿Dónde está el verdadero valor de una feria?**

**55 CIMIENTOS**

**56 PRODUCTOS FERRETEROS**

**59 EL DEPENDIENTE**

**¿Cuáles son los productos estrella de su ferretería?**

#### 10 PINCELADAS

#### MERCADEO

**22 ¿Preocuparse por la competencia?**

**24 Negocios exitosos en 5 pasos**

#### 26 EL EXPERTO

**¡Realice compras con estrategia!**

Por: Marco V. Mejía L.  
Presidente & CEO.  
MVM SUPPLY CONSULTING

#### 27 EN CONCRETO

**LAS 120 FERRETERÍAS TYT**

El ranking ferretero que detalla el dinamismo y la competencia que se vive en el sector costarricense.

se. Además, la opinión experta de ferreteros líderes del país, sobre el panorama actual del mercado.

#### 35 ESPECIAL DE CERRAJERÍA

El mercado ferretero nacional debe brindar opciones a sus clientes en productos de seguridad. Recuerde que usted ante todo, debe ofrecer calidad, variedad y buen servicio.

**36 Valco**

**38 Cofersa**

**40 Masaca**

#### PERFIL

**42 ¡Eaton apuesta fuerte!**

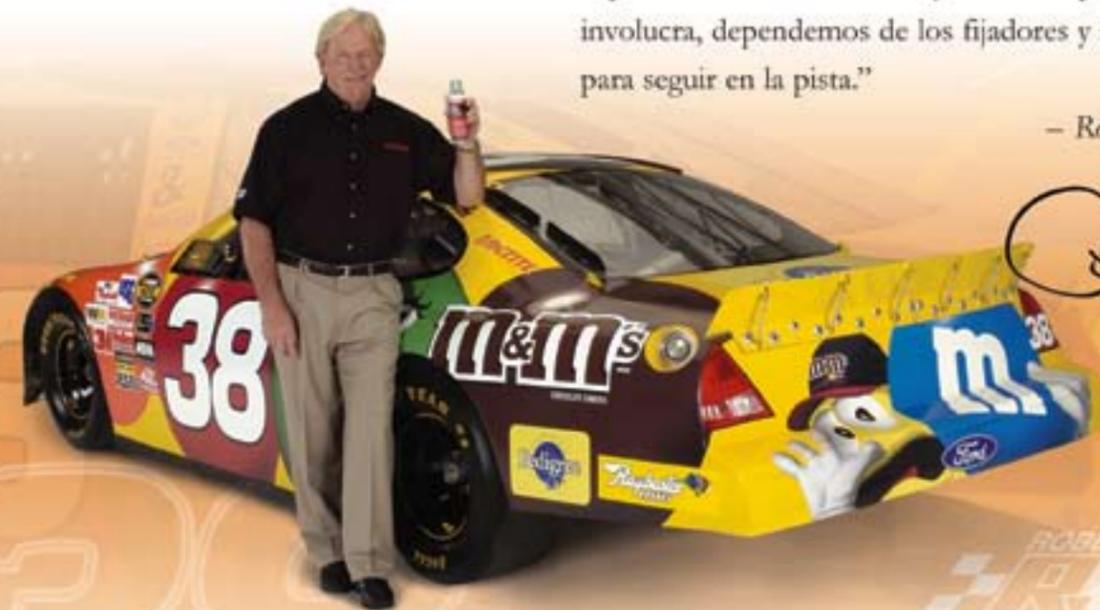
**44 Amanco fortalecido con Mexichem**

# a 300 kph

*no hay una segunda opción.*

"A velocidades que excedan 300 kph, no podemos permitir ninguna fuga, ni tornillos sueltos en nuestros autos. Para soportar la brutal vibración y esfuerzo que cada carrera involucra, dependemos de los fijadores y selladores Loctite® para seguir en la pista."

— Robert Yates



Para saber más de estas innovaciones visítenos en [www.loctite.com.mx](http://www.loctite.com.mx) o llame al (506) 277-4868

# LOCTITE®

**No existe una segunda opción.**

TM® M&M'S, M y M&M'S letras y marcas de Mars, Incorporated y sus filiales. © Mars, Inc. 2005. Elaborado y distribuido bajo licencia de Henkel Corporation. Elliot Sadler y Robert Yates Racing son usados bajo licencia. Loctite es marca registrada de Henkel Corporation, U.S.A. © Copyright 2005. Henkel Corporation. Todos los derechos reservados.



## DEL DIRECTOR EDITORIAL

Hugo Ulate Sandoval  
hugo.ulate@eka.net

## Estrategias ingeniosas

Hay muchas ferreterías que a base de mucha creatividad, otras ayudadas por la tecnología, han desarrollado estrategias de avanzada que les han hecho diferenciarse de la competencia.

Y es que es ahí precisamente donde está uno de los secretos para competir, precisamente en diferenciarse.

Ejemplos hay muchos, que van desde llevar un registro de compra de los clientes y en las diferentes temporadas de ofertas y mandarles un correo, un volante, invitándoles a adquirir las novedades del producto que llevaron la primera vez, o bien, invitar aquellos clientes altamente potenciales a la demostración de un producto o a la feria de descuentos que tendrá en un día específico.

Muchos incluso, solo para citar otro ejemplo, utilizan cámaras

digitales no solo para constatar el movimiento dentro del establecimiento y evitar los robos, sino para prevenir posibles trucos de los timadores.

Si alguien les indica posterior a una compra, que dejaron olvidado un producto en la ferretería, basta con revisar los vídeos para verificar si efectivamente quien está haciendo el reclamo está en lo cierto o se trata simplemente de alguien que desea aprovecharse del buen tino empresarial.

Igualmente, la diferencia se puede establecer en formas de cómo exhibir los productos. Si posee un departamento destinado a la venta de pintura, es importante que éste contenga y represente elementos de decoración donde ojalá estén aplicados los productos que venda, pues sin duda, esto le da a los clientes un detalle importante de cómo

se ven las cosas en vivo y a todo color.

Otra simple diferencia está en no discutir nunca con sus compradores. En primer instancia porque les puede ganar y al mismo tiempo perderlos y en segundo término, si su filosofía es la satisfacción total, recuerde que nadie reclama porque lo que obtuvo fue lo esperado.

En casos como estos, es mejor revisar la información que están brindando sus colaboradores a los clientes para no levantar otras expectativas diferentes a las esperadas por los compradores.

Recuerde que no tener un producto no es pecado, pero no tenerlo una segunda vez, es una diferencia que beneficiará a su competidor más cercano.

Una buena recomendación es preguntarse en todo momento: ¿en qué se diferencia mi negocio de los demás del mercado?

## 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

### Colaboradores

Milagro Arias

Julio Chavarría

### 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



## Últimas noticias de [www.tytenlinea.com](http://www.tytenlinea.com)

¿Cómo vender más herramienta eléctrica?

Patex "No más clavos" se renueva

¿Cuál es la publicidad idónea para cualquier negocio?

Metabo lanza taladradora - atomilladora

PFERD presenta sus nuevos discos de láminas lijadoras



Pida su catálogo a su representante  
en la Expo Ferretera o al teléfono: 519-5050

## PINCELADAS

### EXPOFERRETERA con mucha innovación

Expositores de las diversas empresas mayoristas que estarán presentes en la Expoferretera, prometen muchas sorpresas para quienes visiten los diferentes stands.

Así que usted no puede perderse de las mejores innovaciones que le esperan.

Francisco Herrera, de la empresa Proveeduría Total (PT), dijo que los clientes que se acerquen al stand de PT van a encontrar todo un mundo de oportunidades.

“Estamos realizando grandes esfuerzos para ofrecer novedades, promociones y descuentos”, contó Herrera.

El Gerente de Importaciones Vega, Rafael Vargas, aseguró



Alberto Carvajal, de Tecno-Lite, Francisco Herrera de Proveeduría Total, Ali Cantillo de Tomeca, entre otros, prometen grandes sorpresas para los clientes en Expoferretera.

que traerán más de 600 productos nuevos que han llegado después de la feria anterior a la fecha.

“Tenemos mucho, son como 6 ó 7 marcas nuevas que vamos



a mostrarle al cliente, como ellos merecen”, dijo Vargas.

Alí Cantillo, Encargado de Mercado de Tomeca, explicó que este es un evento de esparcimiento donde la amistad y los buenos negocios imperan, por lo que ellos traerán mucha innovación, con buenas marcas y promociones.

Un personal con muchas ganas de atender clientes que buscan innovación, así como marcas nuevas y buenos precios, le estará esperando en los stands de la Ferretería Reimers. “Traemos muchas sorpresas en general”, indicó Dennis Córdoba, Gerente Comercial de la ferretería.

El Grupo Indianápolis S.A, estará por primera vez en Expoferretera y según el Gerente de Ventas, Douglas Jiménez, ellos vienen a



dar valor agregado a los clientes para sus negocios.

“No venimos a enfocarnos tanto en los productos, la idea es dar a los clientes ganancia para que ellos le brinden innovación y valores agregados a sus clientes”, dijo Jiménez.

La empresa Cablesa presentará una nueva imagen, con productos novedosos, promociones, descuentos así como nuevas tecnologías, líneas y marcas, contó Marco Ulloa, Gerente de Ventas.

Si usted quiere innovación, buenos precios y sobre todo un ambiente de entretenimiento, no deje de darse la vuelta por el stand de la empresa TecnoLite, porque el Gerente de esta empresa, Alberto Carvajal, promete que usted va a encontrar todo eso y mucho más.

# OCONY

Todo en romanas desde 1967

Buscando mejores tiempos de respuesta en los procesos de su empresa?

Utilice romanas contadoras y maximice sus recursos!!



Contactenos  
Tel.: 253-3535  
Fax: 225-9718

Zapote, contiguo al cementerio.  
ventas@romanasocony.com



Lamentamos profundamente el fallecimiento de la señora Odilie Mora Solís, conocida como Lila. Abuela materna de Jenny Alpizar, Asesora Comercial de TYT y Expoferretera.

# metabo

work. don't play.



Productos de Calidad



Todas quieren llamarse METABO  
...pero METABO solo hay una!

Pida su catálogo a su representante en la Expo Ferretera o al teléfono: 519-5050

## PINCELADAS

### 3M conquista sector automotriz



Más innovación llegó para el sector automotriz, con los novedosos, prácticos y exclusivos productos que está introduciendo 3M. Eduardo Fonseca, del Sector

Automotriz de 3M, explicó que con esta introducción, se facilitan las reparaciones de plásticos, porque la amplia gama de productos completa todo un siste-

ma de reparación de bumper, ofreciendo una garantía real en el acabado.

Los parches, los adhesivos, la boquilla mezcladora, una pistola manual, el promotor de adhesión, el limpiador de uso general, así como el reparador de sujetadores de bumper y la pistola para productos 3M Automix, no deben faltar en su negocio.

Definitivamente, el mercado automotriz se puede ver beneficiado con estos productos que hacen que las piezas del auto ya no sean cambiadas, porque con la utilización de estas innovaciones, las reparaciones quedan como nuevas.

Por ejemplo, el PPS SUN GUN,

más que una lámpara, es una solución para igualar el color de la pintura automotriz.

De acuerdo con Luis Carballo, del Sector Automotriz de 3M, este producto es sumamente ventajoso para los talleres, porque además de ayudarles a reducir el tiempo de trabajo, el producto viene con un kit especial.

Una lámpara para igualado de color PPS SUN GUN, un foco correctivo de color PPS SUN GUN, un paquete de baterías de níquel-cadmio, un cargador de baterías con fuente de alimentación y cable PPS SUN GUN, un estuche protector, un manual de instrucciones y una tarjeta de registro de garantía.



## 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.

**Vedova & Obando**  
  
[www.vyo.co.cr](http://www.vyo.co.cr)

Vedova & Obando Oficinas Centrales: De la Sede Central de la Cruz Roja, 50 metros al Sur. Entre avenidas 8 y 10, calle 14, San José. Teléfono (506) 221-9844. Fax (506) 233-2116

Servicio a equipos Partner prestado por Distribuidores Vedova & Obando en todo el país

Distribuidor	Lugar	Teléfono
Angel Alpizar	Atenas	446-5974
Armando Quesada	Turrialba	556-6290
Carlos Delgado	Cañas	669-0207
Carlos Monge	Puntarenas	661-0542
Cen Pien Jorge Pereira	Limón	798-0037
Eduardo Chaves	Cartago	551-4550
Josue Fernandez Rojas	Cariari	767-7572
Efraín Gaitán	Pavón-Los Chiles	471-8825
El Arado de Sta. Cruz	Sta. Cruz, Guanacaste	680-2800
Gerardo Angülo Brenes	Nicoya	685-4033
Felix Valerin	Palmar Norte	786-6173
Fidel Guadamúz	Upala	470-0747
Francisco Núñez	Ciudad Quesada	460-1275
Freddy Lobo	San Rafael Guatuso	464-0176
Gerardo Rojas Cascante	Puerto Viejo Sarapiquí	766-6000
Jorge Cerdas Cascante	Quepos	777-0044
Juan Carlos Monge	Orotina	428-4873
Leonel Palma	Liberia	666-2729
Ivan Bartels	San Isidro del General	771-7867
Mauricio Consumi	San Vito	773-3989
Nory Lopez	Siquirres	768-2411
Ramón Jiménez	Ciudad Neily	783-3320

**SOLDADURA INDURA**  
**LA QUE PEGA Y DURA**



**INDURA**

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

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

## PINCELADAS

### Muchos quieren trabajar en EPA

Más de mil personas están interesadas en trabajar para la ferretería EPA, muestra de ello, el resultado positivo que obtuvo esta empresa ferretera en la recién pasada feria Expoempleo. Según Angela Cifuentes, Encargada de Reclutamiento, esto se debe al posicionamiento que ha tenido la ferretería y al crecimiento que tienen constantemente.

El resultado obtenido en la feria fue satisfactorio. De acuerdo con la encargada de reclutamiento de EPA ha habido mucho acercamiento e interés por parte de las personas en trabajar para la ferretería.

"Son más de mil currículos los que nos entregaron, aun no hemos terminado de evaluar el personal, pero continuamos en contrataciones", contó Cifuentes.

Cifuentes señaló que, la mayor parte de la población de empleo se concentra en las dos tiendas con las que cuenta EPA, sin embargo, disponen de algunas plazas estratégicas en el área ejecutiva.

Después de la feria, ya se han realizado contrataciones específicas. Según Cifuentes, actualmente se está entrevistando y evaluando a los interesados, porque aun hay plazas disponibles.

"Ahora la gente nos busca, por el



posicionamiento que tenemos y para nosotros eso es muy importante", contó la encargada de reclutamiento de EPA.

Más de mil currículos se entre-

garon en la feria y aún no han terminado de evaluar el personal. Las contrataciones continúan.

### Ojo con los talleres

Los talleres mecánicos son clientes potenciales para los ferreteros, pero hay que tomar en cuenta varios factores para poder ganárselos. En primer instancia, los operadores o dueños de los talleres no tienen mucho tiempo para visitar las ferreterías y éstos necesitan suplirse con rapidez, lo que provoca que muchas veces no conozcan las innovaciones que el mercado brinda.

Pocos conocen que muchas ferreterías incluso les pueden ayudar por medio de su servicio express o asesoría por teléfono.

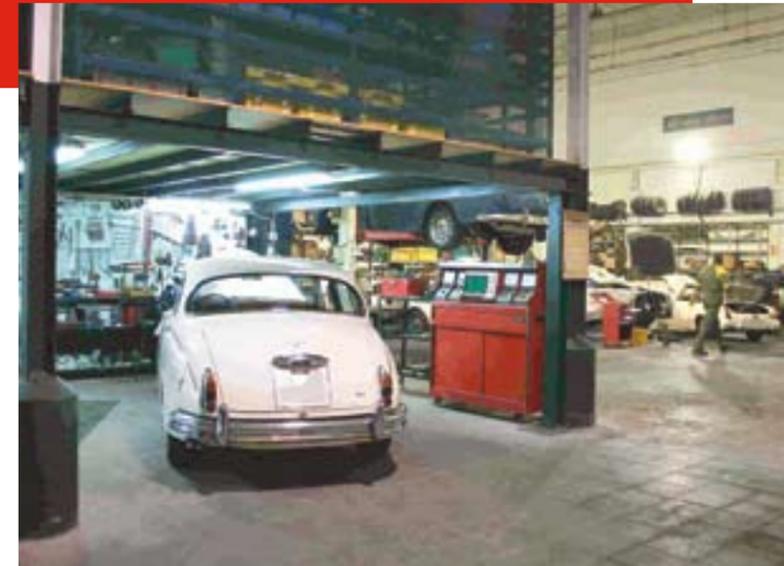
Una forma de darle un mejor servicio y hacer que conozcan

las novedades que les pueden ayudar en sus trabajos, podría ser pactar una cita para hacerles una demostración del producto en el propio taller.

Qué mejor que ver una herramienta o producto en pleno funcionamiento.

Probablemente, la única forma de que un mecánico se deshaga de aquella lenta herramienta que ha tenido por años, es que pueda observar una que sea más rápida y de alto rendimiento.

Recuerde que aunque no logre vender nada en la primera demostración, solo el contacto le puede generar compras futuras o bien



Los talleres son negocios que necesitan de muchos productos que se venden en ferreterías. Con una demostración en sitio, usted puede incrementar las ventas en su negocio.

que el dueño del taller, cuando tenga que solventar una necesidad, piense primero en su ferretería.

Talleres hay muchos, así que todo está en enviar a uno de sus colaboradores para que empiece a hacer los contactos con éstos.

## La solución para las Goteras



cumbrero



jointa



ductos



chimeneas



carrocería



cableado



**ALUMBAND**  
banda autoadhesiva

un producto más de:

[www.chovadelecuador.com](http://www.chovadelecuador.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

## HERRAMIENTA ELECTRICA

# Milwaukee

DISTRIBUIDO POR

**Torneca**

18.000 TIPOS DIFERENTES DE TORNILLOS  
TEL : 207-7777 - FAX: 207-7700





## PINCELADAS

### Cadena anticizaya

Los teclés eléctricos la requieren, se vende por metros dependiendo de la necesidad. Reimers dispone de esta cadena. La marca DEMAG, está posicionada como una de las líderes, a nivel internacional. Brinda múltiples ventajas a los clientes. La cadena anticizaya que comercializa la ferretería Reimers, es de esta marca alemana. De acuerdo con Minor Blanco, del Departamento de Repuestos de Reimers,

esta cadena es especial para el uso en teclés eléctricos. "No se puede utilizar con cualquier teclé, esta cadena es de uso exclusivo para el DEMAG eléctrico", contó Blanco. La calidad es excelente y tiene una capacidad de soporte de una hasta cinco toneladas. La venta se realiza por metros y dependiendo del teclé es que se debe adquirir la cadena en medidas, según el funcionario de

Reimers, la necesidad del cliente es lo que va a determinar la compra. El trabajo está garantizado para que sea seguro y preciso en cualquier situación, la cadena brinda una serie de ventajas al teclé, como más potencia, mayor ergonomía y una vida útil más larga. La cadena DEMAG es original y Reimers la tiene a la venta desde hace muchos años.

Minor Blanco, del Departamento de Repuestos de Reimers, asegura que la cadena DEMAG posee múltiples ventajas.



### ¿Paga lo mínimo?

¿Está pagando usted a sus trabajadores al menos, el salario mínimo? Son muchas las personas que trabajan en las diversas ferreterías, tiendas especializadas, depósitos de materiales y otros negocios relacionados al sector construcción del país. A muchos empleados de ferreterías, el salario que les pagan no es el mínimo, en ocasiones sobrepasa la tabla y eso lo hacen los patrones para motivar e incentivar a los trabajadores, pero también hay casos en que el salario

es inferior. Recuerde que cada seis meses los salarios se actualizan y para el primer semestre del 2007, hubo un incremento de alrededor un 4%. Tome en cuenta la tabla de salarios mínimos del Ministerio de Trabajo. Si usted no está pagando a sus empleados lo que corresponde, póngase a derecho y empiece a implementar los pagos como lo sugiere el Ministerio de Trabajo. Es un deber para usted y un derecho de los trabajadores. Así que, evítese problemas y busque información.

De acuerdo con datos suministrados por el Ministerio de Trabajo, un dependiente o vendedor, denominado como un trabajador semicalificado (TSC), debe ganar en una jornada ordinaria \$5.441 diarios. Mientras que un chofer de vehículo pesado, denominado como un trabajador calificado (TC), debería ganar en una jornada ordinaria \$5.679, lo mismo para un vagonetero. Estos datos están actualizados para el primer semestre del 2007, con el aumento de ley. Recuerde que, si usted le brinda beneficios a sus empleados, ellos le responderán de la mejor manera.

**UNIVERSAL DE TORNILLOS Y HERRAMIENTAS S.A.**

SU TORNILLERO DE CONFIANZA

nuevo **FAST**

**FAST DRILLS** **FAST ODIES** **FAST TAPS**

La herramienta de corte de mayor eficiencia, más rendimiento a menor precio.



**Fast Drills:** Brocas de Cobalto para Metal H.S.S.  
**Fast Dies:** Dados Tarraja para Roscas H.S.S.  
**Fast Taps:** Machos para Roscas H.S.S.

Importador y Distribuidor exclusivo Universal de Tornillos y Herramientas S.A.  
 Tel. (506) 222-7676 • Fax. (506) 256-4090 • Mayoreo: 222-1333.  
 Apdo. 4569-100 La Uruca  
 ventas@unitorni.com • www.unitorni.com

Lanzamiento en **EXPO FERRETERA**  
 Con grandes descuentos de introducción de herramientas de negocios.

Calidad en Productos de **FERRETERIA** con Respaldo y Confianza.

Con más de 15 Categorías para su Negocio





Jardinería - Herramientas Eléctricas  
 Ferretería - Construcción - Cerraduras  
 Electricidad - Plomería - Pintura

**SOLDADURAS L.C.**  
 Importaciones CASVI J.C.R. S.A.  
 400 mts. Norte, 13 mts. Oeste y 50 mts. Norte de Iglesia Católica  
 San José, Heredia, Costa Rica  
 Tel. 506 220-4994 • Fax. 506 220-4997  
 e-mail: soldad@casvi.com









**COFLEX**  
CONECTORES FLEXIBLES

**Exija la marca de los profesionales**

**plomer**  
ACCESORIOS

**COFLEX**  
Innovación en Plomería

GIL COTO NAVARRO REPRESENTACIONES, S.A.  
P.O. Box 7093-1000. De La Pop's de Curriabadat 50 Este,  
300 Norte, 450 Oeste. San José, Costa Rica. Tel: 506-225-8403  
[www.coflex.com.mx](http://www.coflex.com.mx)

## PINCELADAS

### Cerrajerías beneficiosas en ferreterías

¿Tiene usted una cerrajería en su ferretería? Si es así, sabe que es un excelente negocio, aunque si por el contrario, aun no ofrece este servicio, piense en los beneficios que le otorgaría disponer de una cerrajería.

En la Ferretería y Cerrajería Moravia están satisfechos de los resultados positivos que les ha dado ofrecer los servicios de cerrajería complementados con los productos de la ferretería.

Ya son 25 años de comprobar cada día los beneficios. De acuerdo con Gerardo Campos, en este negocio ofrecen un servicio completo, al igual que productos variables como candados de diversidad de marcas, tamaños y para usos variables.

“Nosotros realizamos instalaciones de llavines a domicilio, por-

que el servicio que ofrecemos es completo”, contó Campos.

El trabajo es múltiple, porque no se han limitado a vender únicamente los candados o las cerraduras. Ellos instalan llavines, abren cajas fuertes, sacan copias de llaves y todo dentro de la ferretería, aunque por supuesto, si es necesario desplazarse, brindan servicio domicilio.

Jonathan Campos es el experto en cerrajería y explicó que ellos ofrecen al cliente las diversas marcas en candados, además de recomendar tamaños o modelos dependiendo del uso.

“Nosotros manejamos diversas marcas en candados, porque al cliente hay que tenerle variedad, aunque las calidades varían, al final el cliente es el que decide”, dijo Campos.



Jonathan Campos, experto en cerrajería, de la Ferretería y Cerrajería Moravia, asegura que este es un buen negocio que arroja muy buenos resultados. Además, de convertirse en un servicio más para los clientes.

### Competencia ferretera es fuerte



De fijo usted sabe de antemano que el mercado ferretero cada día se hace más competitivo, ya sea por la introducción de productos nuevos, por las promociones, descuentos y hasta rifas que realizan.

Algunos ferreteros de experiencia manifiestan que no pueden dar al cliente muchos de esos beneficios, sin embargo, apuntan que han salido ganando por otros factores que consideran más importantes.

Dannis Ulate García, es un ferretero que cuenta con una experiencia amplia dentro del sector, es propietario de una ferretería situada en la provincia de Heredia, desde hace 40 años, la que lleva su nombre.

“Todo ha cambiado mucho, porque antes vendíamos por ejemplo a beneficios de café, pero estos negocios como se han modernizado dejaron de comprarnos. La cuestión es que la situación está difícil”, contó Dannis.

De acuerdo con el ferretero la competencia está muy peleada, él asegura

Dannis Ulate, Propietario de Ferretería Dannis en Heredia, asegura que la competencia actual es muy fuerte, pero que la clave para sobrevivir sigue estando en el servicio.

que ha sobrevivido primero que nada por el servicio que brinda al cliente que asegura es muy completo y porque su local es propio.

“La competencia es dura. Con respecto a los precios siempre habrán otros negocios que vendan productos más baratos, a veces yo los tengo a buen precio, pero esto es como un sube y baja y la situación no permite que prácticamente se regale nada”, aseguró Ulate.

El secreto según Dannis para seguir sobreviviendo a futuro en el sector está en dar servicio, no es solo vender. “Si no tengo algo, hasta le recomiendo al cliente donde puede conseguir lo que necesita, hasta beneficio a la competencia, ese es el servicio que aquí damos”, dijo Ulate.

**MACHETES IMACASA**

CERTIFICADO DE CALIDAD

Hoja de acero indestructible.

Identifíquelo por su viñeta amarilla original.

Filo duradero.

Busque logo Imacasa sellado de garantía.

Original cacha indestructible, fundida a la hoja.

N° 808

**imacasa**

DESAFIANDO EL TIEMPO... POR SU CALIDAD

IMACASA. ORGULLOSAMENTE CENTROAMERICANA  
[www.imacasa.com](http://www.imacasa.com)

## PINCELADAS

### THE PLYCEM CO., se amplió



Los Plycem TRIMS han tenido gran aceptación porque son productos funcionales y fáciles de instalar, además, son idóneos para aplicaciones exteriores y sirven como complemento en las construcciones livianas

The Plycem Company consolidó su presencia en el mercado estadounidense con su producto Plycem TRIMS.

La empresa encontró la aceptación del producto en sus primeros 8 meses de exportación. Una de las características más importantes de este producto es su cualidad reversible.

“La compañía adquirió un moderno rodoformador que permite incursionar en un tipo de TRIMS reversible que da la textura de madera por una de sus caras y una superficie lisa en la otra. Es un Plycem TRIM exclusivo de nuestra empresa, que nos permitirá ofrecerle a nuestros clientes encontrar en un solo producto,

las dos opciones que pide el mercado norteamericano, de un lado textura lisa y del otro textura de madera” comentó Jéssica Navascués, Gerente de Producto de The Plycem Company.

Por su parte, Alfonso Estrada, Jefe de Asesoría Técnica de The Plycem Company agregó que “los Plycem TRIMS han tenido gran aceptación porque son productos funcionales y fáciles de instalar, además, son excelentes para aplicaciones exteriores y sirven como complemento en las construcciones livianas”.

Este producto cuenta con un protector de humedad, no contiene asbesto y está fabricado con fibrocemento de baja densidad.

Recientemente, la empresa reforzó esta área del fibrocemento con la instalación de una ampliación a la línea actual, la que les permitirá tener una mayor productividad, así como incorporar algunos procesos automatizados.

Actualmente la compañía exporta 48 contenedores mensuales del producto hacia los Estados Unidos y se espera que a corto tiempo, esta cifra aumente a los 72 mensuales.

Navascués añadió que para este 2007, la expectativa es crecer en este mercado mediante un fortalecimiento de la red de distribuidores en las distintas ciudades en las que se está promocionando el producto.

### Rifas ferreteras conquistan clientes

Si le interesa mantener y ganar clientes para su negocio, no deje de hacer rifas durante las temporadas especiales del año. Está comprobado que las ferreterías donde tradicional y regularmente se realizan sorteos, son las favoritas para realizar compras. Recuerde que usted conquista a un consumidor cuando lo toma en cuenta.

En Casa Ferreterías, tienen muchos años aplicando el sistema de sorteos entre clientes. “Ellos lo esperan. El resultado ha sido excelente”, dice Marvin Vega, Administrador de la sucursal de Alajuela.

De acuerdo con Vega en todos los puntos de venta de Casa Ferreterías hacen rifas durante temporadas especiales, como para el Día de la Madre, Semana Santa y Navidad.

“Nos gusta que participen todos los clientes. Reciben una acción para participar por la compra de un monto mínimo, que no es alto, además los premios quedan repartidos en los diferentes puntos de venta”, explicó Vega.

En ocasiones han rifado viajes a hoteles todo incluido, artículos eléctricos grandes o dinero en efectivo, “por lo general coordinamos con algún proveedor y el

resultado ha sido muy bueno”, contó.

En el Almacén el Colono también hacen rifas, y según Karla Chacón, del departamento de Mercadeo del Colono, en Limón, las personas siempre esperan los sorteos. “Actualmente, estamos haciendo una rifa en conjunto con Kativo y se están viendo buenos resultados”, dijo.

En el Colono varían con los premios, a veces rifan desde pintura hasta algún electrodoméstico. Los sorteos los realizan por medio de órdenes de compra por lo general con el patrocinio de algún proveedor.

## No insista Llegó AluBand

Banda asfáltica bituminosa autoadhesiva, recubierta con un lámina de aluminio puro, que la protege de los efectos climáticos y refracta los rayos UV.

**TORNILLOS**  
La Uruca

Distribuidor Exclusivo

Tels. (506) 256-5212 • 258-3290 • 233-7563

Fax: (506) 223-1763 • 258-3909

La Uruca, contiguo a FACO.



**METALICA IMPERIO 20 años**

*(Creando soluciones de espacio)*

Con más de 20 años de experiencia en el mercado, Metálica Imperio es una compañía comprometida con nuestros clientes para brindar productos que satisfagan las necesidades de almacenamiento y exhibición de los usuarios.

**MOBILIARIO IMPERIO**    **ESTANTERIA IMPERIO**    **CARRETILLOS IMPERIO**    **CLOSETS IMPERIO**

Tel. (506) 293.3737 / Fax: (506) 293.0916 / info@metalicaimperio.com / www.metalicaimperio.com

# ¿Preocuparse por la competencia?

Siempre hemos mantenido que uno de los mandamientos para ganar es concentrarse en el cliente, en lugar de hacerlo en la competencia.

## MERCADEO

Enfocarse exclusivamente en el cliente es y siempre ha sido la estrategia adecuada. Este principio debe haber nacido cuando el concepto de venta comienza a desarrollarse en Babilonia, unos 5 mil años AC. El concepto de mercadeo, que aparece 7 mil años después, no viene sino a ratificar ese viejo concepto: "hay que enfocarse en el mercado, escuchar al mercado, investigar lo que quiere el mercado". El mercado no es otro que el cliente potencial o prospecto. Una de las quejas que más se escucha de comerciantes e industriales es que "la competencia es cada día más grande". Cuando se recomienda que se concentren

en el producto o servicio que venden, no en la competencia, se les nota que no lo creen. Este es un planteamiento que somos muchos los que tratamos insistentemente de introducir. Muchas veces -lamentablemente- con poco éxito. No perciben que hasta los grandes elefantes, como IBM, que se paseaban por el mercado con toda tranquilidad, pastando de los mejores campos, tuvieron que aprender a bailar, con una competencia creciente y cada día más eficiente, nacida de la nada.

### Errores de enfocarse en la competencia

Enfocarse más sobre los com-

petidores que hacia los clientes, es más parecido a las estrategia que se usa en las guerras convencionales. Éstas no se aplican al mercadeo. La principal razón para olvidarse de la competencia es que cuando se tiene una estrategia enfocada en la competencia, solamente podemos decir: "somos mejores que ellos". Pero, esta estrategia tiene significaciones negativas, para quien la escucha. Las peores de ellas son las siguientes:

- **Permite a la competencia fijar las reglas de juego.** Cuando nos comparamos con la competencia lo que estamos diciendo es que ellos son el estándar y que nosotros estamos tratando duro de ser como ellos.

- **Demuestra nuestra debilidad no nuestras fortalezas.** Una estrategia razonable es enfatizar lo

que nosotros podemos hacer por el cliente.

- **Invita a comparar precios.** Cualquier comparación nos lleva a los precios. Esto es bueno si nuestra única fortaleza son los precios, lo que no lleva muy lejos, porque nos deja con pocos argumentos para defender nuestra posición.

- **Aparecemos como sin imaginación.** Cuando nos sentamos a rebatir a la competencia, lo que estamos diciendo es que "no tenemos idea de nuestro producto, empresa o servicio".

- **Desvía la atención del cliente.** Enfocarse en la competencia es enfocar la venta en nuestros temores, ansiedades, temores de perder un negocio que aun no tiene. El interés del cliente es resolver su problema, que en el caso de estar enfocado en la competencia, usted no ha toma-

do en cuenta. Lo peor es que en este caso el cliente se da cuenta de inmediato que usted no tiene la solución que él busca.

### Administrando la estrategia

Naturalmente, las empresas deben conocer la competencia, decidir quiénes son sus competidores, con quién compiten, contra qué productos y servicios y en qué términos. Esto puede parecer muy conocido para quien quiera que lea el artículo más importante de Theodore Levitt en Harvard Business Review: "La Miopía en el Marketing".

El conocimiento de mercado puede llevar a las empresas con astucia y liderazgo a conocer sus competidores y saber lidiar inteligentemente con ellos cuando:

1. Determinan qué competidores se verán atraídos por la estrategia

de la empresa.

2. Se anticipan a la estrategia futura de cada competidor potencial.

3. Establecen los perfiles de la competencia, de modo que cada competidor ponga su énfasis, o no, en términos de productos, usuarios y mercados geográficos.

4. Neutralizan áreas determinadas de excelencia del competidor, ya se trate de servicio al cliente, distribución o de producción.

5. Escogen a los competidores. Esto es seleccionan con quienes competir. No hay que dejar que sean los competidores los que nos escojan. Ninguna empresa tiene los recursos para competir contra todos los competidores. No necesita hacerlo.

Fuente: [www.mercadeo.com](http://www.mercadeo.com)



**Pinturas CELCOLOR**

Pinturas para uso Doméstico, Profesional e Industrial.  
Acabados para Maderas tipo Nitro y de Poliuretano, Barnices, Tintes.  
Acabados Automotrices, Adhesivos y Disolventes.

con la garantía **CELCO**

Tels: (506) 279-9555 / Fax: (506) 279-7762 Email: [info@celcocr.com](mailto:info@celcocr.com) / [www.celcocr.com](http://www.celcocr.com)  
Alto de Ochomogo, Cartago, Costa Rica



**KleenGuard**  
Usalos. Amalos.

**Guantes Recubiertos G40**

- Excelente destreza en trabajos con objetos pequeños.
- 25% más de productividad vs los guantes de cuero.
- Comodidad y movilidad por ser de nylon.
- Sin costuras para un mejor ajuste.
- Recubiertos con nitrilo sirviendo como aislante de corriente de bajo voltaje.
- Alta Resistencia a la abrasión y corrosión.
- Brindan un excelente agarre inclusive en aceite y grasa.

Asociación: [www.kcprofessional.com](http://www.kcprofessional.com)  
Costa Rica (506) 298-3183, Guatemala (502) 7888-8100  
El Salvador (503) 2319-4551, Honduras (504) 574-8966  
Nicaragua (505) 266-6330, Panamá (507) 360-0420

**Kimberly-Clark Professional**

## MERCADEO



La revista Fortune decía: "Microsoft ha estado dirigida por un hombre que es considerado un genio por derecho propio, por la mayoría, y que ha tenido el acierto de reconocer la genialidad en otros".

# Negocios exitosos en 5 pasos

En definitiva, hay miles de recetas para el éxito, hacerse rico, lograr la fama, triunfar, crecer y ser feliz. Hasta para hacer un buen pastel hace falta ese toque de talento que algunas personas poseen naturalmente.

Sin embargo, es necesario subrayar temas importantes, si se quiere principios reconocidos o consagrados por la historia, las experiencias de éxito (y hasta de fracaso) y los estudios de investigadores y consultores en todo el mundo.

Algunas listas señalan puntos, pero generalmente siempre nos aportan valor, cuando estamos abiertos para el aprendizaje y predispuestos para el cambio. Miles de personas quieren iniciar su propio negocio. Una gran parte sin saber siquiera qué hacer está a la búsqueda de ideas, ansiosa por

encontrar una inspiración o simplemente atenta a lo que hacen otros para imitarlos.

### Cinco pasos para el éxito en los negocios:

#### 1. Comprométase con aquello que lo entusiasma

Pablo Coelho escribió: "siempre que un hombre hace aquello que le entusiasma, es que está siguiendo su Leyenda". Si nos involucramos en un emprendimiento sobre el que tenemos intereses genuinos, allí también estará la intuición y la mirada interior que impulse nuestro proceso creativo.

Los mayores éxitos de la humanidad están asociados a personas entusiasmadas, que disfrutaban del esfuerzo de sus acciones, más allá de los resultados inmediatos que pudieran producir. Tal es el caso de Edison, Da Vinci, Jesús, San Martín, y muchos otros hombres y mujeres de la historia, pero también seguramente de muchos de nuestros amigos y familiares, quizá nuestros abuelos, que forjaron un futuro para su familia sustentado en el entusiasmo y la dedicación.

Una persona no trabaja igual cuando hace algo que le agrada que

cuando hace algo que le disgusta. Si busca generar un emprendimiento, debe saber que pasará tiempo con él, que ocupará sus pensamientos largas horas, que demandará dinero, renunciamentos, tiempos propios y ajenos. Vale la pena entonces, asegurarse que el proyecto sea suficientemente inspirador.

#### 2. Escriba un plan

Planificar tiene enormes ventajas y éstas se refuerzan cuando se escriben. Redactar un plan nos enfrenta cara a cara con el desafío que implica nuestro proyecto, y nos ayuda a ser críticos y reflexivos. Podemos volver una y otra vez sobre nuestro plan escrito para repensarlo y mejorarlo, y en este proceso encontramos cosas nuevas, variables no observadas previamente, relaciones no advertidas y hasta resultados no previstos. El plan escrito puede ayudar a combinar información cuantitativa y cualitativa.

El documento que resulte de este paso servirá de guía para su redactor así como para los propios colaboradores. El plan se transforma de esta manera en un instrumento de comunicación, con mayores posibilidades de desarrollo y fuerza que la sola idea en la mente del emprendedor.

#### 3. Reúna colaboradores más capaces que usted

La revista Fortune decía: "Microsoft ha estado dirigida por un hombre que es considerado un genio por derecho propio, por la mayoría, y que ha tenido el acierto de reconocer la genialidad en otros". Esa misma visión transmitió Bill Gates a toda su organización, promoviendo siempre que se contraten personas mejores que uno mismo.

Cuando sumamos capacidades a un grupo, obligamos a generar una adaptación que nivela las competencias hacia arriba. Nunca debe nivelarse hacia abajo.

#### 4. Ocúpese del valor principal y tercerice el resto

El emprendimiento que desarrolle tendrá actividades esenciales y otras accesorias.

Vale la pena estudiar cómo se forma el valor en los procesos del negocio, y concentrarse en atender las actividades principales (core business). Las accesorias convendrán tercerizarlas para aumentar la concentración en lo esencial, lograr una mayor flexibilidad y contar con los mejores desempeños también en lo accesorio, logrando economías de escala y reducción de costos. Uno de los mayores impedimentos para lograr esto puede darse en la falta de control que uno podría tener cuando no asume directamente todas las actividades, pero en la actualidad con la fluidez que tiene la comunicación y las posibilidades de integración que ofrece la tecnología, el control puede ser desarrollado de manera mucho más eficaz.

Concéntrese en lo que sabe hacer mejor, en lo que valora más su cliente.

#### 5. Comparta los frutos

Los colaboradores son siempre conscientes de los resultados, perciben si a la empresa la va bien o mal, y a la larga siempre se enteran de los resultados económicos obtenidos. Compartir la riqueza generada por el negocio puede ser un importante instrumento de motivación y también una forma de asociar a los colaboradores para el éxito, a través de incentivos que premien los buenos resultados. Cuando se tienen estas prácticas, las empresas son capaces de atraer los mejores empleados, gente con fuertes competencias, seguros de sus propias habilidades que son atraídos por la posibilidad de mayores ingresos por un más alto desempeño.

Cuando planifique su negocio, dedique tiempo a pensar la manera en que compartirá el valor que se genere con sus colaboradores, sin reducir el atractivo del negocio para usted mismo.

El camino para el éxito en los negocios nunca es fácil. Sin embargo, siempre vale la pena el esfuerzo.

Fuente: mercadeo.com

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

**HACHAS FORJADAS IMACASA**

N° 752 Forjadas de una sola pieza.

N° 759 Ojo de forma interior cónica para mejor agarre. Hoja de acero indestructible.

N° 751 Filo con alta resistencia al desgaste y ruptura.

**LAS ORIGINALES**

N° 751 Busque logo Imacasa sellado de garantía. Mango robusto fijado y barnizado.

CERTIFICADO DE CALIDAD

**imacasa**

DESAFIANDO EL TIEMPO... POR SU CALIDAD

IMACASA: ORGULLOSAMENTE CENTROAMERICANA  
[www.imacasa.com](http://www.imacasa.com)

**Tecno Lite**  
ILUMINACIÓN

TODO SE PUEDE VER MEJOR

RODANTE, KIDDE, IPISA, SUPREMA, NUVENT, GLOBAL.COM

www.tecnolite.co.cr  
tecnolite@racsaco.cr

## EXPERTO

Por: Marco V. Mejía L.  
Presidente & CEO  
MVM SUPPLY CONSULTING



# ¡Realice compras con estrategia!

Todo negocio que pretende convertirse en una empresa de clase mundial lo puede lograr por medio de procesos estratégicos, a través de una metodología específica. Así que si usted quiere pertenecer al mercado modernista, evolucione con una organización de compras que se dedique al diseño e implementación de estrategias de compras para maximizar el valor de las adquisiciones. Para lograr realizar compras adecuadas, hay que seguir cinco factores, a través de procesos estratégicos.

Al momento de realizar compras, lo primero a tomar en cuenta es que le den garantía de abasto o que cumplan con las mínimas normas regulatorias o legales, y que ese proveedor pueda surtirle en las cantidades que requiere, lo segundo es la calidad y lo tercero es que queremos servicio, a un alto nivel.

Todo esto son factores críticos que no son negociables, son factores que debe cumplir un proveedor antes de que adquiramos un bien o servicio; sin embargo, si se puede negociar costos e innovación. Nos debemos garantizar que el proveedor cumpla las tres primeras fases, como mínimo, lo no negociable, porque por ejemplo con una garantía de abasto nos garantizamos las cantidades requeridas, así como una capacidad disponible, si tenemos calidad nos aseguramos confiabilidad en el uso y manejo de los productos.

Con el servicio obtenemos tiempo de respuesta, de entrega y horizontes flexibles, un adecuado manejo de inventarios y logística, así como mejoras continuas. Recuerde que se debe ir más allá, así



que no permita que su negocio siga igual, haga que evolucione. Busque más opciones cuando vaya a realizar una compra, en los diferentes mercados.

Herramientas estratégicas hay como treinta, que a través de los procesos le ayudarán a encontrar la posición que necesita. Si le interesa conocer más los factores, procesos y herramientas para realizar compras estratégicas, maximizando el valor de sus adquisiciones puede visitar el sitio [www.mvm-sc.com](http://www.mvm-sc.com)

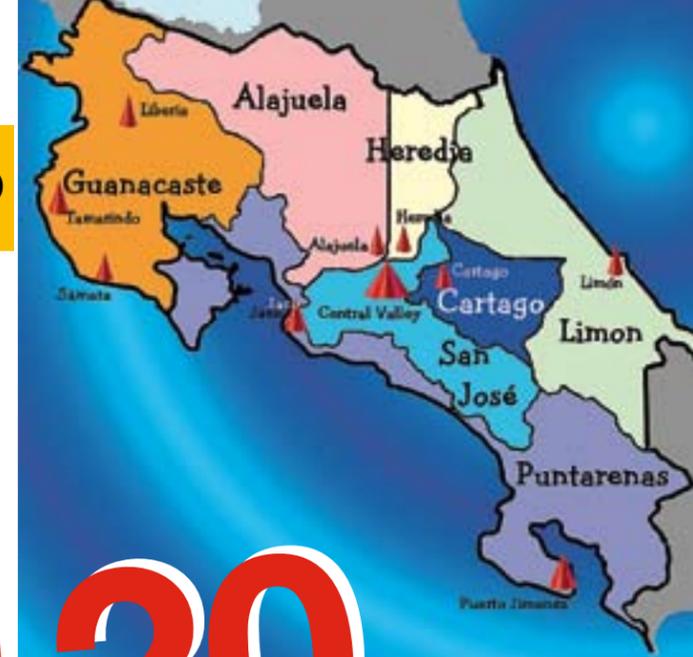
### Funciones estratégicas

Debe definirse un objetivo de compras que esté ligado con los objetivos del negocio. Ante todo, debe existir un equipo de compras en su negocio, que analice las estrategias de compras basadas en datos y hechos, así como identificar las áreas claves donde el gasto sea realizado.

Se deben identificar además los proveedores claves que cuenta la empresa, así como la identificación de las oportunidades de corto plazo, por medio de un estudio de mercado.

Lo más importante es que realice un desarrollo de compras estratégicas. Usted lo puede lograr. Solamente, siga los pasos.

## EN CONCRETO



# Las 120 de TYT

Ranking ferretero que evidencia la fuerte competencia que se vive entre el sector ferretero costarricense.

Este año, en una selección de 45 mayoristas de 81 consultados, dieron a conocer lo que se vive en el mercado costarricense. Una respuesta que representa más del 50%.

Los mayoristas consultados son proveedores que se ubican tanto dentro del país como fuera de éste, ya que hay muchas ferreterías que gracias a ferias como Expoferretera, han logrado contactarse con algunos mayoristas del área centroamericana y especialmente México.

Algunos cambios importantes que se han dado en el mercado, ha sido la proliferación de varias ferreterías nuevas en todo el país. Un dato contundente es que a pesar de la llegada de megaferreterías y ferreterías más grandes, los establecimientos pequeños no se rinden y más bien, utilizando el servicio como arma de batalla, han encontrado una fortaleza importante para hacer frente a la

competencia.

La empresa API Investigación de Mercados SIGMADOS fue la compañía encargada de hacer la recolección de los datos y posteriormente, establecer tabular la información para establecer el Ranking de las 120 Ferreterías más importantes del 2007.

De los hallazgos o cambios más importantes que se dieron para este año, ha sido el crecimiento o mención de los mayoristas en varias zonas, lo que evidencia la fuerza del mercado específicamente en las áreas rurales. Por ejemplo, en el área de Puntarenas emergieron algunas ferreterías que en los ordenamientos anteriores no habían aparecido con ningún voto. Por lo tanto, la zona de San José, específicamente, experimentó un descenso en la mención de los establecimientos, con el fin de dar paso a este nuevo grupo de ferreteros.

En San José sigue siendo el Lagar, el líder al mantenerse en la primera casilla, pero siempre muy seguido por Ferretería Epa. Uno de los negocios que viene escalando puestos es El Guadalupe que el año anterior apareció en la casilla 8 y este año ostenta la número 5.

Ferreterías como Maflor y La Bodega, hacen su aparición por primera vez en la publicación.

### Porteños fortalecidos

En la zona brumosa las sorpresas no son muchas. Materiales Orozco conserva el primer sitio que conquistó el año anterior y salen otras ferreterías importantes como Almacén González, San Nicolás y Mercasa.

En Puntarenas, como mencionamos, es donde principalmente se da el crecimiento importante del ranking, con la aparición de nuevos establecimientos, señal inequívoca del dinamismo que

experimenta esta área específica, pues recordemos que el auge turístico y por ende, de construcción puede estar beneficiando ampliamente a estos empresarios.

Materiales Garabito que el año anterior, apareció en la segunda casilla, este año subió al primer peldaño, dejándole el segundo puesto a Ferretería El Esparzano. En la Zona Norte y en Heredia, tanto Ferretería Rojas y Rodríguez como Ferretería Brenes respectivamente, siguen manteniéndose como los líderes. Igualmente, Almacén Arologos, en la zona norte, mantiene sus fortalezas y se ubica nuevamente en el segundo puesto.

En Limón sigue siendo El Colono de las ferreterías más importantes. Esta zona, específicamente, al igual que San José, experimentó un descenso en la mención de establecimientos.

En la zona pampera, La Carreta ratifica el primer puesto que obtuvo el año anterior y Agroservicios La Península de la posición 8 que obtuvo en la edición anterior, este año se colocó en el segundo puesto.

Igualmente, este año los mayoristas consultados también dieron a conocer las ferreterías que poseen crédito más sano, los establecimientos con mejor reacción ante la competencia, más agresivos en mercadeo, y las que solicitan más la capacitación. Además, también incluimos las ferreterías consideradas como las más grandes del país.

# Ranking Las 120 de TYT por provincia



Rank 2007	Rank 2006	Rank 2005	Ferretería o Depósito	Votos 2007	Gerente General o Presidente	Teléfono	Número empleados
<b>SAN JOSÉ</b>							
1	1	1	El Lagar	14	Ricardo Mora Goldoni	259-5959	700
2	2	7	Epa	9	Ignacio Vieto	224-1360/257-9372	400
3	3	5	El Mar	8	Marco Romero López	233-8744	150
4	4	13	Abonos Agro	7	Rodolfo Vásquez	212-9300	650
5	8	4	El Guadalupano	7	Gilberth Quirós Rojas	224-2244	300
6	5	6	Dist. Santa Bárbara	6	Didier Fernández Quintana	231-0591	150
7	12	2	Depósito Las Gravidias	5	German Quesada Morales	259-5555	125
8	23	14	Almacenes Unidos	3	German Losilla Colombari	255-4161 / 4161	150
9	NA	NA	Ferretería Mazaso	3	Ottón Arias Quirós	225-3940	10
10	NA	NA	Ferretería Central en Guadalupe	3	Rafael A. Montero	225-2105	9
11	7	9	Depósito de Materiales Irazú	2	Edgar Herrera Portugués	292-5050 / 278-2525	500
12	NA	NA	Muñoz y Nanne	2	Jorge Muñoz	253-4286	110
13	17	22	Almacén El Eléctrico	2	Carlos Barquero	226-3818	64
14	NA	NA	Ferretería Campos	2	Gloriana Jaramillo Herrera	224-1707	35
15	38	NA	Ferretería M y M	2	Miguel Guadamuz Salas	257-7244	6
16	NA	NA	Capris	1	Werner Ossenbach	290-0102/222-4052	220
17	27	10	Intaco	1	Adrián Alfaro M.	222-4785	156
18	NA	NA	Almacén El Mauro	1	Carlos Mauro Arias	220-1955	135
19	NA	NA	IESA	1	Rodrigo Esquivel Mora	257-8500 / 222-2524	130
20	15	3	División General de Materiales (Digema)	1	Gerardo Fait Meza	215-1112	125
21	24	19	Ferretería Reimers	1	Jorge Cartín Ulate	290-1020	65
22	NA	NA	Maderas Matflor	1	José M. Villalobos	235-0163	45
23	NA	NA	Almacén La Bodega	1	Javier Soto Madrigal	245-0005	44
24	37	NA	Ferretería Xiomara	1	Manuel Ceciliano Esquivel	771-4840	36
25	NA	NA	Coope Agri	1	Victor H. Carranza Salazar	770-2882/771-3455	17
26	NA	NA	Ferretería Rohmoser	1	Fernando Romero Chang	231-1945	8
27	33	NA	Ferretería Jaime	1	Wilfrido Aguilar Herrera	235-2835	6
28	NA	NA	Ferreterías Los Ángeles	1	José J. Chinchilla Solís	288-1318	2
29	39	NA	Depósito de Maderas San Carlos	1	Luis Pereira Solano	227-6835	ND
<b>CARTAGO</b>							
1	1	2	Materiales Orozco	8	José Rafael Orozco Vargas	556-0422	42
2	2	1	Dep. Maderas El Pochote	7	Federico Mora Aguilar	591-89-20	40
3	4	5	Ferretería Industrial La Florida	5	Carlos Ruiz Castro	537-8000	27
4	3	3	Cipresal	3	Dora Emilia Meneses R.	552-2303	25
5	5	NA	Ferretería Santa Rosa	3	Adrián Salazar Cabezas	556-5454	21
6	6	10	Ferretería La Cascada	2	Manuel Vargas Villalobos	279-9376	75
7	NA	NA	Almacén González	2	Harold González Fernández	537-1515	24
8	NA	NA	Ferretería F&F	1	Enrique Fonseca Morales	551-9973	65
9	NA	NA	Mercasa	1	Geovanni Méndez	552-4137	50
10	NA	NA	Almacén Materiales San Nicolás	1	Víctor Julio Leiva	537-1364	10
11	NA	NA	Inversiones Ferreteras	1	ND	552-1871	ND

Rank 2007	Rank 2006	Rank 2005	Ferretería o Depósito	Votos 2007	Gerente General o Presidente	Teléfono	Número empleados
<b>PUNTARENAS</b>							
1	2	1	Materiales Garabito	4	Róger Valenciano	643-3045	24
2	NA	NA	LFC	1	Luis Céspedes Prendas	643-3875	70
3	NA	NA	Lagar - Costanera	1	Ricardo Mora	663-7898	50
4	1	NA	Ferretería El Esparzano	1	Samuel Szuster Torres	636-4840 / 636-4870	34
5	NA	NA	Ferretería Buenaventura	1	Anozca Campos	654-4947	30
6	NA	NA	Materiales Coto Brus	1	Odilio Villalobos Cascante	773-5050	23
7	NA	NA	Vetcomer	1	Jorge Luis Rojas	777-0240	15
8	NA	NA	Ferretería Apuy	1	Olivier Castro	661-3606	15
9	7	NA	Ferretería Tsung Sing	1	Asán Li Carmona	661-0781	12
10	NA	NA	Barranqueño	1	Efraín Chávez Hernández	663-6010	12
11	NA	NA	Electro Sistemas	1	Saúl Rojas Vargas	663-0207	12
12	8	NA	Ferretería R y C	1	Marco A. Rudín Arias	639-9116	12
13	6	NA	Ferretería La Perla	1	Juan Carlos Villalobos	784-0435	10
14	NA	NA	Proceiko	1	Juan Carlos Villalobos	784-0435	10
15	NA	NA	Santa Rosa	1	Luis Campos Quirós	663-9922	3
16	NA	NA	Ferretería Garima	1	ND	ND	ND
17	NA	NA	Ferretería El Pueblo	1	Ricardo Quirós	730-2525 / 730-0104	ND
18	NA	NA	Rokasa del Roble	1	ND	663-3103 / 236-8031	ND
19	NA	NA	Paniagua y Solís	1	ND	ND	ND
20	NA	NA	La Costeña	1	ND	667-7400	ND
<b>ZONA NORTE</b>							
1	1	1	Ferretería Rojas y Rodríguez	6	Freddy Rodríguez	460-3833	60
2	2	2	Almacén Agrologos	4	Edgar Picado	464-0190	75
3	4	4	Electro Beico	3	Orlando Herrera	460-0775	35
4	7	NA	Materiales El Tanque	2	Jorge Jimenéz	469-1914	140
5	3	7	El Colono	2	Roosevelth Castro	474-3767	58
6	5	NA	Rojas y Monge	1	Víctor Rodríguez	494-8898	65
7	NA	NA	Agro Ferretería Malekus	1	Oscar Vargas Sánchez	464-0196	30
8	9	6	Agropecuaria Upala	1	Oscar Vargas Sánchez	470-0101	16
9	8	NA	Ferretería Pital	1	Estela Rodríguez	473-3104	6
10	6	3	Almacén Central	1	Luis Ángel Solís	460-9705	ND
11	NA	NA	Constructor Sancarleño	1	Wilson Hidalgo	670-1214 / 670-1211	ND
<b>LIMÓN</b>							
1	1	1	El Colono	10	José Alberto Castillo	798-5770	300
2	6	5	Bloques del Caribe	2	Walter Barrantes	758-2032	11
3	8	5	Ferretería King	2	Leiva Sánchez León	758-0327	ND
4	2	4	Almacén Tres R	1	Enrique Rodríguez	710-3296	20
5	3	6	Ferretería Chonk	1	Mario Chonk Yu	758-3864	20
6	5	2	Ferretería F y H.	1	Felipe Ling Ye	758-5161	25
<b>ALAJUELA</b>							
1	NA	NA	Casa Ferreterías	5	Johnny Alvarado	442-3121	ND
2	NA	NA	La Llave	5	Julio Lara	442-7424	ND
3	5	NA	Rojas y Monge	4	Mario Rojas-Victor Rodríguez	494-8898 / 494-6252	60
4	NA	NA	Ferretería Alf	3	ND	ND	ND
5	NA	NA	Arpe	2	Víctor Argüello Peralta	442-7071/441-3131	40

Rank 2007	Rank 2006	Rank 2005	Ferretería o Depósito	Votos 2007	Gerente General o Presidente	Teléfono	Número empleados
6	14	9	Materiales Barrio San José	2	Nicolás Johansson Solano	433-4517 / 433-4791	30
7	9	NA	La Mejor	2	Jorge Delgado Herrera	442-0188 / 442-0141	18
8	12	6	Materiales Los Príncipes	1	Luis G. Vargas Fuente	438-5747 / 438-4571	24
9	15	11	Constru Express	1	Yamileth Chaves	441-1949	15
10	NA	NA	Montero y Campos	1	Sergio Campos V.	442-2811	17

**HEREDIA**

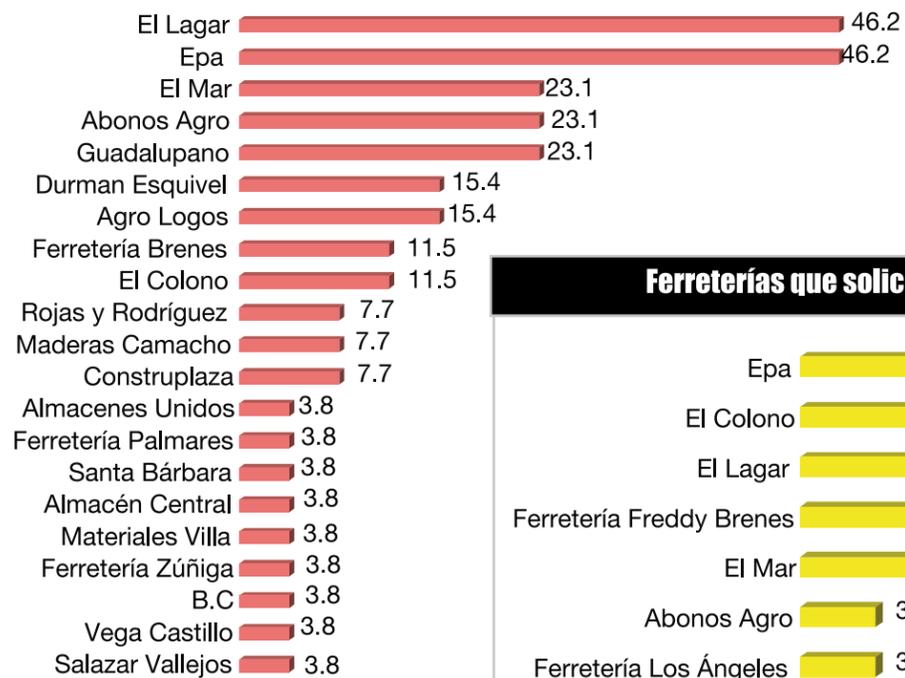
1	1	1	Ferretería Brenes	13	Freddy Brenes Campos	261-6055	105
2	2	3	El Rafaeleño	6	Rafael Vargas Lara	263-4000	80
3	6	5	Depósito Los Ángeles	4	Oscar Vargas Pérez	262-3303	55
4	4	NA	El Lagar	3	Ricardo Mora Goldoni	259-5959	75
5	NA	NA	Depósito San Miguel (Materiales Villa)	3	Gerardo Ulate Ugalde	265-5050	30
6	1	2	El Colono	2	Salvador Saborío B.	766-6191	65
7	NA	NA	Grupo Santa Bárbara	2	Marvin Salas	262-1125	ND
8	3	NA	Deposito Irazú	1	Jorge More Arroyo	237-4190	30

Rank 2007	Rank 2006	Rank 2005	Ferretería o Depósito	Votos 2007	Gerente General o Presidente	Teléfono	Número empleados
9	12	10	Depósito San Antonio	1	Federico Rodriguez	239-0792	20
10	NA	NA	Ferretería Zúñiga	1	Juan Fernando Zúñiga C.	237-1754	11
11	NA	NA	Herradura	1	José R. Zúñiga Chévez	238-2145 / 237-0219	5
12	NA	NA	Electro 2000	1	ND	262-4861	ND

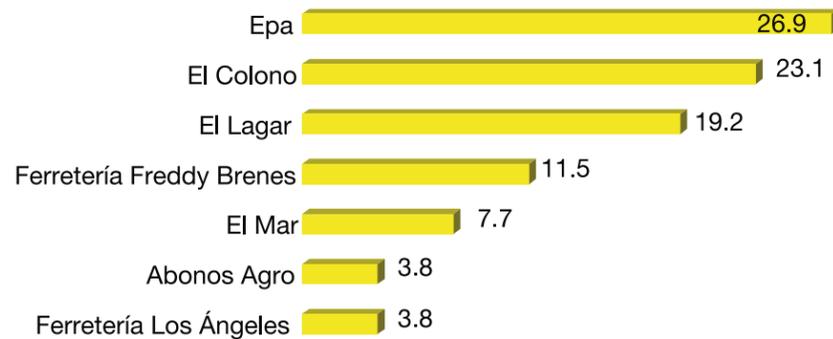
**GUANACASTE**

1	1	3	La Carreta	5	Julio Salas Villegas	665-0216	37
2	8	2	Agroservicios La Península	5	Eugenia Vargas	685-5741 / 685-3043	85
3	6	7	FETESA (Ferretería Técnica)	4	Bernardo Bolaños	669-0601	30
4	1	3	El Colono	3	Jorge Luis Jiménez Rojas	694-4260 / 694-0004	13
5	4	4	Depósito de Maderas San Carlos	3	Oldemar Rodríguez	670-0943	37
6	NA	NA	Único	2	Jenny Salas	671-1200	11
7	3	5	Do it Center de Papagayo	1	Mauricio Rivera	667-0667	30
8	7	6	Rorifer	1	Róger Ríos Fernández	666-8686	15
9	NA	NA	Jiménez Y Chaverri	1	José Miguel Jiménez Elizondo	680-0083	17
10	NA	NA	Rorro Liberia	1	ND	668-081	ND

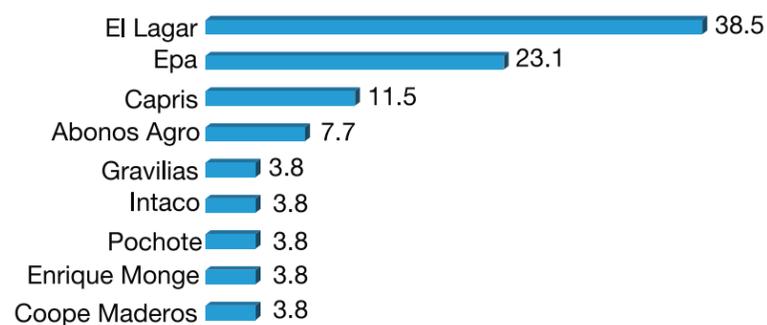
**Ferreterías con mejor reacción ante la competencia**



**Ferreterías que solicitan más capacitación**

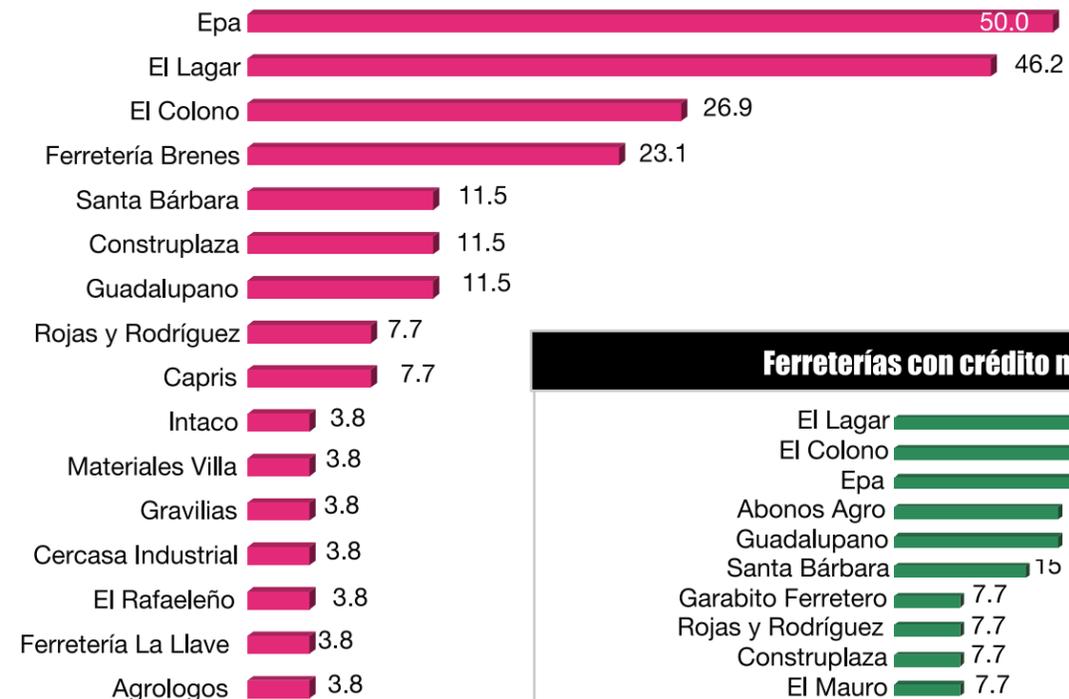


**Las ferreterías más grandes del país en primera mención**

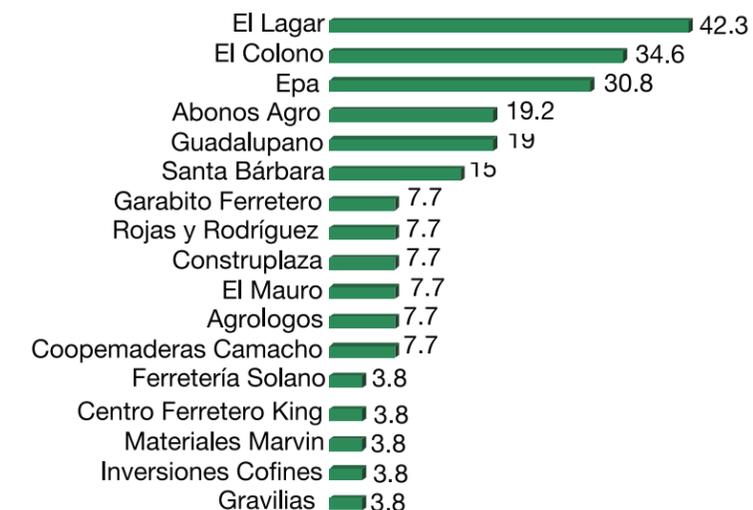


**En números...**

**Ferreterías con mayor agresividad en mercadeo**



**Ferreterías con crédito más sano**



# ¿Qué hacer para que el sector ferretero



## SAN CARLOS

**Freddy Rodríguez**  
**Ferretería Rojas y Rodríguez**  
**Calidad ante todo**

“El campo de la construcción y todo lo que abarca ha crecido mucho en Costa Rica, por ende, también el sector ferretero se ve obligado a desarrollarse. Para lograr esta meta los propietarios y el personal del sector deben ser capaces de proporcionar los más altos estándares de calidad, tanto en la parte relacionada con los productos como en la atención y servicios brindados a los consumidores”, indica Freddy Rodríguez.

“Para brindar el mejor de los servicios a todos nuestros clientes tanto la gerencia y personal administrativo, como todos los colaboradores deben estar en constante capacitación. Esta preparación debe realizarse en diversas áreas; por ejemplo, en el departamento de servicio al cliente nuestros vendedores deben poseer un amplio y

completo conocimiento de los productos y sus especificaciones técnicas; para así ser capaces de ofrecer una verdadera asesoría y ganarnos la confianza de nuestra clientela”.

“En cuanto a la formación del personal administrativo y gerencial es relevante que nos preocupemos por asistir a cursos relacionados con el área de mercadeo, ventas, economía, entre otros, que nos permitan conocer mejor el mercado y su comportamiento, a la vez esta formación nos permitirá divisar y crear las oportunidades para seguir creciendo en el mercado”.

“El empresario del sector ferretero siempre debe buscar destacarse de la competencia, es de vital importancia innovar y ser creativo a la hora de buscar y escoger los productos de nuestro negocio, pero sin sacrificar la calidad de éstos, en otras palabras es importante introducir nuevas líneas de productos, pero siempre y cuando sean de la más alta calidad”.

## SAN JOSÉ

**Didier Fernández**  
**Propietario Ferreterías**  
**Grupo Santa Bárbara**  
**Buena administración**

Didier Fernández, propietario de las ferreterías del Grupo Santa Bárbara, considera que un factor clave en el crecimiento de su empresa es el adecuado uso de los recursos financieros. Estos deben administrarse de modo tal que permitan una reinversión de capital en importantes áreas, como lo es una óptima infraestructura, contar con equipo de primera, trabajar con un personal altamente calificado y sobre todo, comprometido con los intereses y metas de la compañía.

Fernández agrega que “el buen conocimiento del entorno en que trabajamos y sus situaciones nos permite tener una amplia visión, para así divisar las diversas oportunidades que surjan en nuestro mercado. Esto tendrá como consecuencia el crecimiento de cada una de las empresas del sector ferretero”.



# se desarrolle con más fuerza?

Varios ferreteros de distintas zonas del país, hablan sobre la actualidad del mercado y sobre el futuro que le espera a Costa Rica en este sector. Un reflejo de lo que viven las 120 ferreterías más importantes del país.

## HEREDIA

**Donaldo Rosales**  
**Administrador**  
**Ferretería El Rafaeleño**  
**Comunicación clave**

Rosales considera que el crecimiento de su empresa debe ir de la mano con la percepción y confianza del cliente hacia la compañía. Asegura que “un objetivo primordial es brindar una plena y absoluta satisfacción a todos nuestros clientes”.

Para cumplir esta meta El Rafaeleño ha implementado diversas facilidades de pago, además de trabajar en jornada continua y con horarios de atención más amplios.

“Otro aspecto elemental es establecer una adecuada comunicación entre las partes, es decir, entre la empresa, los proveedores y los clientes, pues esto permite una retroalimentación especialmente valiosa para los intereses de una empresa que desea crecer y mejorar con el paso del tiempo”.



## GUANACASTE



**Raúl Mesén**  
**Administrador**  
**FERTAMA S.A**  
**Conocer el mercado**

El administrador de FERTAMA S.A., explica que uno de los propósitos primordiales de su empresa es el servir de enganche para el creciente sector turístico de la zona. “La intención es cubrir de la mejor manera las necesidades de la industria hotelera y turística. Sabemos que muchas compañías están interesadas en invertir en la zona, por eso para nosotros es muy importante proporcionar las herramientas y facilidades para que estas inversiones y las futuras sean todo un éxito”.

Añade que “en el caso específico de nuestra ferretería es de vital importancia ofrecer una gama de productos de la más alta calidad, además de proporcionar las mejores facilidades de transporte a nuestros clientes”.

## PUNTARENAS

**Róger Valenciano**  
**Propietario**  
**Materiales El Garabito**  
**Oferta variada**

Róger Valenciano expresa que es de gran valor contar con un amplio surtido de productos, al mismo tiempo se debe diversificar de la mejor forma la mercadería, pues esto permite cumplir con las crecientes exigencias tanto de consumidores nacionales como extranjeros.

Explica que para cumplir con este objetivo “el empresario debe ver las cosas desde la perspectiva del comprador, para así ser capaz de suplir todas sus necesidades, esto incluye analizar desde este punto de vista cuáles son los artículos que en las más variadas situaciones pueden necesitar nuestros potenciales consumidores”.

“Además un instrumento imprescindible para el desarrollo de nuestro negocio es el manejo del idioma inglés, tanto por parte del personal administrativo como por parte de los vendedores”.



# Otorgue seguridad a sus clientes

Las cerraduras, picaportes y candados, son de esos productos que no deben faltar en una ferretería. La demanda es alta, porque la construcción crece aceleradamente en nuestro país, así como las remodelaciones de estructuras. Los candados se hacen más que necesarios para los clientes, porque la seguridad lo amerita y obliga a buscar esos productos.

Ofrezca diversidad en estas líneas, así como alta calidad y asegúrese del respaldo que ofrezcan las diferentes marcas. Recuerde que el mercado está suturado de marcas, por lo que usted está obligado a ofrecer a sus clientes opciones que brinden garantía y durabilidad. Tome en cuenta que, el distribuidor debe contar con un buen stock de productos, para que usted le otorgue buen servicio a sus clientes.

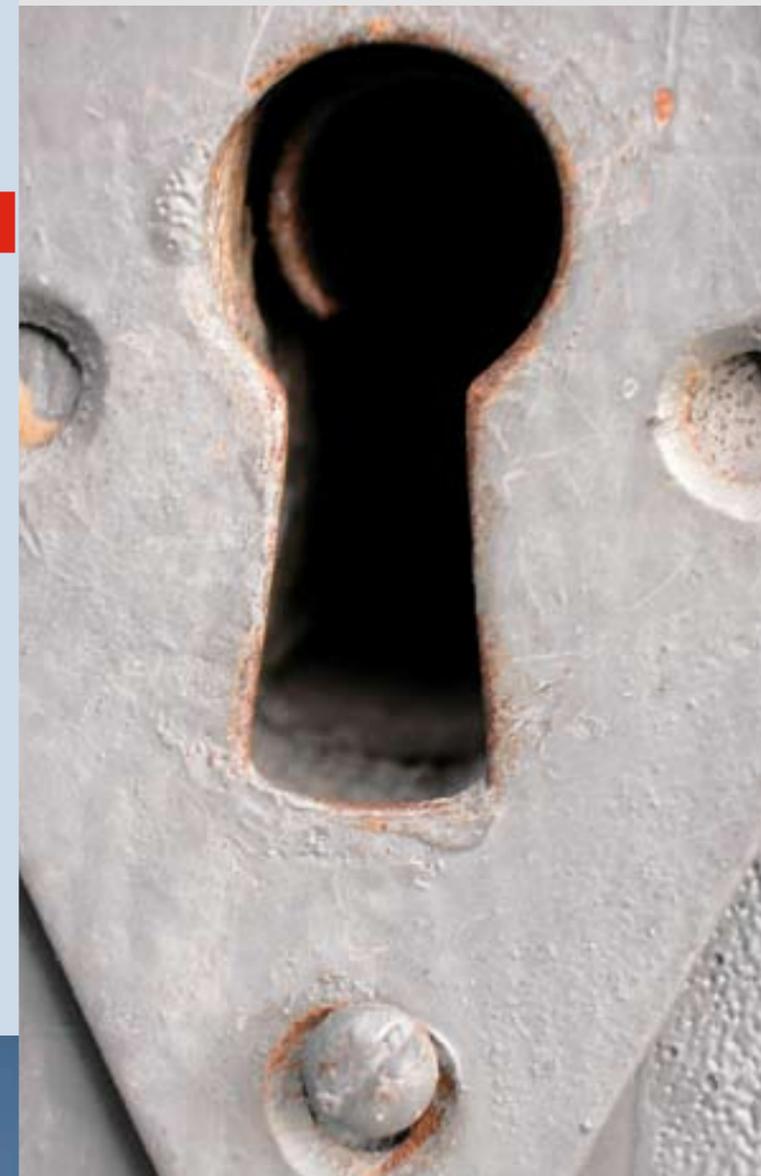
Armado Salazar, Gerente de Ventas de Cofersa, explicó que los ferreteros deben ofrecer a sus clientes opciones, así como buenos precios y calidad en los productos. Además, Salazar dijo que en Cofersa distribuyen candados y cerraduras de la marca italia-

na CISA, que definitivamente beneficiará a los clientes por las ventajas que el producto ofrece.

### Buen stock

Igualmente, el Gerente de Masaca, José Rodríguez señaló que tanto las cerraduras como los candados y picaportes no deben faltar en una ferretería, por lo que Masaca dispone de las diferentes líneas en una amplia gama de productos. Todo negocio debe contar con buen stock en candados y cerraduras, para que el cliente reciba un buen servicio y en eso coinciden ambos gerentes de las diferentes empresas distribuidoras de estos productos ferreteros.

El mercado se ha dinamizado, porque entre estilos y tamaños el cliente busca los productos dependiendo de la necesidad. Esté atento y no descuide este negocio de los productos que brindan seguridad, porque sencillamente, son más que indispensables tanto para su local como para sus clientes. Ya lo sabe, busque líneas que le ofrezcan una amplia gama de opciones y posicione las marcas.



**El mercado ferretero nacional debe brindar opciones a sus clientes en productos de seguridad, como candados, cerraduras y picaportes. Recuerde que usted ante todo, debe ofrecer calidad, variedad y buen servicio.**

## CARTAGO



**Dora Emilia Meneses**  
Propietaria  
"Ferretería" El Cipresal  
Capacitación constante

Dora Emilia Meneses, propietaria del El Cipresal en Cartago, asegura que la capacitación y la tecnología deben ser las principales armas para el crecimiento, y esto debe impregnar en todos los niveles, es decir desde los propietarios hasta el personal que atiende en la ferretería.

"El empresario debe preocuparse por crecer y para ello debe conocer los requerimientos del mercado. Para nosotros como empresa la continua preparación educativa representa una herramienta de vital importancia para alcanzar un buen posicionamiento y destacarnos de la competencia".

Meneses es consciente de que la inversión en preparación del personal da sus frutos. "Nuestra empresa se interesa por el crecimiento profesional de todos nuestros colaboradores, una como empresaria tiene plena seguridad de que este tipo de política siempre traerá beneficios a corto plazo para nuestra compañía"

**Antonio Meza**  
Propietario  
Materiales Meza  
Crecer juntos

"El sector ferretero se desarrollará en la medida en que cada uno de los negocios que lo componen logré desarrollarse. El crecimiento de cada empresa estará respaldado por el aumento en sus índices de ventas y esto solo se logra proporcionando un servicio de óptima calidad a nuestros clientes.

"Para alcanzar su satisfacción absoluta debemos proporcionar artículos de primera calidad, a la vez, mantener un amplio surtido y variedad en toda nuestra mercadería".

"Otro factor clave es proporcionar un adecuado asesoramiento y un trato agradable a nuestros clientes, cada uno de nuestros colaboradores debe interesarse por dar un buen servicio, y demostrar así lo muy agradecidos que estamos por su preferencia".

"El empresario debe preocuparse por crecer y para ello debe conocer los requerimientos del mercado".

## LIMÓN

**Mario Chonk**  
Propietario  
Ferretería Chonk  
Buscar la innovación

"El crecimiento de nuestra empresa se logra al alcanzar una alta capacidad para competir. Para alcanzar este nivel de competitividad los empresarios debemos interesarnos por implementar estrategias que nos permitan sobresalir en el mercado, tales como ser capaces de innovar, además de complementar con diversas tácticas de mercadeo y promoción".

"Es importante que las empresas se interesen por abarcar nuevos nichos de mercado y llegar a nuevos consumidores, esto les permitirá aumentar su volumen de ventas y crecer. Si todas las empresas procuraran cumplir con esta consigna el sector crecerá y será capaz de cumplir con las crecientes exigencias del mercado".



## ALAJUELA

# PHILLIPS, innovación continua al servicio de su seguridad

**Cerraduras y Candados PHILLIPS es una Empresa comprometida con la protección del ambiente y fomenta la prevención de la contaminación a través de la mejora continua de sus procesos. Esto le ha permitido alcanzar la certificación ISO 14001.**

Por Valco

Cerraduras y Candados PHILLIPS forma parte del Grupo ASSA ABLOY, líder mundial en la manufactura y comercialización de productos de seguridad y control de acceso. Este importante conglomerado está integrado por más de 100 empresas fabricantes y distribuidoras de cerraduras, con representantes en todo el mundo. Los segmentos de producto en los que el grupo participa activamente comprende las cerraduras para la construcción, cerraduras industriales, accesorios y ferretería para puertas y ventanas, cerraduras electromecánicas, cerraduras para hoteles, puertas de seguridad, cerraduras para automóviles, identificación y control de acceso.

## Desarrollo continuo

PHILLIPS es la empresa Mexicana líder en la fabricación, desarrollo y comercialización de soluciones de acceso para puertas y ventanas. Es una Empresa que por más de 45 años ha mantenido un desarrollo continuo en sistemas de seguridad, ofreciendo la línea de cerraduras, candados, bisagras y accesorios más completa de México.

A lo largo de su historia, PHILLIPS ha ofrecido al mercado nacional e internacional productos que cumplen con los más altos estándares de Calidad y están diseñados para cubrir las necesidades de seguridad más exigentes. Se

ha especializado en productos de seguridad diseñados para herrería de hierro y acero, aluminio, carpintería, cerrajería, muebles y gabinetes y ferretería en general. Su proceso de fabricación cuenta con la certificación ISO 9002 en función de su estricto y normalizado control de Calidad.

Todos los productos son fabricados para tener una larga vida útil, por lo que están respaldados con una Garantía de por Vida contra defectos de fabricación.

Cerraduras y Candados PHILLIPS es una Empresa comprometida con la protección del ambiente y fomenta la prevención de la contaminación a través de la mejora continua de sus procesos. Esto le ha permitido alcanzar la certificación ISO 14001.

PHILLIPS es una Empresa moderna y dinámica, cuya posición de liderazgo en el mercado y experiencia le han permitido estar a la vanguardia en concordancia con las tendencias y requerimientos del mercado de los productos para la seguridad.

Como ejemplo de lo anterior, es oportuno presentar la cerradura 715 MAX. Este producto fue diseñado con base en las recomendaciones y requerimientos de diversos especialistas herre-



ros, cerrajeros y ferreteros. Esta cerradura de sobreponer cuenta con un innovador sistema de apertura mediante una tiradera oculta que permite retraer el resbalón cómodamente. Ventajas adicionales que ofrece el producto son la fácil inversión del resbalón, la instalación oculta, y un diseño atractivo y moderno. Otras características son:

- Doble cerrojo de acero de tres pasos.
- Botón deslizable para bloqueo de cerradura.
- Componentes más robustos.
- Accionamiento del resbalón con llave desde el interior.
- Cerradura con cilindro de latón.
- Instalación con soldadura y tornillos ocultos.
- Para puertas metálicas o de madera.

En VALVULAS Y CONEXIONES URREA estamos orgullosos de representar a tan prestigiosa marca y de ofrecerle al mercado ferretero una línea de productos de la más alta Calidad al precio justo.

## VALCO... Marcas Líderes en Calidad y Desempeño



**PHILLIPS**

PROTEGE LO QUE QUIERES

**715 MAX**

**GARANTIA DE POR VIDA**



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

# Alta calidad CISA

Los candados y cerraduras CISA ofrecen una garantía de por vida, la calidad es alta y el precio muy accesible. Cofersa dispone de una amplia variedad y buen stock de este producto. Déle a sus clientes esta excelente opción.

Por Cofersa

CISA es una marca italiana, líder en el mercado internacional y posicionada por ser de la más alta calidad, tener la mejor garantía y un precio sumamente accesible. La gama de estos productos es amplia y variable entre tamaños y estilos.

Cofersa distribuye desde hace un año de manera exclusiva esta marca, que entró al mercado nacional hace más de 25 años, y que ha evolucionado, queriendo posicionarse por lo alto en los negocios, gracias a que brinda toda una serie de ventajas a los clientes.

De acuerdo con Armando Salazar, Gerente de Ventas de Cofersa, CISA ofrece una gama de productos diversos como candados de latón, que es el económico, candados forrados, así como candados marinos, que son especiales para toda la zona costera.

"En cerraduras, CISA dispone de las de parche, de sobrepone que es de tres pasos y no de dos como la convencional, además de la cerradura de pico de lora, cerraduras izquierdas o derechas. Son un 40% más económica que la cerradura líder del mercado y es igual o superior en calidad", explicó Salazar.

En Cofersa, disponen de un stock de inventario suficiente

para abastecer al mercado nacional.

## Demostraciones

Según el Gerente de Ventas, en este momento tienen aproximadamente alrededor de 100 clientes que distribuyen la marca en Costa Rica.

"Estamos trabajando con un programa muy agresivo de marketing y estamos dando exhibidores para las ferreterías que adquieran la marca", contó Salazar

Como parte del posicionamiento que se le está dando a CISA, Cofersa está realizando charlas de capacitación con demostraciones, para que el cliente verifique que el producto es de una alta calidad.

"La idea es hablar un poco de lo que es la marca con el vendedor de mostrador, porque nos interesa que conozcan que el producto es bueno, para que lo ofrezcan al cliente", señaló el Gerente de Ventas de Cofersa.

"Es más que una necesidad para los ferreteros el tener otro producto alternativo de altísima calidad, a un precio menor". Las ventajas que ofrece CISA son múltiples, según Salazar, los productos vienen empacados en blister, se ofrecen con códigos de barras y por la disponibilidad de producto es para entrega inmediata.



**Cisa es la marca de cerraduras y candados que comercializa Cofersa. Ofrecen exhibidores y demostraciones de producto para cualquier ferretería interesada en adquirir esta línea.**



# COFERSA

## CANDADOS CISA®

Primera en Seguridad

### Primera en seguridad

- Opción de alta calidad
- Garantía de por vida
- Calidad Italiana



Disribuidor Exclusivo

# COFERSA

Oficinas Centrales  
200 metros Este de la entrada principal de Hules Tècnicos,  
Pozos de Santa Ana  
Telefono central: 205-2525 • Fax. 205-2425



# Masaca con productos de alta calidad

**Si le interesa tener en su negocio una amplia variedad en picaportes de alta seguridad y necesita cerraduras y candados que ofrezcan excelente protección, déle un vistazo a estos productos. Son indispensables para su ferretería.**

*Por Masaca*

La calidad, seguridad y garantía la ofrece Masaca en los diferentes productos que distribuyen. Dé un vistazo porque su negocio debe tener como mínimo estos productos, que definitivamente le ayudarán a satisfacer las más altas exigencias de sus clientes.

En Masaca fabrican picaportes de la más alta calidad, además ofrecen una amplia variedad en estilos y tamaños

De acuerdo con José Rodríguez, Gerente de esta empresa, los picaportes son fuertes y seguros; están patentados con toda la seguridad, por lo que son productos que se garantizan al

usuario.

Los picaportes de platina cuentan con un sistema especial, porque están fabricados de modo que pueden soldarse o atornillarse. Si se requiere que sean atornillados, los tornillos quedan ocultos en el picaporte y según Rodríguez, este sistema no tiene ningún otro picaporte.

La marca Masaca ofrece picaportes tanto para exteriores como para interiores.

Son especiales para zonas costeras, por el galvanizado del producto, que a la vez no permite que estos se herrumbren y deterioren.

No se raspan, brindan un exce-

lente soporte, ofrecen gran durabilidad, seguridad y se ofrecen en una presentación exclusiva.

Estos picaportes son ventajosos porque cuentan con la posibilidad de ponerles candado, los hay en diversos tamaños y modelos: picaportes de platina, de pin, de piso y las aldabas.

## Cerraduras y candados

En Masaca están acostumbrados a comercializar solamente con productos de mucha calidad, según José Rodríguez, por supuesto ofreciendo calidad en

el servicio, así que si usted necesita cerraduras y candados es indispensable que en su negocio ofrezca la marca CEDEX y Huaba Lock, que distribuye Masaca.

En candados CEDEX, Masaca dispone de cuatro tamaños. Estos candados, tienen un cierre automático bloqueando el gancho internamente en ambos lados, la llave se puede extraer con el candado abierto o cerrado, su cuerpo en perfil es de latón macizo y lacado y el gancho niquelado.

Los candados están disponibles

en presentación blister. Esta marca es Colombia y en Masaca cuentan con un inventario suficiente.

En cerraduras Masaca ofrece también la marca CEDEX, además de la marca Huaba Lock.

Las Huaba Lock son productos de excelente calidad, están garantizados y se ofrecen con llave y sin llave. Esta cerradura se ofrece dorada, cromada en acero inoxidable y en color cobre antiguo.

Mientras que las cerraduras CEDEX están disponibles en seis diferentes modelos.

**Masaca ofrece una amplia variedad de candados y cerraduras de alta calidad.**



# Eaton muestra incremento en ventas

Las ventas de la empresa Eaton en toda la región latinoamericana, aumentaron en un 20%, demostrando el potencial que tiene la empresa distribuidora de equipos eléctricos.

Por Milagro Arias R

La innovación, el lanzamiento de productos novedosos, además de los nuevos proyectos en países donde no había participación de la empresa, han sido parte de los factores responsables del crecimiento, en toda la región de América Latina que ha mostrado la empresa Eaton.

De acuerdo con Oscar Villa, Gerente de Ventas para Latinoamérica, Eaton presentó un incremento en las ventas de toda la región, de un 20% en lo que va del año.

Para Eaton, el país centroamericano que más crecimiento va a presentar en el 2007 es Panamá, según el Gerente de Ventas para Latinoamérica, por las expectativas de proyectos nuevos en el canal. "Además ha sido un país muy estable en los últimos 4 años y ha crecido mucho, podemos decir que en un 6%", dijo Villa.

Oscar Villa señala que, en segundo lugar Guatemala comparte el crecimiento junto con Costa Rica, ya que desde hace 12 años han venido avanzando en conjunto y presentan un incremento en las ventas de alrededor un 5% a este año.

## Herramienta

La clave de este éxito obtenido son los productos y socios

comerciales que junto con la penetración de algunos mercados y con la estrategia comercial ideada, logran mediante la intensificación de las estrategias de mercadeo en la región, liderar como empresa que brinda el mejor servicio y disponibilidad, según Villa.

Al preguntarle a Villa cuál es la estrategia comercial a seguir para cada país, indica que en esencia todos los países tienen las mismas bases, aunque señala que se han tropicalizado, dependiendo de la capacidad del mercado y de la fuerza dominante.

Cada año, Eaton realiza programas específicos, con el objetivo de lanzar nuevos productos, además de implementar buenas estrategias de crecimiento y así seguir llenando expectativas en los diferentes mercados.

"Este trabajo es una herramienta para facilitar a los socios el uso de cada producto, dependiendo de la introducción de líneas", dijo Madjid Ouali, Gerente de Mercadeo.

En Eaton realizan como parte del programa, un entrenamiento especial a los clientes, para que se formen, además de asesorar al usuario final, así como a los electricistas.

La capacitación que brinda Eaton es constante, para distribuidores las capacitaciones se brindan



Rodrigo Esquivel Gerente de ventas IESA, Christian Quirós, Gerente de ventas Costa Rica EATON, Gerardo Xatruch Gerente de ventas El Eléctrico, Carlos Rodríguez, Gerente de ventas DIESA.

cada 2 meses, para los contratistas cada tres y para usuarios finales cada mes.

## Estrategia centroamericana

Con el objetivo de implementar estrategias novedosas de ventas, cada año la empresa Eaton reúne a sus principales distribuidores de toda Centroamérica, para también analizar las necesidades de los clientes, los avances tecnológicos, enfocando soluciones y orientar a los clientes en cuanto a diversos programas a efectuarse durante el año.

Al estar Eaton catalogada como una de las empresas líderes en el mercado de equipos eléctricos,

les interesa mucho compartir las estrategias de ventas con la cadena de distribuidores, que también son líderes en sus mercados, según Christian Quirós, Gerente de Ventas para Costa Rica.

Eaton cuenta con 10 distribuidores en Costa Rica y 20 en el resto de Centroamérica. "Todos son muy buenos clientes, de más de un millón de dólares", contó Quirós.

La clave del éxito de esta empresa, señala Quirós, está en captar los requerimientos que el cliente final tiene no solo en productos, sino en soluciones, para dar un concepto de seguridad y calidad.

# Promoción Casa Conectada-Casa Protegida

La Seguridad Eléctrica del Hogar no es un Juego



Tel.: 247-7600 • Fax: 247-7683  
800-EATONCR (328-6527)  
www.eatonelectrical.com

Le ofrecemos paquetes a precios de promoción con los mejores productos para la distribución de la electricidad de forma segura y confiable.

Pregunte en nuestra cadena de distribución por los combos de la promoción Casa Conectada – Casa Protegida y obtenga descuentos especiales por su compra.

Los combos incluyen bases para medidores, cajas e interruptores principales, centros de carga e interruptores y los nuevos productos para la distribución de cables telefónicos, coaxiales y de internet.



## PERFIL

Es definitivo que Amanco continúa consolidando su liderazgo en la industria Latinoamericana. Con Mexichem se aseguraron el crecimiento.

Después de que el Grupo Amanco fue adquirido por Mexichem, una compañía muy exitosa en México, que posee más de 50 años de experiencia en el mercado de la resina de PVC y que realiza exportaciones a más de 50 países con una facturación anual de \$1.200 millones, se visualiza un mayor crecimiento para Amanco.

Federico Pacheco, Director de país, de la empresa Amanco aseguró que Grupo Amanco pasa a ser la primera empresa de la industria de tuberías plásticas en Latinoamérica, además de explicar que se han focalizado en dar servicio y productos innovadores a los clientes.

**Después de la adquisición por la empresa Mexichem, se visualiza un crecimiento importante para Amanco en expansión e insumos, pero ¿qué podemos esperar?, ¿van a implementar alguna nueva estrategia?**

- Están dadas las condiciones para que se dé una integración vertical de Amanco con Mexichem. Quiero resaltar que ambas empresas son complementarias, hay pocas redundancias. Mantendremos nuestra estrategia de largo plazo, buscando consolidar nuestro liderazgo en Latinoamérica.

# Amanco fortalecido con Mexichem



**¿Cuánto va a cambiar ahora el Grupo Amanco que fue adquirido por Mexichem?**

- En Amanco continuaremos focalizados en consolidar y fortalecer nuestro liderazgo en Latinoamérica. Buscaremos satisfacer siempre las expectativas de nuestros clientes, así como las de nuestro nuevo accionista.

Mexichem nos dará el respaldo financiero necesario para seguir creciendo y consolidar nuestro liderazgo en Latinoamérica. Las sinergias existentes entre ambas compañías ayudarán a consolidar nuestro liderazgo en la industria.

**¿En qué focalizarán la expansión, en la introducción de nuevos productos o en la implementación de nuevas estrategias de mercado?**

- Seguiremos focalizados en darle productos y servicios innovadores a nuestros clientes.

**¿Van a fortalecer productos o introducir novedades?**

- En Centroamérica iniciamos el 2007 con el lanzamiento y comercialización simultánea en los 6 países de un sistema sanitario PREMIUM, bajo la marca Amanco Nivel 1. Amanco una vez más coloca sistemas diferenciados, completos y con tecnología avanzada. En el remanente del 2007, continuaremos con lanzamientos enfocados a ofrecer soluciones en la industria.

**¿Qué ventajas pueden obtener los clientes con la renovación del Grupo Amanco, o no hay renovación?**

- Grupo Amanco pasa a ser la pri-

mera empresa de la industria de tuberías plásticas en Latinoamérica que es parte de una cadena integral, lo que nos va a permitir capturar sinergias importantes y apoyo para la estrategia de crecimiento que hemos establecido.

**¿El Grupo Amanco se venía preparando para un proceso de apertura de capital para asegurar los recursos necesarios a fin de acelerar su plan de crecimiento en toda América Latina, con Mexichem, cuáles son ahora las perspectivas de Amanco?**

- Consolidar y fortalecer nuestro liderazgo buscando satisfacer siempre las expectativas de nuestros clientes, así como las de nuestros nuevos accionistas, focalizados en ofrecer productos y servicios innovadores.

## EN BODEGA

# Competido mercado de brocas

Esté atento. Los usos y calidades de las brocas son múltiples. Así que no se le puede pasar por alto tener en su negocio un buen surtido de estos productos. Recuerde que los clientes necesitan variedad.

Por Milagro Arias

Italianas, alemanas, americanas, colombianas, chinas; de diversos usos, tamaños, calidades, garantías, materia primas, marcas y empresas que distribuyen brocas está saturado el mercado.

El ferretero debe tener en su negocio para que ofrezca a sus clientes variedad. Esté atento a las opciones que dispone el mercado.

Leonel Cordero, Coordinador del Sector Industrial de la empresa Capris, explicó que Capris es líder en tecnología de brocas SDS Plus y SDS MAX.

"METABO cuenta con una alta tecnología en la fabricación de brocas para concreto, ya que el acople SDS es desarrollado con una estructura simétrica de la cabeza hecha con carburo de tungsteno, que permite que las perforaciones se hagan con mayor eficiencia", señaló Cordero.

Sorie Internacional distribuye las brocas italianas KRINO, para trabajar en metal, concreto, acero inoxidable y multiuso. De acuerdo con Oscar Mora, Jefe de Bodega de Sorie, esta línea de brocas cuenta con certificaciones de calidad, otorgadas por la comunidad europea, "además brinda una serie de ventajas sobre otras marcas", dijo Mora.

Por su parte, Luis Ángel Acuña,

Acuña y Hernández contó que estarán introduciendo al mercado una broca de alta calidad colombiana, la marca es Incolma.

Según Acuña, es una broca para usar en hierro y en concreto, "es muy diferente a lo que hay en el mercado", indicó Acuña.

Alí Cantillo, del Departamento de Mercadeo de Torneca explicó que con más de 16 años de distribuir las mejores de brocas del mercado, Torneca ofrece brocas HSS para metal, madera y concreto de la reconocida marca Triumph, además distribuye las brocas SDS de las marcas ITW Ranset Red Heat y la marca Milwaukee fabricadas en Estados Unidos.

### Con mucha calidad

Igualmente, Capris ofrece las brocas METABO, con 4 filos de corte para un mayor rendimiento de perforación, según Leonel Cordero, además ofrece ventajas por contar con una doble hélice de extracción, que sirve para evacuar los restos del concreto durante la perforación.

"Actualmente, en las brocas SDS Plus contamos con un surtido de diámetros que va desde 3/16" hasta 1-1/4" en diferentes largos. De la misma manera, poseemos brocas SDS MAX con diámetros desde 3/8" hasta 2", todo de



la mejor calidad", dijo el Coordinador del Sector Industrial de Capris.

En Capris también se pueden encontrar brocas para diversos usos, en diferentes marcas, así como para trabajar en concreto o metal, desde un 64 hasta 3", o desde 1/8 hasta 1 1/4", para entrega inmediata.

Mientras que, Óscar Mora de Sorie Internacional, asegura que las brocas para concreto que ellos distribuyen, tienen la punta de tungsteno, además de indicar que el rendimiento que brinda el producto, es superior a otras brocas del mercado.

El Encargado de Mercadeo de Torneca aseguró que hay 10 razones del por qué las brocas HSS Triumph son de las más vendidas y solicitadas del mercado, entre las que destaca: ser fabricadas con aceros industriales al carbono, Certificadas con ISO

9001, punta auto-centrado de 135° (Thunderbit). (En el momento de comenzar a perforar no se desliza), un tipo de broca para cada aplicación, evacuan y rompen la viruta (no se obstruyen) y resisten más el calor. (El calor es el mayor causante de desafilar, además el material de la broca pierde sus propiedades).

"Además, las brocas con espiga SDS de las reconocidas marcas mundiales Milwaukee y Ranset Red Head son más rígidas y sus cuatro flautas extraen rápidamente los residuos del concreto, además la forma de su punta trabaja como un centro de punto que no permite que se deslice al iniciar la perforación", dijo Cantillo.

Según Cantillo, las brocas SDS que distribuye Torneca garantizan un 25% más de vida que las otras brocas convencionales, éstas minimizan las vibraciones y reducen la fuerza de tensión entre la herramienta y el usuario, por lo tanto se estaría alargando también la vida de la herramienta al verse menos forzada.

# Negocio de madera

La industria maderera considera a la teca como una de las mejores especies, por sus amplias cualidades, mientras que la melina la comercializan en pequeños diámetros por la complicación que da su trabajo.



Edgar Gutiérrez, del Buen Precio, advierte que el negocio ofrece todas las maderas, excepto la melina por ser difícil de trabajar.

La compra y venta de maderas aumenta, conforme crece la construcción, algunas son fáciles de trabajar, mientras que otras complican el trabajo, la mayoría se vende en láminas, como base para cielos rasos, para paredes, para pisos, marcos de puertas, en fin, la necesidad y el uso determinan

la compra.

En su negocio, no debería faltar la madera teca o la melina, porque han adquirido un gran valor comercial y son materiales de primera calidad.

En el Almacén Buen Precio en Curridabat, están bien organizados en cuanto a maderas. Ellos cuentan con un plantel donde preparan la madera para los diver-

sos usos y hasta cuentan con una amplia diversidad en especies y tamaños.

De acuerdo con el Ingeniero Edgar Gutiérrez, del Buen Precio, esta empresa cuenta con plantaciones propias de teca en la ciudad de Guápiles, en 110 hectáreas de terreno.

Gutiérrez explicó que en el resto de países de Centroamérica es

difícil encontrar plantaciones de Teca, mientras que Costa Rica ofrece buena producción.

La madera la venden certificada y en el plantel del Buen Precio cuentan con hornos para brindar el secado necesario en los productos.

La teca es una madera más resistente y ofrece diversos usos. El ingeniero del Buen Precio

explicó que la madera melina la venden únicamente en diámetros pequeños, que son como las láminas de plywood, esto porque es una madera muy difícil de trabajar, porque para el secado se requiere de un horneado en altas temperaturas y complica las labores.

“Nosotros ofrecemos todas las maderas, excepto la melina”, indicó Gutiérrez.

Carlos Tenorio del Almacén Cypresal de Cartago explicó que ellos disponen de todo tipo de maderas excepto la teca y la melina.

“La teca la vendemos únicamente en láminas de 1.22 x 2.44 o en puertas”, contó Tenorio.

#### Calidades y usos

La especie de la madera melina ha adquirido un gran valor comer-

cial y comúnmente se utiliza para elaborar muebles lo mismo que puertas, tableros, vigas, tarimas, cornizas, rodapiés, y mucho más, todo de primera calidad.

Según expertos, la melina es una madera muy noble para trabajar, característica que muchas personas desconocen, ya que se tiene la creencia que las maderas blancas no son buenas, además muchos confunden la madera

melina con melamina.

La melina requiere de un trabajo manual mínimo, es sencilla de pulir y según especialistas en madera, se puede hacer por cualquier lado, porque el grano es uniforme.

La mano de obra no requiere de mucha especialización y la economía es grande en materia de acabado. Esta madera también es resistente y se puede usar muy joven.

Mientras que la madera de teca se considera de primera clase, ya que combina cualidades como dureza, durabilidad y resistencia. Es fácil de secar y preservar, no es corrosiva y tiene resistencia a la intemperie. Tiene un aceite antiséptico que la protege contra diversos organismos.

Es utilizada para la carpintería en general, enchapados, madera para parquet, en la construcción de puentes, marinas y muebles y está considerada como una de las maderas más atractivas para la industria maderera por sus cualidades.



## BAJO TECHO

# Esas bellezas... en vidrio

Atrévase a innovar en su ferretería y comercialice con vidrios estandarizados para puertas.

No es muy común que una ferretería venda vidrios y mucho menos para puertas, por lo general los clientes buscan vidrios a la medida, dependiendo de la necesidad. Sin embargo, muchos negocios venden puertas estandarizadas y de la misma manera los vidrios para puerta se podrían estandarizar. Recuerde que en el sector ferretero hay mucha competencia, por lo que sería un excelente negocio para su ferretería tener vidrios,

ya sea en una pequeña sala de exhibición o ofreciendo el servicio hasta de instalación por medio de la alianza con alguna empresa especializada.

Jorge Pacheco, Gerente General de la empresa VID-TEC S.A., asegura que el negocio de los vidrios sería un excelente negocio para una ferretería. "Nosotros le vendemos a alguna ferreterías espejos y puertas para baño, pero se podría implementar con vidrios para puertas estandarizados por-

que por lo general muchas ferreterías venden la puerta y en base a esas medidas podemos ofrecer el producto", explicó Pacheco.

En VID TEC se especializan en la venta de todo tipo de vidrio, ya sea para ventanas, puertas, fachadas, espejos, puertas de baño, y ofrecen un servicio completo.

De acuerdo con Pacheco, a los clientes se les asesora dependiendo de la necesidad. "En lo que es puerta por lo general recomendamos un tipo de vidrio específico,



por lo que fácilmente se podría estandarizar para la venta en ferreterías", dijo el gerente de VID TEC. Francisco Zumbado, propietario de vidrios San Antonio, dijo que ellos ofrecen el servicio a todo tipo de clientes. "Si una ferretería necesita algún vidrio específico le damos el producto en poco tiempo" contó Zumbado.

Vidrios San Antonio cuenta con una sala de exhibición en Construplaza donde disponen de la diversidad en productos, según Zumbado, y de la misma manera podrían brindar el servicio a otros negocios ferreteros que lo requieran. El propietario de Vidrios San Antonio, recomienda que en vidrios para puertas de debe ofrecer un vidrio con un mínimo de 6mm de grueso.

"Si es para uso comercial recomiendo un vidrio temperado porque es

más resistente, pero si se necesita una puerta en vidrio para una residencia lo ideal sería uno laminado por la seguridad que brinda", explicó Zumbado.

### Calidad en puertas

En VID TEC la calidad de los vidrios está garantizada, porque según Pacheco, utilizan vidrio Pilkinton, que es de una casa norteamericana reconocida a nivel mundial. Este vidrio es flotado y se maneja en un espesor desde 2mm hasta 10mm, es el más utilizado y para puertas Jorge Pacheco recomienda el vidrio temperado porque según él brinda más seguridad. Vidrios hay claros, con tinte en bronce, tinte gris, los vidrios comunes o crudos y hasta reflectivos, es cuestión de gustos.

Tome nota si le interesa y eche un

vistazo a la pagina [www.vid-tec.com](http://www.vid-tec.com), ya sea que se decida por innovar con una pequeña sala de exhibición en su ferretería o bien podría brindarle a sus clientes el servicio a través de esta empresa especializada.

Tome en cuenta que en VID TEC cuentan con instaladores profesionales, que ofrecen el mejor servicio al cliente, así como un buen tiempo de respuesta, sea para emergencias, proyectos, o usuarios finales.

Vidrios San Antonio es otra muy buena opción, esta empresa dispone de vidrios claros, en bronce, en humo, temperados, laminados (anti ruido), vitrales, esmerilados, además de insulados, los cuales, según Zumbado, son especiales para aire acondicionado, porque mantienen la temperatura interna.

**Industrial Wood Working**  
Adquiéralo en Reimers Industrial

**JET** **REIMERS INDUSTRIAL**

Tel. (506) 290-1020 • Fax: (506) 298-5266 • [reimers@racsa.co.cr](mailto:reimers@racsa.co.cr) • [www.reimers.com](http://www.reimers.com)

**«La gotita»<sup>®</sup> nuevo envase**

**GARANTIA POXIPOL**

Una sola gotita basta

**Nuevo cuerpo rígido...**  
A prueba de rupturas y quebraduras, asegura una dosificación precisa y controlada

**Nueva dosificación controlada...**  
Al presionar sobre las zonas indicadas, se obtiene una salida exacta: gotita a gotita evitando salpicaduras y derrames.

**Adquiéralo en todas las ferreterías del país**  
Corporación Albatros S. A. • Tel. 226-8019 • Fax: 226-9354 • [ventas@albatros1.com](mailto:ventas@albatros1.com)



**clave**  
para el éxito

**9 EXPO**  
**FERRETERA**  
su herramienta de negocios...

1 al 3 de junio del 2007 • Centro de Exposiciones, Eventos Pedregal  
[www.expoferreteria.com](http://www.expoferreteria.com)

Tel. (506) 520-0070

Asesores Comerciales

Zona Este: Jenny Alpizar (506) 363-3737

Zona Oeste: Braulio Chavarria (506) 372-1192



# EXPOSITORES

**9 EXPO**  
**FERRETERA**  
su herramienta de negocios...



Ferretexpo  
PARTE DE LA PARTICIPACION

BOG PROMOCIONAL

Confirmados al 24 de Mayo, 2007



...y muchos productos más!



Tel: (506) 240-2010 • Fax: 236-5529  
apdo: 167-2150 Moravia  
www.gruporere.com.



## ¿Dónde está el verdadero valor de una feria?

Las ferias especializadas como Expoferretera, permiten reforzar un elemento vital para los negocios de su sector: la actualización.

Un negocio ferretero y de materiales de construcción, de acuerdo con las exigencias del mercado, requiere una renovación constante. La máxima dicta que no pueden pasar más de 6 meses sin que usted dé una chequeada a su inventario, revise su competencia, forma de promocionar sus productos y sus métodos de exhibición y de manejar el servicio al cliente.

Una buena herramienta para conseguir una actualización acorde con el objetivo de satisfacer el mercado, lo constituyen las ferias. Cada vez son más regulares las celebraciones de este tipo de actividades que ofrecen al visitante especializado un contacto directo con el mercado de productos y por ende una oportunidad valiosa para realizar y llevar a buen puerto la tan necesaria actualización. El problema está en que su competidor inmediato se le adelanta con un inventario más completo y que en el ojo y la percepción de los clientes quede esa sensación de volver a visitar el negocio, sin recordar que el suyo también está ahí.

Hoy, cuando se vive en una verdadera lucha por captar la mayor cantidad de compradores, las ferias se convierten en un elemento fundamental para conseguir inventarios completos y actuales, mejorar la relación con los actuales proveedores, hacer negocios con mayoristas nuevos y lo mejor, observar en detalle los productos y negociar su compra con las ventajas de precios que se ofrece en las ferias.

### Incremento de ventas

Algunas estadísticas que a lo largo del tiempo han arrojado las ferias, indican que los visitantes que asisten obtienen una posibilidad altísima de determinar lo que el mercado de compradores requiere, pues los mayoristas compiten para que sus productos sean



adquiridos, por lo que realizan laboriosas campañas de mercadeo para dar a conocer sus tecnologías, estableciendo un enlace con el mercado de compradores en beneficio de los negocios ferreteros.

De cada 10 visitantes, el 80% consigue incrementar sus ventas, desarrollar nuevas estrategias de venta, establecer una base de contactos de nuevos mayoristas, encontrar nuevas oportunidades de capacitación para sus colaboradores, entre otras ventajas.

Una tendencia que marcan las ferias especializadas es que aceleran el proceso de compra por parte de los visitantes, al ser lugares en los que abundan las demostraciones en vivo de productos. ¿Y es que compra hay más segura que comprobar las bondades, calidad y características de los productos, antes de adquirirlos?

Como consejo, lo mejor es llegar bien preparado: con el tiempo suficiente para no perder detalle y reforzar su actualización en el mercado, que es quizás una de las bases más importantes para el éxito de cualquier negocio en este sector.

## 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	0,95%	0,35%	0,73%	0,92%								
A-2007	9,19%	8,62%	9,22%	9,76%								9,1%

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	521,0	520,05	520,69	516,80								544,39

Proyección Revista EKA

### DEVALUACIÓN ACUMULADA ÚLTIMOS 12 MESES

	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Set.	Octubre	Nov.	Dic.
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%
2007	4,16%	3,76%	3,13%	1,83%								

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	9,75	8,00	7,50								

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.
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
2007	553.884	520.283	585.733	369.653								

Fuente: Cámara Costarricense de la Construcción

### PREMIO POR ENDEUDARSE EN DÓLARES

	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Set.	Octubre	Nov.	Dic.
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
2007	3,80	3,87	3,83	5,50								

Fuente: Ecoanálisis

## PRODUCTOS FERRETEROS



**Linterna Maxlite**  
Marca Stanley.



**Martillo neumático**  
Marca Stanley.



**Pintura en Spray**



**Disco de corte**

**Distribuye: Valco Tel. (506) 252-2222**

**Distribuye: Masaca Tel. (506) 244-4044**



**Empaque de cera Oatey**  
Anillo antifugas de cera con flanger de plástico para líneas de desagüe de 3 y 4 pulgadas.



**Limpiador de manos para plomeros Oatey**  
Remueve con seguridad el cemento, adhesivos, selladores, grasas, resinas, pinturas de aceites, lacas y tintes entre otros.



**Cemento para PVC azul Oatey**  
De mediana densidad para tubos y conexiones de PVC hasta 6" de diámetro para trabajos en condiciones y aplicaciones húmedas.



**Cemento para PVC gris Oatey**  
De mediana densidad para uso en tubos y conexiones de PVC hasta de 6" de diámetro para C-40 y C-80G

**Distribuye: Transfesa Tel. (506) 210-8989**



**Compresor Gladiador**



**Línea de aceite Esso**



**Muebles modulados para cocina, de alta calidad**



**Loza sanitaria Richford**

**Distribuye: Cofersa Tel. (506) 205-2525**

**Distribuye: VID-TEC S.A. Tel. 260-1108**

# WYPALL

PAÑOS DE LIMPIEZA MULTIUSO

- Alto nivel de absorción
- Excelente desempeño con desinfectantes y químicos
- Lavable, reutilizable y desechable
- No generan estática
- No adquieren olores
- No desprenden pelusa
- Trapo lavable y reutilizable

**Kimberly-Clark Professional**

Para información:  
www.kcpprofessional.com  
Costa Rica (506) 298-3183, Guatemala (502) 7888-8100  
El Salvador (501) 2319-4551, Honduras (504) 574-8966  
Nicaragua (505) 266-6330, Panamá (507) 360-0420

## EN EL CLAVO



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

## ¿Cómo comunicarse con más clientes?

¡Finalmente, llegó Expoferretera! Esta edición de TYT será la que circule en la feria y probablemente, la que muchos ferreteros se lleven a su casa luego de asistir al evento, ojalá después de cerrar lucrativos negocios con sus proveedores de confianza y otros más que antes no conocían.

Sin duda, esta clase de eventos, donde se pueden ver cara a cara todos los participantes de un sector, son de gran valor.

Pero, ¿qué más podemos hacer para ampliar nuestro mercado meta y que todos aquellos clientes potenciales que aún no nos conocen identifiquen nuestro negocio? Actualmente, la respuesta a esta pregunta es muy

simple: Internet.

Sabía usted que en el mundo existe más de un billón de usuarios de Internet. Además, Costa Rica es el país de América Latina con más computadoras por cada 1,000 habitantes y en el 33% de los hogares, al menos uno de sus miembros tiene acceso a Internet. Así, 450,000 personas navegan por la Web cada día y se envían 5 millones de correos.

Ante esto, son cada vez más las empresas que le apuestan a este medio de comunicación para posicionar mejor su negocio, invirtiendo grandes sumas para dar a conocer su compañía y sus productos en la red.

Y si tenemos en cuenta la apari-

ción de nuevas maneras de navegar, sin la necesidad de tener una computadora, es fácil darse cuenta que Internet se está convirtiendo en el mercado globalizado más importante de la historia.

Ya no se trata de adquirir sólo libros o ropa en línea, cualquier producto de ferretería también puede ser comercializado a través de la red, ahorrándole a una parte de su clientela tiempo y dinero en traslados.

Vale la pena intentarlo, el primer paso podría ser una página Web sencilla con información de su compañía, productos y servicios; y el segundo paso, un incremento en sus ventas gracias a la Internet.

## LISTA DE ANUNCIANTES

EMPRESA	CONTACTO	CARGO	TELEFONO	FAX	APARTADO	e-mail
Ace internacional	David Cohen	Gerente General	(507) 430-5000	(507) 430-5827	0302-00789	jose.corrales@aceint.com
Capris	Gerardo Gutiérrez M	Gerente de Mercadeo	519-5000	232-9353	72400	gerardo.gutierrez@capris.co.cr
Celco de Costa Rica	German Obando	Gerente General	279-9555	279-7762	200-1007	celco@racsa.co.cr
Chova del Ecuador	Darwin Auz	Gerente De Comercialización	(593-2)2331756			dauz@chovadelecuador.com
Cofersa	Armando Salazar	Gerente de Ventas	205-2525	205-2424	12247-1000	asalazar@cofersa.net
Coflex	Arturo Puerta	Director Comercial	52 (11)8389-28-00	México	833610446	apuerta@coflex.com.mx
Corporación Albatros	Jorge Fernández	Gerente de Ventas	226-8019	226-9354	180 Centro Colón	jfernandez@123afc.com
Eaton Electrical S.A	Oscar Villa	Gerente General	247-7609	247-7683	10156-1000	evelynsolis@eaton.com
Ferretería Reimers	Denís Córdoba	Director Comercial	290-1020	296-5266	10049-1000	dcordoba@reimers.com
Grupo Importador Oriente MK	Juan Carlos N G	Gerente General	290-6787	290-6790	No tiene	N. D.
Henkel	Stuart Chan	Sales Manager	277-4800	277-4883	101-3007 Heredia	stewart.chan@cr.henkel.com
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
Importaciones Industriales Masaca	José Rodríguez	Gerente General	244-4044	244-0071	632-1150	masaca@costarricense.cr
Importaciones RE RE	Eduardo Retana	Gerente General	240-2010	236-5529	167-2150	eretana@grupore.com
Inco	Héctor Ramírez	Ejecutivo de exportaciones	(503) 251-6021	(503)227-0077	N.D.	hramirez@inco.com.sv
Kimberly Clark	Sofía Barquero	Marketing Activador	298-3183	298-3179	10271-1000	sofia.barquero@kcc.com
Lanco Harris Manufacturing Corp.	Ignacio Osante	Gerente General	438-2257	438-2162	7878-1000	lancoyharris@racsa.co.cr
Metálica Imperio	Mario Solano	Gerente de Ventas	293-3737	293-0916	7624-1000	msolano@metalicaimperio.com
Romanas Ocony	Carlos González	Gerente de Mercadeo	253-3535	225-9718	144-2010	cgonzalez@romanasocony.com
Schneider Electric	Ramiro Alvarez	Gerente General	210 - 9400	232-0426	4123-1000	ramiro.alvarez@cr.schneider-electric.com
Seimaq Servicios Integrados	Mario Chacón	Gerente General	261-6186	262-8320	No tiene	seimaqmontacarga@racsa.co.cr
Torneca S.A	Alí Cantillo	Gerente de Mercadeo	207-7777	207-7702	457-1002	acantillo@torneca.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	mjueta@transfesacr.com
Universal de Tornillos	Oscar Castellanos	Gerente General	222-7676	222-1333	4569-100	universaltoryher@ice.co.cr
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@vjo.co.cr

## EL DEPENDIENTE

## ¿Cuáles son los productos estrella de su ferretería?



Carlos Viquez  
Ferretería Bodegas 5f  
Moravia  
Proveedor  
6 años de experiencia

La grifería y lo eléctrico, porque es lo que más se vende.



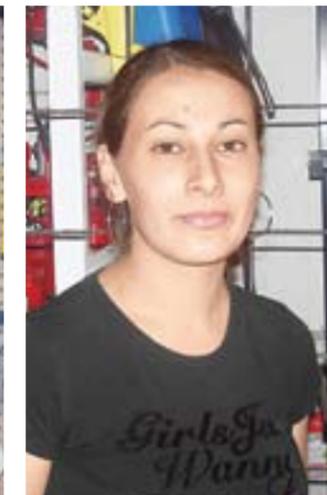
Randall Ramírez  
Ferretería Churuca, San  
Rafael de Oreamuno,  
Cartago. Vendedor.12  
años de experiencia

La pintura Jireth, que es de la zona.



Ulises Jiménez  
Ferretería Reimers  
La Uruca  
Vendedor  
25 años de experiencia

El cable de acero, rodines y la herramienta eléctrica Porter Cable y Jet.



Denise Castillo  
Ferretería Jiménez  
San Rafael, Cartago  
Vendedora  
5 años de experiencia

El perling, la varilla, el gypsum, fibrolit y la madera.



# clave para el éxito

## 9 EXPO FERRETERA

su herramienta de negocios...

PARTROCINA  
tuercas y tornillos



LA REVISTA FERRETERA

1 al 3 de junio del 2007

Centro de Exposiciones, Eventos Pedregal

Tel. (506) 520-0070 ext. 144  
Asesores Comerciales, Zona Este: Jenny Alpizar (506) 363-3737  
Zona Oeste: Braulio Chavarría (506) 372-1192

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



## EL FERRETERO

# “Un negocio muy familiar”

En San Rafael de Oreamuno en Cartago, hay una ferretería que ha conquistado clientes a base de servicio, buen trato, precios competitivos y están en una constante evolución.

El contacto directo que brindan al cliente, así como el servicio, los buenos precios y la amplia variedad en materiales de construcción, la diversidad en líneas ferreteras, el crecimiento continuo que han tenido y el valor agregado que ofrecen, es parte de los factores que ha consolidado un negocio muy familiar.

La ferretería San Rafael, conocida en Cartago como Ferretería

“Jiménez”, es un negocio en constante evolución, porque a través de los 20 años que tiene de estar ubicado el negocio en el mismo lugar, han ido ampliándolo poco a poco.

De acuerdo con Johnny Jiménez, Propietario de la ferretería, el éxito obtenido en el negocio ha sido un hecho, por el empeño de sus padres: Margarita Masís y Edgar Jiménez conocido como “Macho”, quienes con

mucho esfuerzo, empezaron con el negocio ubicado en otro sitio hace 36 años.

“Pasamos de pulpería a almacén”, indicó Johnny, porque en 1300 m<sup>2</sup> disponen de la ferretería, de un sitio exclusivo para pinturas, de un lugar especial para herramientas eléctricas, un departamento exclusivo de accesorios eléctricos y de todo en materiales para la construcción. Actualmente, este negocio lo

están remodelando y ampliando. Según Jiménez, en muy poco tiempo ofrecerán al cliente una sala exclusiva y completa de acabados, una de iluminación, un sitio especial para la más amplia variedad en grifería, así como un auditorio para capacitar y asesorar no solo a los empleados, sino a los clientes.

“Es que no es lo mismo tener los productos en bodega, siempre he creído que con la exhi-

**De acuerdo con Johnny Jiménez, Propietario de la ferretería, el éxito obtenido en el negocio ha sido un hecho, por el empeño de sus padres: Margarita Masís y Edgar Jiménez conocido como “Macho”, quienes con mucho esfuerzo, empezaron con el negocio ubicado en otro sitio hace 36 años.**

bición se logran buenas ventas y queremos mostrarle a los clientes todo lo que tenemos y vamos a introducir”, dijo Jiménez.

El apoyo incondicional de sus padres, de su esposa Denise Castillo y de proveedores como Abonos Agro, Amanco, Productos de Concreto, Intaco, Valco y Holcim, según Jiménez, han sido factores clave para lo mucho que han logrado.

### Entre tuercas y tornillos

Johnny Jiménez se declara un enamorado de la ferretería. “Desde pequeño me gustó mucho. Se puede decir que nací entre tuercas y tornillos, porque desde siempre he estado aquí”, contó Jiménez.

La experiencia ferretera, Jiménez asegura que la adquirió de sus padres, quienes desde hace 36 años empezaron con una ferretería y le ofrecieron a él la oportunidad de estar a cargo del negocio, por lo que este joven se dedicó a estudiar de noche, para no perderse nunca de trabajar todo el día en la ferretería.

“Mi papá tiene 45 años de experiencia en el sector y yo prácticamente toda mi vida”, señala Jiménez.

Con tan solo 28 años de edad, Johnny ha sabido manejar la ferretería a la perfección y lo ha logrado porque conoce a profundidad todas las líneas que manejan, así como las diferentes labores de quienes trabajan en el negocio.

“He sido vendedor, cajero, facturador y hasta chofer y Gracias a Dios he trabajado en todo”, contó.

Cada 15 días los empleados de esta

ferretería reciben una capacitación de los diferentes proveedores, porque según Jiménez, es muy importante estar a la vanguardia en cuanto a conocimiento y superación.

### De primera

El servicio que brindan en este establecimiento es de primera, así como el trato al cliente. “Es que la competencia es uno mismo y si uno tiene mal trato o vende a precios altos, uno se sale solo del negocio”, dijo.

Los precios de esta ferretería son competitivos, cuentan con un sistema completo de cómputo, con un registro de clientes y con suficiente inventario para ofrecer lo mejor.

Esta ferretería también comercializa con productos que rompen con lo tradicional y conquistan clientes: la venta de pan caseero, cajetas y refrescos.

“Vendemos 200 bollos por semana, en ocasiones hasta lo regalamos como parte del valor agregado, ya la gente se acostumbró y cuando se nos termina preguntan por estos productos, es increíble”, aseguró Johnny.

Son muchos los puntos a favor que tiene este negocio, el valor agregado que ofrecen al cliente no tiene límites, cuentan además con una flota amplia de transportes disponible para los consumidores.

“Como una bendición de Dios”, así describe Johnny ha sido el tener este negocio, que junto a sus principales asesores: sus padres y esposa han posicionado por lo alto.

En **NOVIEMBRE** todos los  
**Fabricantes, Distribuidores**  
y especialmente  
**todas las Ferreterías de**  
**Guatemala tienen una cita en**

**Ferretexpo**   
Feria de la Ferretería **2007**  
*Guatemala*

**Del 22 al 25 de Noviembre**  
**Grand Tikal Futura, Guatemala**

**Reserve su Stand y únase a los líderes  
que ya están confirmados**

Organiza

**ACES**  
Marketing

Las empresas interesadas en participar como expositores en Ferretexpo pueden contactar a:

Elizabeth Soto  
Email: elizabeth@ferretero.com

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

GUATEMALA

Tels.: (502) 2365-7066 • 2385-7287 / 2385-7367 • Fax: (502) 2385-7016

Invita

**El Ferretero**  
La Revista de la Industria Ferretera

EL SALVADOR

Tel.: (503) 2266-8407 • Cel.: (503) 7214-0395

**UNICA**

Símbolo de éxito en un nuevo estilo de vida



Vanguardismo en diseño e innovación en cada elemento.

Única refleja las inquietudes estéticas de un nuevo tiempo, con sus formas sintelizadas, se integra con total armonía a la arquitectura actual.

Su amplia paleta de colores permite jugar a tono con los elementos decorativos, o acentuar contrastes con un refinamiento distintivo.

Dispone de una numerosa combinación de funciones, desde interruptores hasta la regulación y programación de ambientes, cuidadosamente pensados para su fácil uso.

Única es libertad en ambientes. Única es el símbolo de éxito en un nuevo estilo de vida.

ENCIENDE TUS SENTIDOS...

una marca de  
**Schneider**  
Electric

 **SQUARE D**

# Oatey®

## EXPO FERRETERA

*su herramienta de negocios...*

**1-2 y 3 de Junio**



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

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