

tuercas y tornillos



Experto en crecimiento

José Alberto Castillo, Presidente y Propietario del Grupo Colono, conforma una de las empresas ferreteras que más ha crecido en este año. Cuenta con 40 puntos de venta. P.24

Ayudas visuales en la venta P. 22

Ferretexpo El Salvador y Guatemala P. 36

Ferías, una mina P. 42

Ferretería J. Roberto Vargas e hijos P. 48



ISSN 1409-2301



¡Felices Fiestas!



**Distribuidora e Importadora Ferretera GyQ
(Festacro S. A.) y HUNTER (American Tools)
les desea a todos sus clientes y amistades,
felicidades en estas fiestas de fin de Año...**



¡Feliz Navidad y Próspero Año 2008!



HUNTER

CALIDAD DE POR VIDA !!!

**AGRICULTURA
CARPINTERIA
CERRAJERIA
CONSTRUCCION
ELECTRICIDAD
HERRAMIENTAS ELECTRICAS
JARDINERIA
ILUMINACION
PINTURA
PLOMERIA
SEGURIDAD INDUSTRIAL**



NOVA
nimen

Play
garden
TOOLS & ACCESSORIES

Agua
BLUE
making life comfortable...



Distribuidora e Importadora Ferretera
CONTACTENOS
447-7886
e-mail: distribuidoragyq@ice.co.cr

El nombre de



Somos los mejores en servicio

TRANSFESA y sus marcas representadas:



Que esta navidad sea motivo de muchas felicidades.
Les deseamos un Año nuevo de éxito y prosperidad.

Paz y amor en estas fiestas.

Departamento de ventas (506)210-8989 Fax 291-0731 ventas@transfesacr.com
Central Tel: 210-8989 Fax: 291-1242 info@transfesacr.com Pavas 200 m Oeste y 350 Norte del Liceo.



NUEVA PINTURA ACRÍLICA 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
BLUNCO
GROUP



Los expertos recomiendan Lanco

Comparta con nosotros su proyecto nuevo o de remodelación. Busque en los centros de pintura o en ferreterías al experto en pinturas, él le recomendará el producto Lanco ideal para sus necesidades. O bien llámenos al 438-2257, donde uno de nuestros especialistas le asesorará.



Trabaje, juegue o descanse: ¡Todo en su casa!

Los hogares hoy en día incorporan una gama amplísima de tecnología: teléfonos, sistemas de audio, televisores, juegos de video, dvd's, computadoras, impresoras, máquinas de fax, sistemas de seguridad y muchísimo más.

Ahora, gracias a las Soluciones de Conectividad Residencial de Eaton, el localizar en un solo punto toda esta tecnología es mucho más fácil y rápido. De la forma más ordenada y claramente identificada, que se puede encontrar en el mercado, distribuya en su hogar la tecnología para disfrutar de :

- Teléfono
- Satélite/Cable TV
- Internet de Alta Velocidad
- Audio
- Monitoreo y Seguridad para el Hogar

Sepa que su hogar está listo para el mundo de hoy y los avances del mañana con los productos de Conectividad Residencial de Eaton.

EATON

Cutler-Hammer

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
grupolimpmk@costarricense.com

En nuestra próxima edición

ENERO

Tecnología a la medida para ferreterías

¿Posee productos tecnológicos para modernizar los negocios ferreteros? TYT le da la oportunidad de llegar al mercado ferretero de una forma directa y dar a conocer sus innovaciones en software, hardware, servicios y valores agregados.

Especial de jardinería

Cierre comercial: 13 diciembre

Para anunciarse

Jenny Alpizar
jenny.alpizar@eka.net
Cel. 363-3737
Braulio Chavarria
braulio.chavarria@eka.net
Cel. 372-1192

Para suscribirse

Melanie Töbe
Tel. 520-0070 ext. 124
suscripciones@eka.net



Subimos a 4.500

3.465 personas han solicitado la suscripción a nuestra revista. Por ello, a partir de esta edición, TYT aumentó la circulación a 4.500 ejemplares.

Vea la lista de algunas ferreterías y depósitos que leen TYT en

www.tytenlinea.com

CONTENIDO

12 PINCELADAS

20 EXPERTO

Mantenga un control eléctrico adecuado
Asesore a sus clientes.

22 MERCADEO

Ayudas visuales en la venta

24 EN CONCRETO

¿Cómo sacarle provecho al sector y lograr crecer?

Por ejemplo, El Colono ha encontrado una fórmula de éxito a la que le sigue sacando el mayor de los provechos.

28 Especial de Grifería

Mercado a chorros

Cuando haga compras de grifería a sus proveedores, asegúrese que sean productos garantizados, con respaldo, buen precio; disponibilidad en repuestos y mucha variedad en la línea.

29 Grupo Importador del Oriente

30 Importaciones Camvi

PERFIL

32 Indianapolis

Una empresa ferretera diversificada

34 Tornillos La Uruca

Evolucionando con innovación. Por Tornillos La Uruca.

EN BODEGA

36 Ferretexpo El Salvador

Los pormenores de esta feria ferretera salvadoreña.



"Es una época fuerte en la que hay que sacarle provecho a cualquier ventaja"
Liz Alvarado, Administradora de Ferretería Soluciones Ferreteras. P.45

38 Ferretexpo Guatemala

Recientemente, ferreteros de Guatemala y otras latitudes vibraron con esta feria chapina.

40 Transfesa

Renovó flotilla, con una inversión cercana a los €125 millones. Por Transfesa.

42 EXPOFERRETERA

Ferias, una mina...

Aproveche la oportunidad para encontrar una amplia oferta de proveedores.

44 EN CONSTRUCCIÓN

¿Cómo lograr que sus clientes tengan repellos eficientes?

45 EL DEPENDIENTE

¿Qué facilidades recibe de los proveedores para las épocas difíciles como la cuesta de Enero?

46 PRODUCTOS FERRETEROS

48 EL FERRETERO

Ferretería J. Roberto Vargas e hijos

En Atenas hay una ferretería familiar, caracterizada por brindar un servicio personalizado. Los hermanos Vargas ya tienen proyecciones muy bien definidas para seguir creciendo dentro del mercado, siempre dirigidos a satisfacer a sus clientes.

metabo
work. don't play.



Flexiarapid

Discos de 1.6 mm y de 1.9 mm de espesor

¡El disco recomendado para aquellas máquinas que no son METABO!



- El más eficiente en el corte
- Requiere bajo consumo de Watts
- No sobre calienta las máquinas
- Disco de menor espesor

Búsquela en los principales establecimientos del ramo ferretero.
Pida su catálogo a su representante o llamando al teléfono: 519-5050





DEL DIRECTOR EDITORIAL

Hugo Ulate Sandoval
hugo.ulate@eka.net

El hágalo usted mismo

- Disculpe, es que necesito saber cuáles son los tornillos más adecuados para pegar zinc a una estructura de perling...

- Voy a armar una estantería y necesito calcular los materiales y encontrar a alguien que me pueda asesorar con las medidas...

Probablemente, usted como ferretero haya escuchado en reiteradas ocasiones este tipo de consultas y quizás otras múltiples y variadas.

La tendencia de Hágalo Usted Mismo, cobra cada vez más adeptos en el mercado y es importante estar preparados ante cualquier consulta de los clientes.

Quizás algunas veces puedan ser consultas muy simples que en otro momento pueden ser

más amplias y con sinónimo de grandes ventas.

Por otro lado, la exhibición de productos en su máximo apogeo, como por ejemplo, escritorios armados, estanterías, mesas, closets, para citar algunos, motiva a los clientes a adquirirlos y a subrayar más esta tendencia.

Todo entra por la vista. Si un cliente puede observar de antemano lo que lleva desarmado, probablemente saldrá muy motivado del negocio y con una idea mucho más clara.

Aquí lo más importante es tratar de tener este tipo de productos fáciles de construir y apostar, igualmente, al ingenio de sus colaboradores, pues muchos de ellos por su experiencia, bien pueden construir soluciones para que los clientes las puedan observar en directo.

Todas estas estrategias ayudan a vender con más facilidad. Piense por un momento, por ejemplo, que poner a funcionar una bomba de agua como exhibición en el negocio, puede ayudar a que los clientes tomen decisiones más rápidas, que tener que observar las bombas en un mostrador o anaquel.

Este tipo de cosas, otorgan mucha confianza a los compradores, pues claramente intuyen que quienes los están atendiendo conocen "al dedillo" de lo que hablan.

Hemos visto como en las ferias los expositores buscan la forma de poner a funcionar sus productos para que los ferreteros puedan tener una mejor idea de sus ventajas. En este sentido, es una buena idea hacer lo mismo con sus clientes. **TYT**

CRÉDITOS

Presidente

Karl Hempel Nanne
karl.hempel@eka.net

Directora General

Michelle Goddard
michelle.goddard@eka.net

Director Editorial

Hugo Ulate Sandoval
hugo.ulate@eka.net

Subdirectora Editorial

Shirley Ugalde
shirley.ugalde@eka.net

Editor

Hugo Ulate Sandoval

Directora de Arte

Nuria Mesalles

Diseño y diagramación

Liliana Castro Solano
Juan Carlos Conejo

Asesores Comerciales

Jenny Alpizar M.
jenny.alpizar@eka.net

Cel. 363-3737

Braulio Chavarría

braulio.chavarría@eka.net

Cel. 372-1192

Colaboradores

Milagro Arias

Circulación

Melanie Töebe
suscripciones@eka.net

Tel. 520-0070 ext.134

Foto portada

Frank Guevara



www.tytenlinea.com

Tel. 520-0070 Fax. 520-0047

Apartado 11406-1000

San José, Costa Rica

INFORMACION TECNICA

SEAL BLOCK - IMPERMEABILIZANTE



DESCRIPCION Y USO

Koral Seal Block es un producto base agua, formulado sobre la base de resinas acrílicas modificadas. Entre sus características podemos destacar su poder antihongos, elasticidad a una elongación del 100% según Norma ASTM D 412, resistente al álcali, excelente adherencia, controla el mapeo y fisuras menores. Puede ser utilizado tanto en áreas externas como internas.

FORMA DE APLICACIÓN

Puede ser aplicado con brocha, rodillo o equipo spray.

DATOS DE APLICACIÓN

- Espesor seco x capa 2 mils
- Diluyente agua
- Dilución 10 - 15%
- Tiempo Secado 30 min. - 2 hrs.
- # capas dos mínimo

OBSERVACIONES:

- En casos especiales, consulte con nuestro Departamento Técnico.
- El secado depende de la temperatura, humedad y espesor.
- Los datos técnicos de esta hoja son en base al color blanco. (la variación de los porcentajes con respecto a otros colores es mínima).

RENDIMIENTO

- Varía dependiendo del tipo de superficie.

SALUD Y SEGURIDAD

Para un uso seguro de este producto solicite la hoja de seguridad del mismo (M.S.D.S.)

PRESENTACION:

¼ (0.946 Litros)
Galón (3.785 Litros)
Cubeta (18.925 Litros)

PREPARACION DE SUPERFICIE:

Las superficies a pintar deben estar libres de toda suciedad como polvo, grasa u otro contaminante que pueda afectar la adherencia del acabado final. Se deben identificar y eliminar todos los residuos de pintura mal adherida, esto por medio de espátula, lija, uso de escobas, trapos húmedos o cualquier otro medio manual-mecánico como aire comprimido. Referente a las superficies de metal estas deben lavarse con agua y detergente (preferiblemente liquido). Asegurese de eliminar por completo el detergente con abundante agua fresca, luego dejar que la superficie seque bien.

Últimas noticias de www.tytenlinea.com

Llaves y candados suben un 20 y 30 por ciento en República Dominicana

Mexichem invertirá 300 millones de dólares en adquisiciones en 2008

Guatemala vibró con Ferretexpo

ArcelorMittal negocia aumento de participación en China Oriental

Ferias internacionales seducen a ferreteros

PINCELADAS

En medio de dos mercados

Esta ferretería tiene 30 años de existir y de caracterizarse por varios factores que la hacen especial: cuentan con diversidad de opciones para ofrecer a los clientes, tanto en productos como en precios y se encuentran ubicados en un sitio que está, entre el mercado Borbón y el Central, en San José.

En sus alrededores, hay ventas ambulantes, y negocios de frutas, verduras y carnes.

La ferretería Kadima fue uno de los negocios de Armando Flasterstein (q.d.D.g), sin embargo, en la actualidad, la propietaria es Galit Flasterstein.

De acuerdo con Alejandro Salazar,

Administrador de la ferretería, el trajín diario de este negocio es interesante, porque entra todo tipo de clientes.

“Muchos vienen a buscar precios bajos, otros preguntan por marcas exclusivas, situación que nos obliga a tener de todo”, contó Salazar.

Alejandro explicó que estar en las afueras y en medio de dos mercados, ayuda mucho en las ventas, porque cuentan con diversidad de clientes y esta ferretería es un negocio muy dinámico.

“Muchos andan en otras compras, pero aprovechan la ubicación, para entrar a la ferretería y compran algún artículo”, dijo

Alejandro.

Otro factor importante de Kadima, es que como todo negocio está obligada a competir fuertemente, quizás más que otras ferreterías, pues está rodeada por 8 ferreterías más y hasta una a la par.

“Nosotros aplicamos muchas estrategias, quizá la más importante, es que nos enfocamos en no permitir que un cliente salga de Kadima con las manos vacías”, señaló Salazar

En este negocio trabajan jornada continua de lunes a sábado, de 8 a.m a 6 p.m, y son distribuidores exclusivos de la maquinaria Helvi y de las herramientas Power



Alejandro Salazar, es administrador y proveedor de la Ferretería Kadima y asegura que como estrategia en el negocio evitan que los clientes salgan con las manos vacías.

Max, que ofrece taladros, sopladoras y caladoras. **TVR**



Soluciones constructivas de alta tecnología



Naves industriales • Entrepisos • Edificios para condominios y hoteles • Postes • Tubos • Adoquines • Bloques modulares • Sistema para muros de contención • Sistemas de protección de cauces • Bloques con color y textura • Casas prefabricadas de una, dos plantas y elevadas.

Con la calidad y compromiso profesional que ha reconocido a Productos de Concreto por más de 59 años.

Unidad de Soporte Comercial: 205-2800
 Oficinas de Ventas: San Francisco de Dos Ríos, 226-3333 /
 San Rafael de Alajuela, 205-2828 / Liberia, 665-7006

www.pc.co.cr

PC
PRODUCTOS DE CONCRETO
 Empresa Holcim (Costa Rica) S.A.

Soluciones Eléctricas
SICA[®]
 Electrotecnia de vanguardia



SICAVI Refleja tu estilo de vida

Conjunto armado	combinaciones posibles			solución
	ribete	placas		
<ul style="list-style-type: none"> Interruptor con 2 botones Interruptor con 3 botones Interruptor con 4 botones Interruptor con 5 botones Interruptor con 6 botones Interruptor con 7 botones Interruptor con 8 botones Interruptor con 9 botones Interruptor con 10 botones Interruptor con 11 botones Interruptor con 12 botones Interruptor con 13 botones Interruptor con 14 botones Interruptor con 15 botones Interruptor con 16 botones Interruptor con 17 botones Interruptor con 18 botones Interruptor con 19 botones Interruptor con 20 botones 				

ESTOMBA S.A.

Distribuidor Exclusivo para Costa Rica
 Telefax: (506) 227-4107 • info@estombacr.com

PINCELADAS

Los catálogos también capacitan



Rodrick Smits, Administrador de la Ferretería Royal, indicó que estar leyendo catálogos continuamente, ayuda a capacitarse de gran forma.

La mayoría de los ferreteros realizan charlas para capacitar a sus empleados, por lo menos una vez al mes, sin embargo, de acuerdo con un sondeo realizado

entre varias ferreterías, los dependientes aseguran que se les facilita más leer los catálogos de los productos nuevos, para estar a la vanguardia en cuanto a innovación. Rodrick Smits, Administrador de la Ferretería Royal, contó que a pesar de que en muchos casos, los proveedores brindan charlas técnicas, leer catálogos de los productos ayuda mucho a ir conociendo más sobre nuevas introducciones.

“Sirve mucho leer catálogos para capacitar, sobre todo para conocer de especificaciones, y más para lo industrial” contó Smits. En la Ferretería Royal, utilizan el

sistema de la capacitación por medio de catálogos, y más cuando alguien va a realizar una compra de algo nuevo, según Smits, para asesorar mejor al cliente. Esta ferretería se ubica en San José y su fuerte en ventas, según el administrador, son las duchas, los alicates, martillos y material para ebanistería. “Con respecto a las ventas todo se mueve, sin embargo, siempre hay algo que se vende más, pero las introducciones gustan mucho a los clientes, por lo que, estar leyendo los catálogos nos es de mucha ayuda”, aseguró Rodrick Smits. **TTT**

PINTURA LATEX MAGNUM INFORMACION TECNICA



DESCRIPCION Y USO

Mágnum es una pintura 100% acrílica, base agua, antihongos de tipo profesional, de alta calidad, para uso decorativo. Por su buena resistencia es un producto que puede ser aplicado tanto en ambientes interiores como exteriores.

FORMA DE APLICACIÓN

Puede ser aplicado con brocha, rodillo o equipo spray.

DATOS DE APLICACIÓN

- Espesor seco x capa 1 mils
- Diluyente agua
- Dilución 10 - 15%
- Tiempo Secado 30 min. - 60 min.
- # capas dos mínimo

OBSERVACIONES:

- En casos especiales, consulte con nuestro Departamento Técnico.
- El secado depende de la temperatura, humedad y espesor.
- Los datos técnicos de esta hoja son en base al color blanco. (la variación de los porcentajes con respecto a otros colores es mínima).

RENDIMIENTO

- Varía dependiendo del tipo de superficie.

SALUD Y SEGURIDAD

Para un uso seguro de este producto solicite la hoja de seguridad del mismo (M.S.D.S.)

PREPARACION DE SUPERFICIE:

Las superficies a pintar deben estar libres de toda suciedad como polvo, grasa u otro contaminante que pueda afectar la adherencia del acabado final. Se deben identificar y eliminar todos los residuos de pintura mal adherida, esto por medio de espátula, lija, uso de escobas, trapos húmedos o cualquier otro medio manual-mecánico como aire comprimido. Referente a las superficies de metal estas deben lavarse con agua y detergente (preferiblemente líquido). Asegurese de eliminar por completo el detergente con abundante agua fresca, luego dejar que la superficie seque bien.

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

Más información:
www.kcprofessional.com
Costa Rica (506) 298-3183, Guatemala (502) 7988-8100
El Salvador (503) 2319-4557, Honduras (504) 574-8966
Nicaragua (505) 266-6330, Panamá (507) 360-0420

Kimberly-Clark Professional

PINCELADAS

Ventajas de tener un área de empaque

El consumidor tiene cada día más opciones de compra, eso lo saben todos los empresarios ferreteros, situación que obliga a los negocios a reaccionar con soluciones estratégicas que se encarguen de satisfacer a los consumidores conforme sus necesidades.

La comercialización con productos ya no es asunto de limitarse a las ventas, es un sistema más completo, por lo que muchos negocios ferreteros han buscado ir más allá dl lograr buenas ventas.

Cincuenta años, tiene Almacenes

Unidos de estar en el mercado y de tener departamentos de empaque en sus ferreterías; desde sus inicios lo implementaron, con el objetivo de agilizar más el servicio, y han logrado, agilidad, trato directo y ofrecen esa seguridad que tanto busca un cliente.

De acuerdo con Erick Berríos, Gerente Administrativo de las ferreterías de Almacenes Unidos, disponer de un departamento exclusivo de empaque, es otra manera de brindar un buen servicio al cliente.

"Ha sido muy bueno mantener



El Gerente Administrativo, Erick Berríos, y el Encargado de Importaciones, Francisco Delgado, de Almacenes Unidos, aseguraron que contar con departamento de empaque en este negocio ha sido un factor de éxito.

separado, la entrega de productos, de la caja. Es también llevar los negocios con un orden establecido, donde el vendedor atiende y facture únicamente, que el cliente pague en caja y retire aparte", señaló Berríos.

Son muchas las ventajas que brinda ubicar un departamento de empaque, según Francisco

Delgado, Encargado de Importaciones de Almacenes Unidos, además se garantiza la seguridad en la entrega de productos y se evitan saturaciones de personas en caja. ¡Hágalo usted también en su negocio! Recuerde que el segmento es muy dinámico y también va creciendo poco a poco. **TTT**

Pinturas Alfa, empresa 100% costarricense, celebra 28 años al servicio del mercado ferretero y de la construcción en nuestro país y centroamérica.



Stucco

Acrílico

EDGAR HIDALGO S.A. Alajuela / e-mail: info@pinturasalfa.com
Tel.: (506) 433-8155 / Fax: (506) 433-9102



ArcelorMittal soluciones de acero para Costa Rica



Varillas



Vigas



Alambres de Púas

ArcelorMittal

ArcelorMittal Costa Rica

Aceros Largos
100 metros norte de la Escuela de Colima de Tibás, San José, Costa Rica.
Tels: (506) 507 4200 Fax: (506) 236 3776
E-mail: info@arcelor.co.cr www.arcelormittal.com/costarica

PINCELADAS

¿Funcionan los descuentos?

La mayoría de los negocios ferreteros ofrece descuentos en efectivo a sus clientes, como valor agregado y para aumentar las ventas. Sin embargo, son muy pocos los que le aplican el descuento a los que pagan con tarjeta.

En algunos negocios, ofrecen descuentos dependiendo de la compra que realice un cliente, en otros aprovechan, las promociones que hacen los proveedores, para dar descuentos permanentes y así mantener y ganar clientes. En el área de la compra y venta, toda estrategia es válida, para aumentar un volumen en

las ventas.

Algunas ferreterías, aplican descuentos solamente si un cliente hace compras altas de algún artículo, mientras que, son pocos los que hacen la promoción sin importar la compra, porque aseguran que ese cliente quizás no esté llevándose algo caro, pero tienen la certeza que algún día volverá.

El asunto estratégico no está en bonificar al que compre más, pero sí al que compre en efectivo. En la Ferretería Arcal aseguran que independientemente de lo que compre un cliente, siempre aplica tener un descuento,



Oscar Villalobos, Edwin Salazar y José Luis Flores, son vendedores de la Ferretería Arcal y siempre ofrecen descuento a los clientes que compran en efectivo, pero indica que con tarjeta no es rentable aplicar descuentos.

mientras realice el pago en efectivo. “Con tarjeta no damos descuento, por un porcentaje que tienen

que no permite que se aplique y que hace que no le sirva al negocio darlo”, explicó Oscar Villalobos de esta ferretería. **TYT**



Walter Madrigal, Gerente de Mercadeo del Lagar, señaló que haber implementado desde hace tres años, con el sistema de autoservicio les ayudó a desarrollar con más tino el negocio.

Las tendencias y exigencias de la modernidad, llevan a muchos negocios ferreteros alrededor del mundo, a implementar el sistema del autoservicio en los establecimientos comerciales, llenando de ventajas a las ferreterías. Aunque muchos ferreteros prefieren el sistema tradicional, de

Autoservicio agiliza ferreterías

mostrador, porque señalan que permite un trato más directo con el cliente, algunas ferreterías del país han incorporado el autoservicio, pero sin dejar de lado la asesoría.

Desde hace 3 años, El Grupo Lagar implementó el autoservicio en sus diferentes sucursales y aseguran que los resultados obtenidos han sido satisfactorios.

“Hemos podido agilizar el servicio y es muy cómodo para los clientes poder acceder directamente a los productos” contó Walter Madrigal, Gerente de Mercadeo del Lagar.

La clave para no perder ese trato directo con los clientes, según Madrigal, está en contar con per-

sonal calificado que pueda asesorar a los clientes cuando sea necesario.

“Hay muchos clientes que prefieren el sistema tradicional y quieren ser atendidos de manera personal, por lo que nosotros también brindamos esa opción y estamos atentos a lograr satisfacer a los consumidores”, señaló Madrigal.

En el Lagar disponen de asesores ferreteros, capacitados por áreas, según Madrigal, dependiendo del pasillo, ubican hasta 4 personas, de acuerdo con la especialidad.

“El autoservicio nos ha traído mucha ventaja, y hemos logrado desarrollarnos constantemente”, indicó el Gerente de mercadeo del Lagar. **TYT**



iPod® y Apple son marcas registradas de Apple, Inc. Copyright © 2007 Apple Inc. Todos los derechos reservados.

Aplican Restricciones. Ver reglamento en www.schneider-electric.co.cr • Promoción por tiempo limitado.

SQUARE D
CARGATE DE MUSICA

CON LA MEJOR TECNOLOGÍA
Porque al comprar
Centros de Carga QO®
de Square D, podrás participar
en el sorteo de

12 iPod®



Activa el código que viene en la caja de los centros de carga QO al teléfono **290-9909** por medio de mensaje de texto (SMS) al código **7474** o en nuestra página web www.schneider-electric.co.cr junto con tus datos personales y así quedarás participando automáticamente.

EXPERTO

Mantenga un control eléctrico adecuado

Por: Tec. Javier Carvajal B
Presidente, Asociación de Electricistas (ADE)



Las instalaciones eléctricas, al igual que los automóviles, las casas, los edificios requieren de mantenimiento y uso adecuado.

Si mantenemos las instalaciones eléctricas con un nivel aceptable de seguridad evitamos accidentes que provoquen daños personales y materiales de importancia.

Una instalación eléctrica residencial en términos generales está constituida por: acometida, interruptor de seguridad o principal, centros de carga, sistema de puesta a tierra y circuitos eléctricos.

La acometida es la parte de la instalación que está entre la red de distribución pública y el interruptor de protección de la vivienda inclusive. En esta parte de la instalación es importante controlar diversos aspectos como el cable de sección adecuada a la

carga.

Los aislamientos y empalmes deben ser adecuados y estar en buen estado. El recorrido de los conductores eléctricos debe darse por lugares accesibles.

El interruptor de seguridad o general, en algunos lugares es sustituido por un interruptor termomagnético y este es el primer elemento de protección de la instalación eléctrica, por lo que el dimensionamiento del mismo, debe ser el adecuado a la demanda de energía eléctrica.

El centro de carga ha sido considerado el centro neurológico de la instalación eléctrica, por lo que, estos centros deben estar dimensionados de acuerdo con las necesidades de consumo y es

importante controlar en él, al menos que los interruptores termomagnéticos sean adecuados al calibre de los conductores.

El tipo de interruptor termomagnético debe ir de acuerdo con los requerimientos del circuito, así como la temperatura de los conductores y el cableado de calibre que sea de acuerdo con la corriente de los circuitos. Si se presentara deterioro en el centro de carga se deben determinar las causas.

Conexión a tierra

Se debe tener cuidado con los circuitos de especiales que son todos aquellos que controlan las tomas de corriente, por ejemplo de la secadora de pelo de la coci-

na, de la lavadora, de los aires acondicionados, de los tanques de agua caliente, etc.

Los errores más comunes en cuanto a los circuitos y las protecciones son: número de circuitos insuficiente, circuitos sobrecargados, conductores eléctricos con protección inadecuada, así como los empalmes y aislamiento de los conductores en mal estado.

Es importante que se vigile el estado de conservación de las lámparas, observar que las partes que transportan corriente, están debidamente protegidas y que no presenten calentamiento. Las lámparas metálicas deben estar conectadas a tierra y la fijación debe ser la correcta. **trr**

HERRAMIENTAS

LAS ORIGINALS



CERTIFICADO DE CALIDAD



Con más de 40 años ofreciendole
Calidad - Servicio - Respaldo - Garantía
Teléfono: (506) 293-4542

Distribuidores Mayoristas:
Cofersa: 205-2525 • Matco: 566-1995
Fedecoop: 265-4225 • El Colono: 713-1000



DESAFIANDO EL TIEMPO... POR SU CALIDAD

Le recomiendo **expoempleo**
Horario: 10:00 a.m. a 6:00 p.m. | Enlace entre empresas y talentos |
4, 5 y 6 de Abril, 2008 • Hotel San José Palacio
Visite Expoempleo, la feria de reclutamiento donde podrá estar en contacto con más de 50 empresas.
Tel.: (506)520-0070 ext. 147
ingresa tu curriculum en www.expoempleo.net
PATROCINA: **EKA** LA REVISTA EMPRESARIAL

IMACASA: ORGULLOSAMENTE CENTROAMERICANA
www.imacasa.com

Ayudas visuales en la venta

No hay duda que las ayudas visuales son indispensables para tener éxito en la venta. Permiten demostrar de una forma más eficiente los beneficios del producto o servicios que se ofrece, ayudando a cerrar ventas más fácilmente. Permiten reducir la extensión de la presentación, al mismo tiempo que la hacen entretenida y agradable.

Lamentablemente, encuestas realizadas con cientos de compradores, estos indicaron que en 80% de los casos los vendedores no usaron herramientas de mercadeo y/o venta. Esto tuvo como resultado que un alto porcentaje de compradores no percibieran el mensaje de valor que se le trató de hacer llegar en la presentación. El comprador no percibe el mensaje que se le quiere hacer llegar, porque el vendedor solo se limita a hablar. No utiliza las ayudas visuales de venta, tan necesarias para aclarar y definir gráficamente lo que se quiere explicar.

¿Cómo puede suceder esto? Muy simple. La razón se encuentra en dos principios de la teoría de la comunicación que se deben recordar: las palabras tienen diferente significado para cada persona; y la percepción de la realidad difiere.

Ustedes mismos pueden hacer una simple prueba de lo anterior.

Pregunte a varias en qué piensan, al escuchar la palabra "perro". Tengan la seguridad que si fueron 20 personas a las que se le consultó, cada una dirá que pensó en una raza diferente de perro. Y si la comparan con la que usted pensó, de seguro será diferente.

Si mostramos una fotografía del perro al cual nos referimos, la imagen será transmitida sin diferencia en todos los que vean la foto. Una imagen puede transmitir en forma clara y transparente, lo que no podría una palabrería de 20 minutos.

Y no estamos hablando de sofisticados sistemas de proyección, computadoras y proyectores digitales, de alto costo que solo pueden dar a su personal de ventas las grandes empresas multinacionales. Me refiero a ayudas visuales simples y de bajo costo, que han probado ser eficientes y que los siguen siendo: folletos, catálogos, fotografías, recortes de periódico o revistas, muestras, modelos a escala, historias de éxito, cartas testimoniales y papel y lápiz.

Por Jorge E. Pereira

Álbum de fotografías

No es difícil ni costoso hacer un álbum fotográfico. Cuando la gerencia no proporciona uno, puede comprarse una carpeta, de costo reducido, poniendo en ella las fotografías.

Un vendedor de éxito lleva a sus viajes una pequeña cámara, toma fotografías de instalaciones hechas por su compañía y luego pone las copias en una carpeta, para utilizarlas con facilidad con sus prospectos. También adquiere fotos adecuadas de otras fuentes, lo mismo que hojas que recorta de los periódicos e incluye ambas cosas en su álbum.

Estas ayudas visuales ilustran los méritos de una presentación como no podría hacerlo una presentación oral por sí sola.

Muchos vendedores de diferentes líneas de artículos usan materiales fotográficos con ventaja, pues ofrecen pruebas excelentes del producto en acción, lo mismo que evidencias de "antes y después", que revelan efectos benéficos de lo que se esté vendiendo.

Cartas testimoniales

El vendedor debe preparar para acceso fácil y rápido, testimonios relativos al uso con éxito del producto, por parte de clientes que tengan la misma línea de negocio o industria que el comprador y que estén en la localidad del prospecto.

El mejor testimonio tiene fecha reciente, aunque puede haber excepciones y describe tan específicamente como sea posible las experiencias a que se atribuye el éxito. La carta de testimonio que agrada más al vendedor y que respeta más el prospecto, es la que reúne los requerimientos de las historias periodísticas; quién, qué, por qué, dónde y cómo.

El testimonio escrito que únicamente dice que la compañía es una buena empresa, con la que es agradable hacer negocios, u otras generalidades, no impresiona mucho al comprador.

Con sólo unas pocas excepciones posibles, un prospecto está mucho más interesado en las experiencias de un competidor establecido a uno o dos kilómetros de él, que en las de una compañía desconocida, a mil kilómetros de distancia. Por esta razón, un vendedor también debe tener su portafolio en orden alfabético, incluyendo en él un encabezado para "Industrias" y otros para "Direcciones".

Cuando el cliente no tiene tiempo para escribir un testimonio, el vendedor puede conseguir su

papel con membrete, escribir una declaración y pedirle que lo firme. También puede ser provechoso hacer un álbum de testimonios y acompañar cada uno de éstos con una fotografía del usuario satisfecho y el nombre de la compañía, para proporcionarle mayor autenticidad.

Las copias fotostáticas de la orden original y las órdenes repetidas de cuentas importantes son otra forma de testimonio y son respetadas considerablemente por muchos prospectos.

Los libros de ruta o de órdenes han sido utilizados con éxito por los vendedores, como pruebas testimoniales. Cuando un vendedor muestra las órdenes auténticas y los nombres de lo que ya han comprado, el efecto es muy convincente para muchos compradores en perspectiva.

Además, el libro de ruta puede mostrar qué y cómo vende, qué servicios son proporcionados, cómo son hechas las entregas y muchos otros detalles de interés para un prospecto indeciso.

Álbum de recortes

Relacionados estrechamente con los portafolios, los álbumes de recortes contienen con más frecuencia material reunidos para mostrar el prestigio de la organización del vendedor. Pueden hacerse con hojas de la publicidad nacional de su compañía en publicaciones especializadas, de revistas populares, o del informe anual de la compañía.

Sólo son escogidos los artículos que han tenido gran éxito y cada uno debe ser identificado con un pie. Algunos vendedores mandan hacer reproducciones de cartas recibidas de sus clientes y adosan a ellas fotografías de los compradores, sus oficinas, sus tiendas o sus edificios.

Sin duda, muchos vendedores más pueden usar materiales similares para probar los beneficios que es posible obtener de sus productos o su servicio.

Papel y lápiz

El modo más simple y fácil de prueba visual que puede preparar un vendedor y usarla, únicamente requiere una hoja de papel y un lápiz. Los mejores vendedores siempre tienen un papel y lápiz en sus presentaciones. Todo tópico de beneficio de una exposición de ventas puede ser anotado en una hoja de papel, en forma concisa, como un bosquejo.

Después, cuando el vendedor ha terminado de cubrir todos los puntos, allí, ante los ojos del prospecto, estarán las pruebas visibles de los beneficios, que será difícil que esquivе y niegue. Cuando un vendedor quiere "vender a lápiz", puede pedir al cliente en perspectiva una hoja de papel para escribir. En esta forma, el prospecto es convertido en un participante más activo e interesado en la presentación.

Tomado de:

www.mercadeo.com TTT

¡Venga por los 10!

Expoferretera cumple 10 años y para celebrarlo, durante los días de la feria rifaremos 10 órdenes de compra por \$100,000 que podrán ser aplicadas en cualquiera de las empresas participantes, que elijan los ganadores.



¡Venga y celebre con nosotros 10 años de éxitos en el mercado ferretero!

EXPO FERRETERA
su herramienta de negocios..

6,7,8 Junio 2008
Eventos Pedregal

www.expoferretera.com

¿Cómo sacarle provecho al sector?

Una de las empresas ferreteras que más ha crecido en este año y que se proyecta a seguir creciendo, es el grupo Colono, que ya cuenta con 40 puntos de venta en almacenes ferreteros, distinguidos por el color azul, 37 tiendas especializadas agropecuarias, caracterizadas por el verde, tienen 5 servicionios y son propietarios de los hoteles Suerre en la Zona Atlántica.

Los Colonos están ubicados en las zonas Norte, Atlántica y Sur, de acuerdo con la Encargada de Mercadeo Mariela Castillo, actualmente están abriendo 5 puntos de venta nuevos en la Zona Sur.

Durante el 2007, el Colono adquirió nuevas ferreterías: en la zona sur, La Jungla, San Vito, Buenos Aires, Coopeagropal; en Turrialba, Guayabo, Turrialba centro, la Suiza; el Home Creek en Puerto Viejo de Limón y en Tilarán.

José Alberto Castillo, Propietario y Presidente del Grupo Colono, explicó que la clave del éxito del Colono es siempre trabajar para que haya variedad de productos, buenos precios y un muy buen servicio.

“En el Colono, nos sentimos preocupados por las necesidades del cliente y siempre tratamos de darle lo que anda buscando, la

filosofía no es satisfacer solamente al cliente sino tratar de deleitarlo tanto en la pre venta, en la venta y en la post venta, ofreciendo los productos de calidad, precio y variedad y servicio que así lo requiera el cliente”, señaló Castillo.

El fuerte del Colono en ventas, son los materiales de construcción, ferretería y acabados.

El Colono importa diversidad de líneas y productos, tales como, el plywood, la tablilla plástica, pisos y azulejos, lavamanos, vidrios, llantas, ferretería, entre otros, de Estados Unidos, México, Guatemala, El Salvador, Colombia, Chile, Venezuela, Brasil y China.

El Colono se ha caracterizado siempre por trabajar con diversidad de marcas, sin embargo, de acuerdo con Castillo, se tienen negociaciones especiales con algunos fabricantes exclusivos.

De acuerdo con Castillo, en el Colono se va a seguir creciendo, tanto en líneas como en variedad de productos y si se visualiza alguna oportunidad más de negocios se analizaría y se podría seguir creciendo, pero apunta a que solo el mercado lo definiría.

Castillo no señala en que sectores del país podría crecer para el otro año, pero explica que, en el plan de negocios se han mencionado varios nombres.

“Si algo más se diera, sería en las mismas áreas de influencia que nos encontramos en este momento”, dijo.

De acuerdo con Castillo, en el Colono se trabaja todos los días para lograr la estabilidad de la empresa en todo sentido, tanto en la parte financiera, en la laboral, en infraestructura y en especial con la atención y el servicio de nuestro jefe, que son los clientes, “porque son a ellos a los que nos debemos para así lograr seguir cumpliendo una parte importante de nuestra misión. En el Colono vamos con el tiempo”.

EL 2008 es un gran año para el grupo Colono ya que cumple 30 años de existir, por lo que indica Castillo que tendrán un año lleno de novedades, descuentos especiales y promociones.

Hacia Arriba

Igualmente, otros ferreteros que también se han tomado con fuerza de las oportunidades del mercado, para crecer son los del Almacén La Bodega.

En el Carmen de Guadalupe, esta ferretería se ha ganado a los clientes no solo con buenos precios y variedad en productos, sino a punta de buen trato y servicio. El factor clave en la Bodega es el trato al cliente, por lo que seleccionan minuciosamente al personal de trabajo.

José Alberto Castillo, Presidente y Propietario del Grupo Colono, indica que con una buena variedad de productos, se puede lograr el desarrollo en el sector.



“El trato debe ser de la mejor manera. Como política de la empresa, siempre damos regalías, cuando un cliente termina la construcción de su casa, algo le damos”, contó Javier Soto Madrigal, Gerente General del Almacén La Bodega.

Otro punto a favor, es que en el almacén La Bodega se caracterizan por “chinear” a los clientes, por lo que, todos los Sábados, ofrecen refrescos y galletas como valor agregado a los usuarios, así como globos y confites a los niños.

“Es que nosotros estimamos a nuestros clientes, y entre semana siempre les tenemos su chocolate o confitito porque la clave está en el servicio y trato” dijo Soto.

El Gerente General del Almacén La Bodega, dijo estar plenamente seguro que en este mercado se puede seguir creciendo, aunque señala que la competencia es fuerte por lo que hay que buscar estrategias especiales y diferenciadas.

Muestra del crecimiento de este almacén que se incorporó en el negocio ferretero hace 17 años, es que pasó de ocupar un terreno de 50 m², a uno de 8mil m², que es en el que actualmente opera.

Y es que La Bodega no se quedó ahí, los hermanos Soto Madrigal, Propietarios de La Bodega, cuentan con otras ferreterías y tiendas

especializadas de pintura, en otras zonas de Guadalupe y Sabanilla, principalmente.

Javier Soto, aseguró que seguirán creciendo y a muy corto plazo, en un terreno de 36 mil m² en Guanacaste, abrirán un negocio ferretero más. “Ya están los rótulos ahí que indican que pronto se ubicará La Bodega, en la entrada al Coco” dijo Soto.

La Bodega es una empresa cien por ciento familiar, en la que los hermanos Soto Madrigal son socios: Javier es el Gerente General, Luis Alberto el Gerente Administrativo y Luis Fernando el Gerente de Operaciones; todos se han enfocado en ver crecer su negocio y bien que lo han logrado.

“Debido a la demanda de clientes y de productos, nos hemos visto obligados en empezar a fabricar nuestros propios productos, como aditivos para concretos, morteros para pegas en cerámica, porcelanas en diversidad de colores y mucho más”, contó Javier Soto.

Recomendaciones ferreteras

En tanto, algunos mayoristas recomiendan a los ferreteros buscar y aprovechar las oportunidades que brinda el mercado, a base de tener amplia variedad de productos.

Lo más importante es que este mercado permite que haya ese



Cristian Jiménez, de 3M, indica que como recomendación para crecer, los ferreteros deben moverse hacia la tendencia del autoservicio y a ampliar la variedad de productos.



Javier Soto, del Almacén La Bodega en Guadalupe, aseguró que seguirán creciendo y a muy corto plazo, en un terreno de 36 mil m² en Guanacaste, abrirán un negocio ferretero más, por lo que invita a otros colegas a aprovechar las oportunidades.

EN CONCRETO

crecimiento, que para un negocio es un factor clave y de éxito. Maneras de crecer hay muchas, así que si le interesa ir más allá, arriésguese un poco y anímese a buscar proyecciones que lleven a su negocio lejos, así como muchos lo han logrado.

Ya sabemos que el mercado de la construcción ha crecido exageradamente y que de acuerdo con expertos de la Cámara Costarricense de la Construcción (CCC) y del Colegio Federado de Ingenieros y Arquitectos (CFIA), el 2008 está catalogado como el año de las inversiones importantes, en lo que ha construcción se refiere.

Cristian Jiménez, de la División Ferretera de la empresa 3M, explicó que se estima que para el 2008 el canal ferretero de 3M va a crecer en un 20% con productos nuevos, y con innovaciones de líneas que ya tienen.

José Rodríguez, Gerente General de la empresa Masaca, dijo que para el próximo año ellos se preparan con una introducción importante en líneas de importación, además de seguir mejorando procesos de producción de artículos existentes para agilizar el servicio.

“Tenemos proyectado mejorar el stock y traeremos mucha novedad. Este segundo semestre del año, nos sirvió para afirmar que seguiremos creciendo, al menos en un 10% para el primer semestre del 2008”, aseguró Rodríguez.

Por su parte, Cristian Jiménez de 3M, le dice a los ferreteros que avancen y se ajusten al crecimiento que se está dando.

“Animense a invertir, acondicionen salas de exhibición, capaciten a sus dependientes, para que tengan personal más especializado en las diferentes líneas, para que asesoren mejor a sus clientes”, señaló Jiménez.

Jiménez de 3M, dice que para el 2008 se visualiza que el canal ferretero buscará más un concepto de autoservicio, además los mayoristas pueden ampliar más su mix de productos,

como en 3M que introducirán más variedad de productos en todas las divisiones y especialidades, porque según Jiménez, la tendencia lo indica y los obliga a abrirse más al mercado.

“Una división importante para el otro año, que ayudará mucho en los puntos de venta es la división de abrasivos, que viene con un producto de mayor rendimiento y que brindará más beneficio al cliente”, señaló.

La innovación será parte de la introducción de líneas que presentará 3M en el 2008, como parte del crecimiento.

“Recomiendo a los ferreteros que dispongan de más variedad en sus productos, para que el cliente tenga de dónde escoger, que no ofrezcan siempre lo mismo. Así que, ferreteros amplíen su inventario pero no en cantidad, sino en variedad”, recomendó Cristian.

Los ferreteros del Pacífico Central y de la zona Sur deben estar atentos, porque 3M va a arrancar en el 2008 con capacitaciones masivas en esas zonas, como lo hicieron anteriormente en Guanacaste.

En la empresa Masaca, están preparados para abastecer al mercado ferretero en todo

momento y durante el auge constructivo que se estima para el 2008.

José Rodríguez, Gerente de Masaca, dijo que quieren que los clientes reconozcan que esta empresa dejó de ser solo herramientas, porque han metido mucha fuerza en los diversos productos ferreteros en general.

“Nos estamos fortaleciendo en el reparto y distribución. Estamos saliendo más del área Metropolitana y nos posicionamos más en las zonas rurales, que es muy fuerte en ventas”, contó Rodríguez.

El Gerente de Masaca le recomienda a los ferreteros que más que crecer en número, crezcan en calidad, en servicio, en áreas, con el local que ya tienen.

“La fortaleza más importante que la hagan a lo interno, dándole más importancia al servicio y al inventario. Capaciten más al vendedor, para que hagan buenas ventas”, indicó José Rodríguez.

Para estar dentro del crecimiento, los ferreteros deben ir de la mano con la innovación y hacer negociaciones con el proveedor que le dé mejor servicio y producto, según Rodríguez, además de ordenarse mejor con la proveeduría interna. **TYT**



José Rodríguez, Gerente de Masaca, recomienda a los ferreteros que más que crecer en número, crezcan en calidad y en servicio.

Silicones

LOCTITE

Alta Tecnología



Henkel

Henkel Costa Rica Ltda

Tel.: (506) 277-4800 • Fax (506) 277-4883 • www.henkel.com • www.loctite.com

Technologies



Especial de grifería

Mercado a chorros

Quando haga compras de grifería a sus proveedores, asegúrese que sean productos garantizados, con respaldo, buen precio; disponibilidad en repuestos y mucha variedad en la línea.

Clásicas, tradicionales, modernas, innovadoras, chinas, americanas, europeas, centroamericanas, económicas, pequeñas, grandes; plateados, torneados, en bronce o plata y en diseños exclusivos o estandarizados, la grifería es un mercado que dispone de múltiples líneas, que obliga en definitiva, a los ferreteros a ofrecer en sus negocios variedad.

Opciones hay muchas, así como empresas que distribuyen grifería, desde llaves de chorro, llaves de empotrar, fregaderos de sobrepone, en acero o fibra de vidrio, en dos bateas, o en una, cacheras comunes o elegantes.

Lo importante es contar con empresas proveedoras que dispongan de respaldo, para que al momento de hacer una venta, sus empleados ofrezcan seguridad y confianza al cliente.

Recuerde que este es un negocio en constante movimiento, por la introducción continua de productos al mercado, situación que crea más competitividad tanto entre los proveedores, como con los negocios ferreteros y hasta con los clientes finales.

Busque productos garantizados, que cuenten con repuestos, con calidad comprobada, respaldo de una empresa posicionada y con variedad en sus precios.

(Vea las Importaciones del 2006 en www.tytenlinea.com)

Ventas altas

Si le interesa saber cuál es la grifería más vendida en los diversos negocios del país, esta información es especial para usted.

Realizamos un sondeo por todas las zonas del país preguntando ¿cuál es la grifería que más se vende y por qué?

Alberto Badilla, proveedor Depósito de Materiales y Ferretería Gravillas

“Lo que más vendemos es la grifería Price Pfister, en segundo lugar la Stretto y después la Colony. Por calidad, garantía y buenos precios. Lo importante es ofrecer opciones para los diferentes mercados, de clase media-baja o media-alta”.

Luis Valverde, Vendedor Almacenes Unidos

“Lo más vendido son las cacheras y llaves de chorro, de la línea Price Pfister, después la grifería Grival y la Stretto, por los precios y la calidad”.

Andrey Blanco, Vendedor Materiales Coto Brus

“Vendemos más de la línea Price Pfister, por la variedad la calidad y el precio”.

Ana Victoria González, Dep. de Administración

“Por la calidad, variedad de productos y precio, vendemos más Price Pfister y Stretto”

Carlos Fonseca, Jefe de Vendedores El Colono, Limón

“Vendemos más de la marca Price Pfister, por la calidad, garantía y respaldo además vendemos mucho una grifería de Taiwan, similar a esa.

Freddy Guillén, Coordinador de Ventas Construeexpress, Alajuela

“El fuerte en grifería es Price Pfister, por la calidad y la elegancia”.

José Pablo Baltodano, Vendedor Ferretería La Carreta, Liberia

“Lo más vendido es lo Price Pfister, Urrea y Colony, por calidad y precio.”

Juan de Dios Hernández, Vendedor. Ferretería Brenes

“Por calidad, garantía y precio vendemos más Price Pfister”.

Rebeca Gonzalez, Vendedora Almacén González, Cartago

“Lo más vendido son las llaves de lavatorio y los fregaderos de empotrar, en grifería China”. **TYT**



Con las tendencias actuales

La grifería Kenneth ofrece diversidad en estilos, colores y una garantía real de 5 años, los repuestos están disponibles y cuentan con el respaldo del Grupo Importador del Oriente, una empresa posicionada en Costa Rica.

Por Grupo Importador del Oriente

Una amplia cantidad de grifería, en diversidad de estilos, modelos, colores y precios, distribuye el Grupo Importador del Oriente NK S.A. Desde hace tres años, Juan Carlos NG, Gerente General del Grupo Importador del Oriente, introdujo a Costa Rica la grifería Kenneth, como una excelente y diversa opción para los clientes.

Son 160 estilos diferentes, los que ofrece esta empresa, con garantía de 5 años, en defectos de fábrica y el respaldo de un negocio de confianza, posicionado en el mercado costarricense con mucho éxito.

Póngase atento y empiece a introducir esta grifería en su negocio, porque las opciones son diversas, las líneas son económicas y de lujo, así como los precios, que según Juan Carlos, “son muy accesibles”.

Esta empresa dispone de repuestos para todas las líneas y cuenta con 100 distribuidores para todo el país.

“Cada momento, introducimos estilos nuevos, con diseños avanzados”, contó Juan Carlos. Las líneas de grifería Kenneth han crecido enormemente durante los últimos años, si se toma en cuenta que cuando empezaron con el negocio, la distribución arrancó con 25 estilos.

Eso muestra el éxito obtenido y la aceptación en los diversos negocios ferreteros.

De acuerdo con el Gerente de esta empresa, ellos se caracterizan por la garantía que brindan en sus productos, el servicio de entrega inmediata y los precios. Precisamente, esa ha sido la clave del éxito que ha desarrollado a esta empresa, que ha mostrado un crecimiento en ventas de un 50%, durante este año.

“Tenemos la proyección de crecer para el primer semestre del 2008 en un 25% en las ventas, además vamos a ampliar la bodega y aumentar las líneas”, explicó Juan Carlos.



Para Marzo del 2008, El Grupo Importador del Oriente estará ampliando la línea con 25 modelos más, porque les interesa innovar con las nuevas tendencias que exige el mercado.

Si le interesa ofrecer opciones a sus clientes, con la mejor calidad, respaldo y garantía, llame al 290-6787. **TYT**

Opciones múltiples de calidad

Importaciones Camvi ofrece dos líneas de grifería que han sido incorporadas al mercado con mucho éxito. Déle un vistazo a estos productos, otorgue más opciones a sus clientes, pues esta empresa dispone de 52 estilos diferentes.

Por Importaciones Camvi



Randall Campos, Gerente de Ventas de Importaciones Camvi.

Si le interesa tener en su negocio grifería de calidad, con buenos precios, diversa y que cuente con el respaldo de una empresa reconocida, esta información es especial para usted.

Importaciones Camvi, distribuye en Costa Rica, desde hace 5 años, la grifería de la marca Imperial y Aquatek, que son submarcas de Pro-line.

Son dos líneas que ofrecen diversidad en estilos, una es económica y la otra es de lujo y entre las dos suman más de 52 productos diferentes.

En Camvi afirman que el resultado de las ventas, de esta grifería, ha sido excelente y el apoyo de los clientes incondicional.

Y es que, eso muestra la acepta-

ción de un producto exitoso, porque, según Randall Campos, Gerente de Ventas de la empresa, el principal factor ha sido el servicio y el precio ofrecido.

Campos recomienda a los ferreteros, que como mínimo deben tener en sus negocios llaves de fregaderos, además de comercializar con productos que cuentan con repuestos.

En Importaciones CAMVI se preocupan por el servicio post venta, por lo que cuentan con un buen stock en repuestos, además se han proyectado para el 2008, innovar con más líneas y colores en sus productos de grifería.

Desde Panamá

Es importante que los ferreteros ofrezcan opciones a sus clientes.

Tome en cuenta que la grifería Imperial es de lujo y tiene como característica diseños diferentes. El cuello de las cacheras es recto, en una L, no es un tipo de cuello común en cisne, y eso marca una tendencia más moderna, a un precio sumamente competitivo.

De acuerdo con Randall Campos, estas cacheras incluyen dos perillas de diferente color, para que el cliente elija lo que mejor le convenga o las cambie cuando guste, además vienen con el embudo de repuesto.

Este es solo un ejemplo de uno de los tantos productos que forman parte de Pro-line.

Las dos líneas están garantizadas y cuentan con el respaldo de una empresa posicionada en el

mercado desde hace 10 años. Una característica importante de esta grifería es que conforme ha pasado el tiempo han incorporado constantemente, nuevas líneas, como fregaderos de pared y de ducha.

Estas líneas son importadas de Panamá, se distribuyen en todo el país y son productos de entrega inmediata.

“Nosotros ofrecemos exhibidores para las ferreterías, para que tengan donde mostrar nuestros productos”, contó Campos.

Tome nota y haga sus pedidos al teléfono 260-8594 y atreva a innovar con Imperial y Aquatek.

“Le aseguramos que los resultados serán excelentes, porque son dos amplias líneas, para toda necesidad”, señaló Campos. **TR**

Con más de 15 Categorías para su Negocio

Calidad en Productos de Grifería
con Respaldo y Confianza.

Aquatek **PROLINE** **IMPERIAL**

Distribuye: **Importaciones CAMVI JLGR, S.A. SOLDADURAS L.C.**

600 mts, Norte, 15 mts. Oeste y 50 mts. Norte de Iglesia Católica Barva, Heredia, Costa Rica e-mail: soldadlc@ice.co.cr Tel. 506 260-8594 / fax. 506 260-8597

Pinturas CELCOLOR
... la expresión del color.

- Pinturas Arquitectónicas
- Acabados para Madera
- Pinturas Industriales
- Acabados Automotrices
- Stuccos
- Adhesivos
- Revestimientos
- Disolventes, entre otros

con la garantía **CELCO**

Tel.: 279-9993 / Fax.: 279-7762

Indianápolis

Empresa ferretera diversificada

El negocio se les hizo grande, se consolidó con fuerza y se dividió por áreas: moto repuestos, taller de motos, ferretería, Indiana del Oeste, transportes a su puerta y AFP Security.

Con una empresa cien por ciento familiar. Con la venta de llantas y aceites, bajo el concepto automotriz, con un capital financiero muy pequeño, en un local de 50m², nació la empresa Indianapolis, en la esquina noroeste de la plaza de la Uruca, hace 28 años.

Rafael Ángel Estrada (q.d.d.g), inició la empresa junto con Carlos Ocampo, quienes en conjunto empezaron a visualizar grandes oportunidades en los negocios. Al poco tiempo, Estrada se ganó un premio, que lo llevó a las 500 millas de Indianápolis, y de ahí se trajo la idea del nombre de esta empresa.

Pronto empezaron a desarrollar el negocio automotriz, introduciendo más productos, sin embargo, a los cinco años, falleció Rafael Ángel Estrada, situación que obligó a los hermanos Estrada Ocampo a involucrarse de lleno en el negocio.

Cuenta el Gerente de Indianápolis, Alonso Estrada, que al establecimiento empezaron a llegar todo tipo de clientes, los que comenzaron a direccionar el negocio hacia otros segmentos.

De acuerdo con el Gerente de Compras, Alberto Estrada, a



partir de ese momento, empezaron a crecer con rapidez.

“Cuando murió mi papá solicitamos a un tío que nos entregara otra parte de la esquina en la que nos ubicábamos, y eso nos generó más espacio”, recordó Alberto.

Coincide la situación con el cierre de la Ferretería de la Uruca, cinco años después, por lo que, la clientela les empezó a solicitar la venta de productos ferreteros.

Al paso del tiempo, al cumplir Indianápolis 15 años, se dio la oportunidad de empezar a explorar mercados internacionales y es cuando se comenzó a hacer las primeras importaciones en la línea de repuestos para motoci-

cletas, a partir de ahí, nació la empresa hija de Indianápolis: Indiana del Oeste.

Al tiempo, se dio la posibilidad de seguir creciendo en el lugar donde hoy está Indianápolis, que ya son 5500 m².

Ahí hay bodegas, un local comercial amplio, donde se concentró toda la operación de ferretería y materiales de construcción, están además, las oficinas administrativas. A la par, está la venta de repuestos para motocicletas y desde hace un año, se introdujo la venta de motocicletas, las que son importadas de China.

Como negocio paralelo, abrieron el taller de motocicletas que opera al lado. “Así que si suma-

mos todo eso, más la importadora, vemos fortalecido el negocio en 10 mil m² en lo que es todo el Grupo Indianápolis”, dijo Alberto.

En Indianápolis trabajan 120 personas. “En mi caso tengo 28 años de ver que somos una empresa 100% familiar, donde dos familias se “echaron” a una aventura que se ve que se ha desarrollado y es una responsabilidad, que nos obliga a hacer cada día mejor las cosas”, contó el Gerente de Compras.

Poco a poco fueron abriendo diversidad de divisiones: moto repuestos Indianápolis, el taller de motos, la venta de motocicletas, Indiana del Oeste,

transportes a su puerta y AFP Security que es la empresa de seguridad.

“Y no vamos a parar, queremos seguir creciendo, porque somos muy dinámicos”, señaló Alonso Estrada.

Crecimiento Acelerado

Hace siete años, el Grupo Black & Decker, vino a fortalecer a Indianapolis y les ayudó a tomar la decisión de importar herramientas.

“La primera línea que importamos en el área de ferretería fue la herramienta eléctrica Dewalt y empezamos a fortalecernos con ellos, y a ver otras líneas que fueran complementarias a la

ferretería”, comentó Alberto.

Y es con el conocimiento de Diego Estrada, que se les facilitó importar líneas compartidas, según Alonso, como la de motocicletas y ferretería. Esa situación hasta les ayuda a bajar costos en importación.

“Empezamos a hacer negocios a nivel ferretero con Colombia y a ver una serie de países que se hacen atractivos en importaciones como china, Taiwán, Alemania, Panamá, Estados Unidos y México, hace 4 años, con la experiencia de mi hermano Diego, en mercados internacionales”, indicó Alberto.

En Indianápolis están importando diversidad de productos

ferreteros. De Colombia traen fregaderos, herramienta agrícola, cajas de paso y herrajería. La tubería para losa sanitaria es importada de México; de Estados Unidos ofrecen Porter Cable y Delta, que desde hace dos años pertenecen a la familia Black & Decker.

De Panamá, importan directamente Black & Decker y Dewalt; mientras que de China traen plywood; de Alemania artículos para soldar y clavos de acero, entre otros.

Las escaleras de la marca Inco son originarias de El Salvador; la losa sanitaria es de Colombia.

La competencia es grande, por lo que, según Alonso Estrada, en

Indianápolis siempre se han caracterizado por el servicio personalizado que ofrecen a los clientes, por los productos de calidad y los precios competitivos.

Los logros se los deben primero que nada a Dios, dice Alberto, “al conocimiento de Diego, al trabajo de los demás hermanos, de las dos hijas de don Carlos, a los colaboradores, a los clientes, y a los proveedores, quienes son nuestros aliados comerciales”, aseguró Alberto Estrada.

Esta es una empresa que combina con éxito varios negocios, pero sobre todo el de ser ferreteros y mayoristas en algunas líneas. **TYT**

Agilidad y Rapidez



Garantía 6 meses o 6.000 km

Por que **somos ferreteros como usted...** tenemos las mejores motocicletas de trabajo a su disposición.

SUKIDA
motocicletas

- Precios especiales para su empresa.
- Taller de mantenimiento preventivo y correctivo.
- Amplio stock de repuestos Sukida, Honda, Yamaha, Suzuki y Kawasaki.

Distribuidor exclusivo para Costa Rica:



Teléfono: (506) 243-1700 • (506) 243-1745 • www.grupoindianapolis.com

Esquina Noroeste de la Plaza de Deportes La Uruca, San José, Costa Rica.

• Puriscal: (506) 416-6009 • Guápiles: (506) 710-6049 • San Carlos: (506) 473-3396



Tornillos la Uruca. (TORHEMA S.A.)

Por: Tornillos La Uruca

Evolucionando con innovación

Tornillos la Uruca Logró mostrar durante este año su gran crecimiento en la introducción de los nuevos productos, tanto en tortillería como en la amplia línea de proveedores.

Un crecimiento constante, tanto en líneas, como en servicio, han caracterizado a Tornillos la Uruca, durante el 2007. Aceleradamente esta empresa ha ido evolucionando y fortaleciéndose, de la mano con los clientes.

De acuerdo con Javier Rojas, Gerente de Mercadeo y Ventas, en Tornillos la Uruca empezaron hace algunos meses a ejecutar algunos cambios con el objetivo de inyectarle más fuerza y posicionamiento al negocio.

Los primeros en brindarles apoyo de manera incondicional fueron los clientes, así como Elegraf comunicación, que mediante un asesoramiento, fueron parte importante del crecimiento que han desarrollado.

“Nosotros queremos agradecerle en especial a todos ellos que hicieron posible este crecimiento obtenido para la empresa”, comentó Rojas.

Y es que, en Tornillos la Uruca se han enfocado en ir más allá de las ventas, porque para ellos lo primordial es brindar el mejor servicio, por lo que, el criterio de entrega ha sido más directo y eficaz, desarrollándose así, desde hace algunos meses, en muchas zonas del país.

Esta empresa logró establecer un mejor contacto con el cliente, con

el propósito de satisfacer las necesidades de cada uno de ellos.

Javier Rojas explicó que uno de los logros fue el posicionamiento que se está dando en los centros de tornillos, los cuales fueron creados con el objetivo de generar mayor volumen de ventas en cada uno de sus clientes.

Este centro de tornillos ha sido un éxito, porque mediante un orden establecido se ubican los nombres correspondientes para cada tipo de tornillo existente, además, se le brinda a los clientes un asesoramiento, así como charlas técnicas entre otros.

“El enfoque de la empresa fue fortalecernos con nuevos productos, desarrollar los que ya estaban y enfocarnos en otros que pronto vendrán”, dijo Rojas.

En Tornillos la Uruca saben hacia donde van, con las oportunidades y el servicio que se le ofrece al cliente, según el Gerente de mercadeo y ventas, por lo que, se enfocaron en seguir creciendo en nuevos productos.

“La columna vertebral de esta empresa son los tornillos, pero vamos a fortalecernos con más productos ferreteros”, aseguró Rojas.

Toda la línea de productos y marcas Loctite, Skil, Norton, Bosch, Sata, Alunband y Technoflex, son distribuidos por Tornillos la Uruca. Así que si usted busca buen servicio ingrese a www.tornilloslauruca.com y le aseguramos que se sorprenderá.

Desarrollo tecnológico

Tornillos la Uruca pone a disposición de sus clientes el nuevo sitio Web, como parte del servicio.

A todos los clientes se les asignará un código especial, para que por medio de la página de Internet, hagan pedidos, puedan revisar catálogos de productos, así como consultas.

Es importante que los que aun no son clientes se inscriban como nuevos, para que se les otorgue el código correspondiente y sean parte de este desarrollo tecnológico, que definitivamente va a agilizar el servicio.

En Tornillos la Uruca aseguraron que traerán muchas sorpresas para el 2008, como nuevas introducciones de líneas y marcas.

Francisco Vargas, Gerente de importaciones y Javier Rojas, le dicen a los clientes, que esperan seguir contando con cada uno de ellos para el año siguiente, ya que están interesados en seguir creciendo en conjunto con ellos.

“De parte de toda la empresa queremos brindar un agradecimiento total a toda la clientela en general, por el apoyo recibido durante todo este año, deseándole a todos ustedes y a sus estimables familias los mejores deseos en esta navidad y año nuevo, que Dios reine siempre en sus negocios y hogares”, manifestó Javier Rojas.

Gracias Costa Rica por su preferencia.



¿Sabe usted de qué tamaño es su mercado potencial?

En el mundo existe **más de 1 billón**

de usuarios de Internet.

Incremente sus ingresos a través de Internet

Servicios que ofrece EKA Consultores

- Confección de páginas web
- Banners en nuestros boletines semanales y páginas web, visitadas por empresarios de distintos sectores.

www.ekaconsultores.com

Informes
Vanessa Rodríguez.
Tel. (506) 520-0070 ext. 124
vanessa.rodriguez@eka.net



Imprimió dinámica al mercado salvadoreño

La primera edición de Ferretexpo, feria de ferretería, se abrió paso en El Salvador, con una respuesta agresiva por parte de expositores y clientes. Más 150 stands conformaron esta feria.



1



2



5



6



9



13



10



3



7



4



8



11



14



12



15

EN BODEGA

1- Metalco estuvo presente en Ferretexpo. Juan Carlos Jiménez, Gerente de Ventas Internacionales, de Metalco, aseguró que la teja en colores azul y verde tienen una muy buena salida en este país, por lo que era necesario reforzar la presencia con la participación en la feria.

2- Arturo Clark, Elizabeth Soto y Juan José Callejas, fueron los organizadores de la Primera Edición de Ferretexpo en El Salvador.

3- Jaime Rosso de Coflex, también estuvo en El Salvador brindando apoyo a su red de distribución. Agregó que este país registraba muy buena aceptación de los productos.

4- Los representantes de Corona, presentaron en Ferretexpo el nuevo producto para aromatizar la pintura. El producto dura tres meses.

5- José Alfredo López, de la compañía Viduc, mostró las herramientas Makita, en especial, los taladros.

6- Eduardo Acosta de la empresa mexicana Tornillos Ixtapaluca y su comitiva, indicaron que la feria les permitió tener un acercamiento e ingresar con sus productos al mercado salvadoreño.

7- La empresa Eb Técnica de El Salvador, aprovechó la feria para presentar sus novedades, entre ellas su fregadero esquinero.

8- Allan Elizondo, de Irwin, estuvo de paso, en Ferretexpo brindando apoyo a sus clientes. Lo acompaña Jessica Cacao,

Gerente de Producto y Ferretería Freund.

9- Francisco Gálvez y Carlos López de la empresa Empaques y Productos de Plástico de El Salvador.

10- La empresa Durman también se hizo presente en esta feria con el fin de dar mayor fuerza a sus productos e incrementar el grueso de distribuidores.

11- Mary Monroe, de 3M de El Salvador, indicó que estar presentes en una feria de este tipo, además de ser una oportunidad para promocionar productos, les daba mayor presencia.

12- Carlos Gallegos de NT Centroamericana, se mostró muy contento con los logros obtenidos en esta feria, pues llegaron clientes de mucha importancia.

13- Marlene Arévalo, Asesora Comerciales de Amanco de El Salvador, estuvieron atendiendo las múltiples consultas de los clientes.

14- El ingeniero Eduardo Burgos, de Rotoplas, aseguró que la feria era una buena oportunidad para presentar al mercado la variedad y novedad de las fosas sépticas.

15- René Cuellar, Director Comercial de Imacasa de El Salvador, indicó que en la feria presentaron la línea nueva de aditamentos para cacería que muy pronto estará en Costa Rica.

Guatemala también tiene su feria Ferretexpo 2007

El sector ferretero y de la construcción, se congregó en noviembre en Guatemala para participar en Ferretexpo 2007. Expositores internacionales, de Guatemala y de Costa Rica asistieron a la cita con la intención de conquistar más ferreteros.

1- Bticino expuso la variedad de sus líneas en un stand que llamó la atención de muchos de los visitantes.

2- Los productos que la empresa Kimberly Clark ofrece para el canal ferretero, atrajo a muchos propietarios de ferreterías guatemaltecas.

3- La compañía de Pinturas Corona también promocionó todas las novedades que ha lanzado en este año, como por ejemplo, las pinturas con olores agradables.

4- Muchos ferreteros aprovecharon para hacer sus pedidos en la feria, al aprovechar los descuentos que otorgan los mayoristas en este tipo de actividades.

5- La empresa Durman estuvo en Ferretexpo Guatemala, mostrando sus últimas innovaciones.

6- El Grupo El Progreso es uno de las empresas del sector más fuertes en Guatemala. En Ferretexpo estuvo promocionando sus líneas de cemento.

7- Los accesorios para el sector de pinturas estuvieron presentes en la feria con la empresa Meridian. Gloriana Gómez, una costarricense, ayudó en la promoción de los productos.



1



2



3



4



5



6



7



8



9



10



11



12



13



14

8- Carlos Gallego, Gerente General de NT Centroamérica, aprovechó Ferretexpo para mostrar los productos nuevos que posee la empresa, en las líneas de mecates, cadenas y fibras.

9- En Lanco Guatemala, se mostraron felices con los resultados obtenidos por la empresa, en esta feria.

10- Lorenzo Pisano, Vicepresidente de Importadora Kobe (derecha) y Elías Benasayag, promocionaron varias de las líneas que la empresa ofrece a nivel centroamericano.

11- Rolando Gutiérrez, Gerente General de Imacasa Guatemala, se mostró feliz por la gran aceptación que han tenido los productos de la empresa en Centroamérica.

12- Arturo Rosabal, Gerente General de Eagle, mostró la amplia gama de líneas que posee la empresa para el mercado guatemalteco.

13- Juan Manuel Calderón, Gerente General de Ferretería Ferrofer y Herramientas Vikingo, además es distribuidor para el mercado guatemalteco de Protecto. Lo acompaña su esposa Wendy de Calderón.

14- Arturo Clark y Elizabeth Soto, Organizadores de Ferretexpo 2007.

EN BODEGA

Busca incrementar la calidad del servicio

Transfesa renovó flotilla

Ahora las más de 6 mil líneas de productos que Transfesa distribuye en el mercado ferretero, llegarán con mucho más agilidad hasta donde los clientes...

Por Transfesa



“En el servicio está la diferencia, eso lo sabemos muy bien por nuestra tradición. Seguiremos siendo una empresa sólida que crece al lado de nuestros clientes”, afirmó Hernández.

¡Así es! Ya que con una inversión cercana a los ₡125 millones, esta empresa recientemente renovó su flotilla de camiones.

Marco Hernández, Presidente de Transfesa, comenta que “este esfuerzo va ligado al concepto de servicio que hemos desarrollado en el mercado, pues el servicio nos hace comprometernos con nuestros clientes cada día más”.

Los nuevos camiones no solo harán más eficiente la labor de la empresa, sino que proyectarán con más fuerza la imagen que la compañía posee en el mercado.

Hernández dice que en la empresa se han especializado con la entrega a tiempo. “No se trata solo de camiones, es además brindar a los clientes un valor agregado por su confianza en nosotros.

De momento, se trata de 6 camiones, pero en Transfesa tienen la idea de llegar a completar un flotilla de 12 unidades.

En esta empresa son conocedores de los tiempos fuertes de competencia que se avecinan, por eso, con esta renovación, han empezado a dar un paso importante para seguir competi-

tiendo en el mercado.

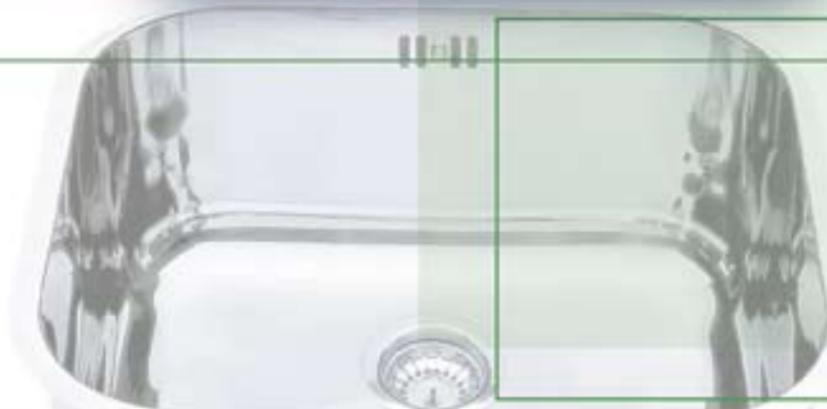
Hernández añade que el servicio que ofrece Transfesa es un elemento diferenciador con el que han conquistado el mercado.

“En el servicio está la diferencia, eso lo sabemos muy bien por nuestra tradición. Seguiremos siendo una empresa sólida que crece al lado de nuestros clientes”, afirmó Hernández.

La empresa espera consolidar esta operación con los 12 camiones lo antes posible, así como desarrollar otras estrategias siempre en beneficio de los clientes. **TYT**

Lo invitamos a ser parte del nuevo lanzamiento de la línea *Innovation Teec* de

TRAMONTINA®



De venta en las principales ferreterías del país.



Distribuidor exclusivo para Costa Rica:

 *Somos los mejores en servicio*
TRANSFESA

10 EXPO FERRETERA

su herramienta de negocios...

aniversario

La exposición más grande de productos ferreteros.

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

Más de 3,000 productos nuevos



6,7,8 Junio 2008
Eventos Pedregal

www.expoferretera.com

Aproveche la oportunidad para encontrar una amplia oferta de proveedores

Ferías, una mina

Hacer un negocio en una feria, puede volver a su empresa mucho más competitiva en el mercado.

Para muchos ferreteros, como lo han dicho en reiteradas ocasiones, estar en una feria significa la oportunidad de poder negociar con ventaja. Tener a muchos proveedores a la mano significa la opción de hasta comparar precios y negocios. Cuando esté presente en una feria, dése primero una vuelta para constatar que los proveedores que necesita están presentes. Posteriormente, saque su lista de productos con los que espera negociar.

Tómese su tiempo, recuerde que los negocios se hacen con el fin de establecer relaciones duraderas. Esto genera confianza para que su mayorista pueda otorgarle más ventajas en el futuro.

Recuerde que los precios de feria, representan las mejores oportunidades del mercado en todo un año.

En TYT, hicimos un sondeo para identificar cuáles son algunos de los proveedores que los ferreteros esperan encontrar en Expoferretera 2008.



¿A qué expositor esperaría o le gustaría más encontrarse en Expoferretera?

Johnny Jiménez

Propietario Ferretería San Rafael, de Cartago
"Me gustaría que esté ahí Abonos Agro, Productos de Concreto y Distribuidora Arsa".

Cristian Rodríguez

Propietario Ferretería El Centro, Coronado
"Me gustaría ver ahí a Importaciones Vega y a Soldaduras LC".

Minor Durán

Gerente de Ferretería Jerisa, Tibás.
"Ojalá que estén presentes los mismos expositores del 2006, porque la feria estuvo excelente. Lo único que pediría sería que amplien más el área de comidas, porque en nuestro caso, este año tuvimos que ir a comer a otro lugar por las pocas opciones. Sería bueno encontrarse puestos de carne asada".

Jorge Cascante

Proveedor Almacenes San Francisco, Limón.
"Nosotros siempre vamos a la Expo por buscar cosas nuevas, así que nos gustaría ver nuevas empresas expositoras el próximo año".

Tómese su tiempo, recuerde que los negocios se hacen con el fin de establecer relaciones duraderas. Esto genera confianza para que su mayorista pueda otorgarle más ventajas en el futuro.



Expositores confirmados hasta el 3/12/2007



Electroválvulas



EN CONSTRUCCIÓN

¿Cómo lograr que sus clientes tengan repellos eficientes?

Tome en cuenta una serie de aspectos para que posteriormente, pueda recomendarlos a sus clientes. Una buena técnica con el producto idóneo pueden hacer la diferencia.

Un repello no debe aplicarse en superficies recién construidas, según recomendaciones de la ingeniera Karla López, Coordinadora del Área de Investigación Competitiva y Tecnología del Concreto del Instituto Costarricense del Cemento y del Concreto (ICCYC).

Para lograr hacer repellos con calidad, tome en cuenta que antes de repellar, se debe realizar un buen pringue con la dosificación adecuada del agregado.

Según López, se puede utilizar perfectamente tanto un material de repello hecho en obra, como uno preparado, sin embargo, en el caso del repello hecho en obra se deben ejecutar algunos aspectos importantes.

Los materiales primero que nada, deben estar en perfectas condiciones, como por ejemplo, indica López, "el cemento no debe encontrarse vencido ni debe estar húmedo". "El agregado fino o la combinación de ellos se deben encontrar limpios de impurezas orgánicas, deben ser de excelente calidad, así como contar con una buena granulometría", indicó la ingeniera del ICCYC.

Respaldo y confianza

Hacer repellos en obra no es tarea fácil, porque la calidad con



que se realicen debe ser la mejor.

Así que, al momento de preparar un repello o mortero en obra, se debe realizar un buen diseño de mezcla, según Karla, la dosificación debe ser por peso, para así garantizar la exactitud de las proporciones.

En el caso de los repellos convencionales, sucede que ocurren desprendimientos, los que suelen ser producto de la mala calidad de los componentes del repello, principalmente de la arena.

Esos casos se evitan realizando un buen pringue para garantizar una buena adherencia, así como cumplir con las recomendacio-

nes supracitadas.

"El mercado nacional, ofrece una amplia variedad en morteros preparados, por lo que la competencia es alta y obliga a los ferreteros a tener de estos productos en sus negocios.

Por ejemplo, desde hace dos meses, en el Depósito el Rafaeleño empezaron a comercializar con un producto para repellar llamado Imperplaster.

De acuerdo con Jorge Esquivel y Mynor Ramírez, Vendedores del Rafaeleño, el producto ha tenido muy buena aceptación por parte del cliente.

"Imperplaster viene en presentaciones de grueso y fino, en sacos de 40 kilos, además rinde 4m²

Jorge Esquivel y Mynor Ramírez, Vendedores del Rafaeleño, afirman que el Imperplaster ha tenido muy buena aceptación entre los clientes y que el mercado es muy dinámico y requiere de este tipo de soluciones.

por saco", dijeron los vendedores.

Este producto es distribuido por Impersa, brindan más trabajabilidad y rendimiento, está garantizado y el precio es accesible.

Daniel Vargas, Administrador del Rafaeleño de Santo Domingo, explicó que ofrecen un respaldo total y servicio post venta. **TYT**

EL DEPENDIENTE

¿Qué facilidades recibe de los proveedores para las épocas difíciles como la cuesta de Enero?



Mauricio Garay, Ferretería GQHerramientas, Heredia. Administrador 5 años de experiencia



Liz Alvarado, Ferretería Soluciones Ferreteras, Pavas. Administradora 2 años de experiencia



Wilberth Varela, Ferretería Comercial, Barva. Vendedor 10 años de experiencia



Carlos Araya, Ferretería Nanán Zúñiga. Vendedor 28 años de experiencia

No recibimos apoyo para esa época. Los proveedores no amplían los plazos, solo para las ferias.

Sí nos dan apoyo, y hasta nos amplían los plazos. Es una época fuerte en la que hay que sacarle provecho a cualquier ventaja.

El propietario siempre trata de mantener un límite con las compras y los pagos los hace de contado, pero los proveedores siempre son considerados y nos apoyan.

El propietario trata de pagar todo casi de contado para mantener un orden, pero si necesitáramos apoyo por parte de los proveedores por supuesto que lo darían, pues son muchos años de tener una buena relación con ellos.



Subimos a 4.500

3.465 personas han solicitado la suscripción a nuestra revista. Por ello, TYT aumentó la circulación a 4.500 ejemplares.

Vea la lista de algunas ferreterías y depósitos que leen TYT en:

www.tytenlinea.com

PRODUCTOS FERRETEROS



Candado Master Lock Disco
70mm #40DPF



Candado Master Lock Cilind Reemp.
63mm #A701D Largo acero sólido



Pintura Spray Aluminio
(Plateado) #80012 Krylon



Pintura Spray Dorado
#80013 Krylon

Distribuye: Transfesa Tel. (506)210-8989



Escaleras de tijera 200 lbs.
Disponibilidad en cinco tamaños, marca Davidson.



Multiherramienta inalámbrica
Taladro, lijadora, esmeriladora, router y viene con cargador de batería, brocas, puntas, cubos y hojas de cegueta. Marca Pro-line y es en 18V.



Pistola de calafateo (silicón)
Con destaqueador de boquilla, con cortadora.



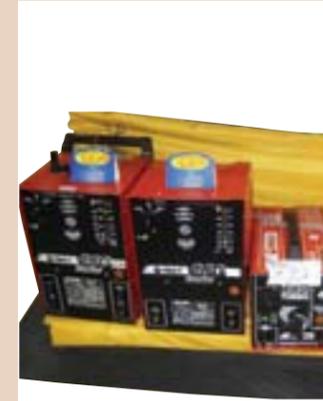
Llaves de chorro y de paso, en 1/2.

Distribuye: Importaciones Camvi
Tel. (506) 260-85-94

Distribuye: Masaca Tel. (506) 244-4044



Power Max
Herramientas de alto rendimiento, taladro de impacto de media, sopladora y caladora.



Máquinas para soldar Helvi
Con cargador de baterías, italianas, con 2 años de garantía.



Malla soldada ferretera
Fácil de transportar. Ancho 1, 22 m, largo 20 m. 24.4 metros cuadrados. Resistencia a la tensión: 5700 Kg/cm2 mín.



Alambre de púas
Púas Corcel III y Vaquero I. Alta resistencia a la ruptura y la oxidación. Cuatro puntas. 5" de separación entre púas.

Distribuye: Ferretería Kadima
Tel. 506) 233-86-84

Distribuye: Agrologos Tel. 464-0590

logrando un nuevo nivel de calidad

- Productos de ferretería
- Aplicaciones decorativas
- Soluciones de Arquitectura

INCO
TODO EN ALUMINIO Y VIDRIO

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

EL FERRETERO

Ferretería J. Roberto Vargas e hijos

Con mucha definición

Es un negocio cien por ciento familiar, existe desde hace 45 años y está ubicado en 5mil m², al costado norte del mercado de Atenas, donde ofrecen al cliente una amplia variedad en materiales de construcción y ferretería. Empezaron en pequeño, vendiendo de todo lo básico en ferretería, en un terreno de 200 m².

En la ferretería J. Roberto Vargas e hijos, trabajan tres de los hermanos Vargas. Juan es el Gerente General, Alvaro es el Gerente de Ventas y Marvin es el Gerente Financiero.

De acuerdo con el Gerente General de este negocio, en esta ferretería han crecido mucho y se han logrado mantener estables a través de los años, gracias al servicio personalizado que brindan y a la agilidad en la

entrega de productos.

“Contamos con una línea completa de transportes. Si un cliente necesita algo que no tenemos, lo conseguimos al instante, si lo solicitan en la mañana lo tenemos en la tarde. Vamos a San José todos los días porque somos muy dinámicos”, contó Juan Vargas.

Esta ferretería va más allá porque tienen clientes no solo en Atenas, según Juan Vargas, entran mucho a Guanacaste y a todo el Pacífico Central. “Vamos mucho a Quepos, Parrita y Jacó” indicó el Gerente. El dinamismo que hay en el segmento hace que en esta ferretería se venda de todo fuertemente, según Juan Vargas, el fuerte en ventas es una combinación de materiales para la construcción y ferretería.

Una línea completa de acabados, maderas, agregados, meta-

les, y todo en ferretería está disponible en el negocio de los Vargas, donde trabajan 32 empleados, que ofrecen al cliente variedad en marcas y en productos.

Construcción y ferretería

Este es un negocio tradicional, donde solo se venden artículos para la construcción o que tengan que ver, únicamente con ferretería. “Siempre he creído que un negocio debe ser bien definido. Por experiencia digo que, no vale la pena meter otros productos porque llegan a quitar esa fortaleza que tiene la ferretería”, dijo Juan Vargas.

Hace algún tiempo, en este negocio comercializaban con repuestos para bicicleta, pero

En Atenas hay una ferretería familiar, caracterizada por brindar un servicio personalizado. Los hermanos Vargas ya tienen proyecciones muy bien definidas para seguir creciendo dentro del mercado, siempre dirigidos a satisfacer a sus clientes.

según el gerente de la ferretería, la experiencia no fue muy buena. “Es que la ferretería es un mercado muy dinámico, que involucra cualquier cantidad de líneas y si uno se pone a meter otras cosas pierde la dirección y se hace mucho enredo”, explicó Vargas. A corto plazo, en la Ferretería J. Roberto Vargas e hijos ampliarán el negocio en 500 metros más, para ubicar una sala exclusiva de exhibición de acabados, según el gerente, introduciendo más producto de decoración.

“Tenemos proyecciones a futuro para seguir creciendo, eso será a muy corto plazo, sin embargo, hay una idea a largo plazo, con planes ya aprobados, pero preferimos no adelantar nada, para lograr el objetivo”, dijo Vargas. **TYT**

En la Ferretería J. Roberto Vargas e hijos, están muy claros hacia donde crecer y para ello, mantienen la filosofía de que el camino es a base de productos meramente ferreteros y de construcción.



EN EL CLAVO



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

Mida y resuelva

¿Cuánto le cuesta al país el mal estado de la infraestructura vial? Esta es una pregunta muy sencilla pero que en este momento los costarricenses no conocemos su respuesta.

Una forma de medir lo anterior, es a través de las horas desperdiciadas que todos pasamos en los medios de transporte para trasladarnos a nuestros lugares de trabajo.

Por ejemplo, si en promedio tardamos hora y media al día (un escenario excesivamente optimista en mi caso), al mes serían 32 horas, lo que convertido en días laborales serían 4. Siguiendo estos cálculos, al año serían 49 días laborales, es decir, más de un mes perdido de trabajo.

Si el salario de los costarricenses

ronda los \$464 (promedio de lo que reciben los trabajadores que cotizan a la CCSS), entonces el costo de esos días perdidos sería de \$758 por persona. Tomando como referencia que la Fuerza de Trabajo es de casi 1,700,000 personas, al año el costo total sería de \$1,288 millones.

¿Mucho dinero verdad? Una forma de iniciar un plan eficiente y de largo plazo para solucionar el problema vial, es fijarnos como sociedad una meta, que puede ser reducir en determinado número de años esas 32 horas al mes que usamos para ir a nuestros trabajos, para que sean digamos "15".

Para llegar a la meta que fijemos, el transporte público juega un

papel fundamental. Imaginemos todos los carros que dejarían de circular si éste fuera un sustituto perfecto de los autos. Para lograrlo, lo primero es modernizar la flota de buses y aunque en principio a todos nos parezca descabellado, destinarles un carril exclusivo, que a fin de cuentas son los que benefician a la mayoría de la población.

Adicionalmente, se puede pensar en un tren urbano que cubra más rutas o por lo menos, que esté en mejor estado.

Mi principal conclusión de todo esto es que para solucionar cualquier problema, primero debemos ser capaces de medirlo. Conclusión que también se aplica perfectamente a su empresa. **TYT**

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
Arcelor Mittal Costa Rica	Karla Gutiérrez	Depto Mercadeo y Publicidad	236-00-39	235-29-25	11042-1000	karla.gutierrez@acerlor.co.cr
Capris	Gerardo Gutiérrez	Gerente de Mercadeo	519-50-00	232-93-53	N.D	gerardo.gutierrez@capris.co.cr
Celco de Costa Rica	Germán Obando	Gerente General	279-95-55	279-77-62	N.D	gobando@celcocr.com
Eaton Electrical	Roger Pérez	Especialista de distribuidores	247-76-09	247-76-83	10156-1000	rogerperez@eaton.com
Estomba S.A	Victor Guillín	Gerente Comercial	307-08-21	N.D	n.D	info@estombacr.com
Festacro S.A	Greivin López	Gerente	447-78-86	447-78-86	N.D	distribuidoragyq@ice.co.cr
Grupo Importador Oriente MK	Juan Nó	Gerente General	290-67-87	290-67-89	N.D	N.D
Grupo Indianapolis	Gabriela Mora	Jefe de Mercadeo	243-17-00	243-17-72	N.D	gabrielamora@grupoindianapolis.com
Henkel Costa Rica	Stewart Chan	Gerente de Ventas	277-48-63	227-48-83	N.D	stewart.chan@cr.henkel.com
Imacasa	Andrés Zamora	Gerente General	293-27-80	293-46-73	N.D	azamora@imacasa.com
Importaciones Camvi JLCR, SA	Cintya Campos	Mercadeo	260-85-94	260-85-97	N.D	soldadlc@ice.co.cr
Inco	Ricardo Martínez	Ejecutivo de Exportaciones	(503)2251-6020	(503)2227-0077	N.D	rmartinez@inco.com.su
Kimberly Clark Costa Rica S.A	Sofía Barquero	Mercadeo	298-31-83	298-31-79	N.D	sofia.barquero@kcc.com
Lanco Harris	Ignacio Osante	Gerente	438-22-57	438-21-62	7898-1000	lancoyharris@racsac.co.cr
Pinturas Alfa	Edgar Hidalgo	Gerente General	433-81-55	433-91-02	891-4050	info@pinturasalfa.com
Productos de Concreto S.A	Adriana González	Comunicación Comercial	205-29-93	205-27-00	362-1000	adriana.gonzalez@holcim.com
Schneider Electric Centroamericana	Ramiro Alvarez	Gerente General	210-94-00	232-04-26	4123-1000	ramiro.alvarez@cr.schneider.electric.com
Sur Química	Eduardo Fumero	Gerente General	211-34-00	256-06-90	234-1150	s.foster.r@gruposur.com
Transfesa	Oscar Martínez	Gerente de Ventas	210-89-89	291-07-31	215-2150	omartinez@transfesacr.com

Centros de Carga y Breakers QO

Protegiendo la integridad de su familia y la de sus bienes

Los interruptores termomagnéticos y centros de carga Square D, son reconocidos mundialmente por su calidad, versatilidad de instalación, seguridad y tecnología. Somos la solución más completa a todas sus necesidades en aplicaciones de protección residencial, comercial e industrial. Por eso somos los más vendidos en USA

Centros de Carga & Breakers QO

Cuando el corazón del sistema eléctrico de todo hogar es el centro de carga; Square D le protege con una extensa gama de interruptores diseñados para entregar una rápida y confiable protección contra sobrecorrientes y cortocircuitos

Interruptor de falla a tierra (GFCI)

Le protege contra riesgos de choque eléctrico por fallas a tierra que pueden ser causados por equipo eléctrico usado inadecuadamente en lugares húmedos

Protección por falla de arco

Con tecnología digital patentada el interruptor termomagnético Arc-D-Tect le provee de una total protección contra amenazas de incendio, provocadas por fallas en el sistema eléctrico

Protección de picos

Proteja su hogar y equipo de los dañinos picos de voltaje con SURGEBREAKER PLUS, diseñado para protección de hasta 60.000 A, además provee protección a las líneas telefónicas y TV por cable



www.schneider-electric.co.cr



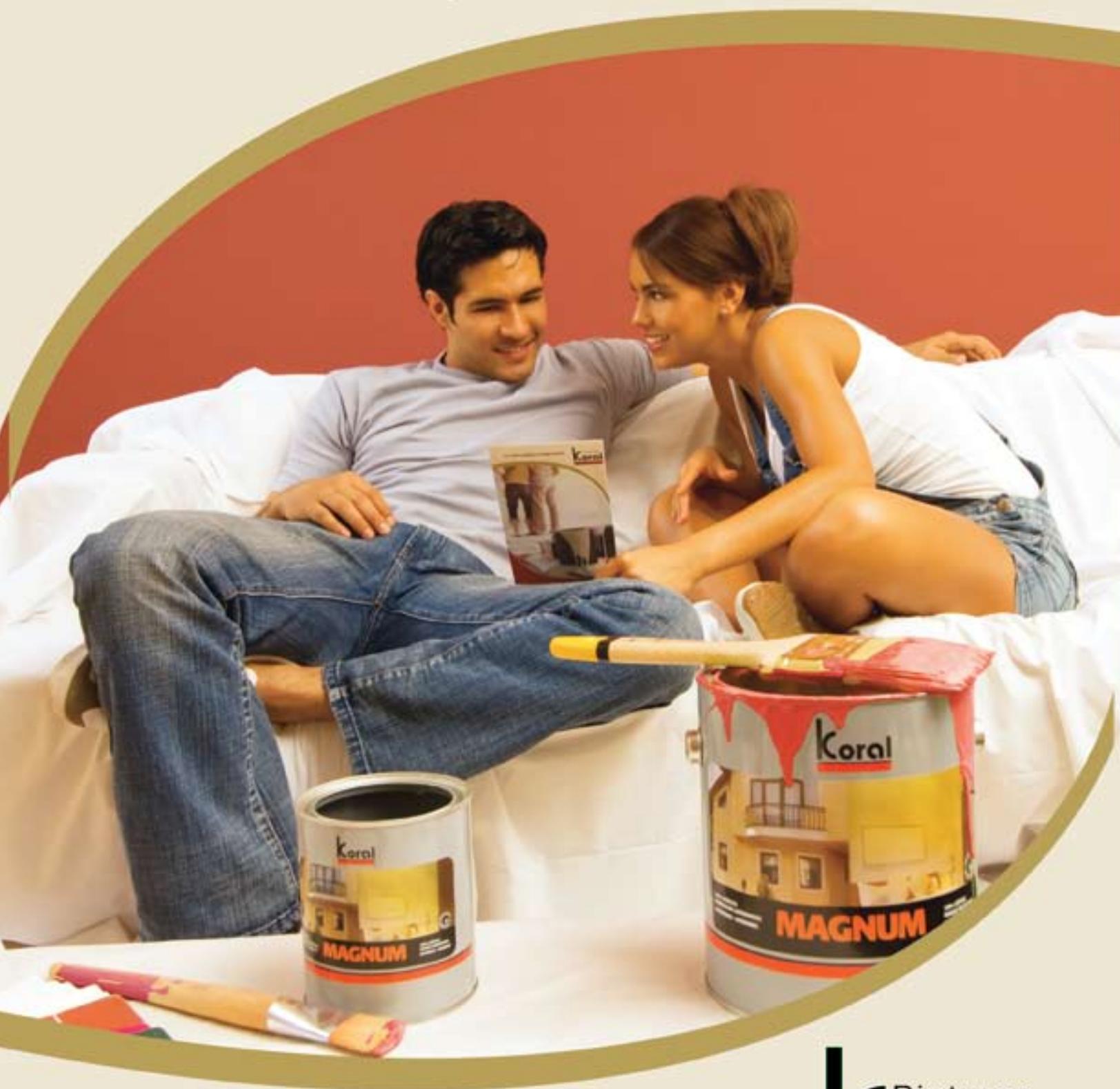
* Los breakers residenciales QO están garantizados de por vida si se montan sobre centros de carga Square D



Building a New Electric World

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

***¡Pasa la brocha, pasa el rodillo...
todo el trabajo se hace sencillo!***



La mejor pintura, al mejor precio

Pinturas
Koral