

tuercas y tornillos

Construcción en la picota P. 25

¿Cómo vender más herramientas eléctricas? P. 17

Panamá abre oportunidades a ferreteros P. 21

Especial de Herramientas manuales P. 29

Materiales Meza, 25 años de crédito sano P. 60



LA REVISTA FERRETERA

www.tytenlinea.com

# Sustituto del hierro, concreto y madera

David Barboza, Gerente General de Productos Verdes, trajo al país un producto a base de polietileno de alta densidad, que permite construir estructuras que originalmente se hacen con madera, concreto o perling, como esta terraza en Santa Ana. P50



ISSN 1409-2301



Porte Pagado  
Port Payé  
Permiso N°130



AGOSTO 2008 / AÑO 13 / NO. 146

# TRAMONTINA



Tramontina Tec es la línea de fregaderos y cubetas en acero inoxidable que llega al mercado con una alternativa de calidad e innovación tecnológica. Tenemos gran variedad de modelos en fregaderos de sobreponer para cocina además de los modelos convencionales, los cuales ofrecen una infinidad de opciones, de fácil instalación. El sistema de fijación con soportes especiales se adaptan a los diversos espesores del mueble sean de granito o madera evitando la filtración.



Departamento de Ventas: (506) 22 10 89 89 • Fax: (506) 22 91 07 31 • ventas@transfesacr.com • Pavas 200m Oeste y 350m Norte del Liceo de Pavas.

# LANCO

# NUEVO

## 1-PART EPOXY™

El único esmalte para piso que combina

### LATEX y EPÓXICO

para darle la resistencia más poderosa e insuperable.



## 1-PART EPOXY™

- Resistente a químicos, aceites y llantas calientes.
- Fácil aplicación de UN SOLO COMPONENTE.
- Secado rápido.



### 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 2438-2257, donde uno de nuestros especialistas le asesorará. [www.lancopaints.com](http://www.lancopaints.com)





## Base Agua

### Magnum 2510

Acabado mate 100% acrílico fabricado con materias primas de alta calidad, antihongos de buen rendimiento y gran poder cubriente, de uso interior y exterior.



### Latex Satinada 2150

Acabado satinado base agua fabricado con materias primas de alta calidad, recomendado para uso arquitectónico en zonas de tránsito moderado, disponible en una amplia gama de colores para uso interior y exterior.



### Latex Profesional 2100

Acabado mate base agua fabricado con materia prima de alta calidad, disponible en una amplia gama de colores de uso interior y exterior.



### Latex Tradicional 2800

Acabado mate base agua fabricado con materias primas de alta calidad para uso interior y exterior disponible en una amplia gama de colores.



### Best Tex 2750

Acabado vinil-acrílico mate de uso decorativo, tanto en interiores como exteriores protegidos.



## Alquídicos

### Esmalte 5300

Acabado alquídico brillante de buena resistencia a la intemperie, de rápido secado y alto brillo.



### Aceite Mate 2400

Acabado alquídico mate fabricado con materias primas de alta calidad, de buen rendimiento y buena lavabilidad, para uso interior y exterior, en amplia gama de colores.



### Aceite Profesional 2200

Acabado alquídico brillante de uso profesional fabricado con materias primas de alta calidad, para uso interior y exterior.



### Aceite Tradicional 2900

Acabado brillante económico, base aceite, fabricado con materias primas de alta calidad, para uso interior y exterior.



## Anticorrosivos

### Anticorrosivo 2300

Primario-acabado en uno, de base alquídica, ideal para la protección de hierro negro o acero al carbón, en amplia gama de colores.



### Anticorrosivo Aluminio 2300-800

Primario-acabado anticorrosivo por barrera con escamas de aluminio que brinda un aspecto metalizado.



### Tipo Cromato de Zinc 2310-171 Tipo Minio 2310-307

Primario de alta calidad formulado con pigmentos anticorrosivos y resinas alquídicas.



## Selladores

### Rain Block 547

Impermeabilizante base agua con propiedades elastoméricas de excelente adherencia sobre cualquier tipo de sustrato previamente preparado.



### Seal Block 520

Sellador y acabado en un mismo producto con poder antihongos, de una elasticidad de un 100% de elongación, resistente a la alcalinidad, controla el mapeo y micro fisuras.



### Sellador para Concreto 521

Sellador base agua de uso generalizado, altamente resistente a la alcalinidad de color blanco, que permite el ahorro en manos de pintura de tonos pastel y base media.



Pinturas  
**Korral**

**La mejor pintura, al mejor precio**

## En nuestra próxima edición

SETIEMBRE

### TYT 147

Los grandes importadores y mayoristas de TYT

TYT da a conocer el ranking de mayoristas más importantes del sector a través del voto de sus clientes dentro de las categorías más importantes de productos del mercado.

Además: Especial de abrasivos

¡Corte, desvaste y lije por lo sano! Sáquele el jugo a esta edición dando a conocer la ventaja que poseen sus productos abrasivos

Cierre comercial: 25 de Agosto  
Para anunciarse

Gabriela Alpizar  
gabriela.alpizar@eka.net  
Cel. 8831-2296

Braulio Chavarría  
braulio.chavarría@eka.net  
Cel. 8372-1192

### Suscríbese Gratis

Si usted pertenece al sector ferretero o de construcción puede suscribirse gratis a TYT por cualquiera de estas vías:  
suscripciones@eka.net  
www.tytenlinea.com  
Tel. 2520-0070 ext. 124 o 152

Circulación 4,500

ejemplares. Suscripciones solicitadas 3,801.

# CONTENIDO



En Guanacaste, la construcción mantiene su actividad, pero los ferreteros se mantienen vigilantes ante lo que podría darse para el 2009. Foto cortesía: CCC

#### 12 PINCELADAS

#### 24 EL EXPERTO

¡Venta exhibiendo!  
Por Juan Carlos Quirós  
Tool Town

#### 22 MERCADEO

#### La estrategia de ventas

En la actualidad, toda organización competitiva, cualquiera que sea su naturaleza, basa su gestión y funcionamiento sobre un concepto que se considera fundamental: la estrategia.

#### 18 CENTROAMÉRICA

Movimientos del mercado ferretero y de la construcción en la Región. ¿Qué ventajas encontró en Expoferretera? ¿Qué ideas aplicaría en el negocio? ¿Por qué visitar una feria?

#### 25 EN CONCRETO

#### Construcción en la picota

Mientras las instituciones encarga-

das de supervisar la construcción del país, se muestran optimistas para el segundo semestre, ferreteros de varias zonas del país, advierten que la situación empieza a ponerse cuesta arriba.

#### 29 ESPECIAL HERRAMIENTA MANUAL

Capris • Importaciones Vega G&Q • Importadora América Tornillos La Uruca • IRWIN International Hardware Corp.

#### 44 PERFIL

#### Multifrío

¡Se buscan distribuidores de aires!

#### 46 EN BODEGA

#### Tania

Calidad demostrable

#### 54 PRODUCTOS FERRETEROS

#### 50 EN CONSTRUCCION

Nuevo material sustituto del hierro, concreto y madera...

Polietileno de alta densidad

#### 52 HÁGALO USTED MISMO

Otras aplicaciones del Duretán

#### 60 EL FERRETERO

#### Materiales Meza

Crédito sano = poder de negociación

#### 56 EL DEPENDIENTE

¿Qué hace cuando le piden un producto para el que no tiene información?, ¿Cómo se capacita?



Nuevo producto: polietileno de alta densidad.

# EL MACHETE #1 EN CENTRO AMÉRICA



EL MACHETE LEGITIMO CON LA MARCA



**RECONOZCALO !**  
Y EXIJA LA CORNETA  
ESTAMPADA EN LA HOJA  
SI NO TIENE LA CORNETA  
ESTAMPADA EN LA HOJA  
NO ES CORNETA



original

## DISTRIBUIDORES AUTORIZADOS EN COSTA RICA

ACUÑA Y HERNÁNDEZ S.R.L.  
100 mts. Este y 300 Sur de  
la estación de servicio  
de San Rafael de Heredia.  
Tel: 2262-1414 • Fax: 2262-1414

IMPORTACIONES MASACA  
800 mts. Oeste de la  
Guardia Rural de Santa Rosa de  
Santo Domingo, Heredia.  
Tel: 2244-4044



## DEL DIRECTOR EDITORIAL

Hugo Ulate Sandoval  
hugo.ulate@eka.net

# ¡A entender los ciclos de la economía!

Vaya avalancha se ha venido para muchos en estos días. Por un lado, el aumento en el precio de los combustibles y por el otro, las fluctuaciones del dólar.

En este nuevo sistema de bandas cambiarias, muchos buscan cómo protegerse, como el caso de algunos exportadores que fijaron sus precios en el techo de la banda, para no tener que acarrear pérdidas ante una nueva revaluación del colón.

Aquí la pregunta que surge es: ¿cómo puede protegerse el sector ferretero y de la construcción, ante los embates de la economía? Y es que por un lado, por ejemplo, el precio del petróleo afecta directamente los precios de los materiales de construcción, pues los costos de transporte y las materias primas se incrementa y por otro lado, las fluctuaciones del dólar también incide directamente, por ejemplo,

en materiales como el hierro... Cualquiera podría decir que la "salvación" estaría con tener una bodega para almacenar la mayor cantidad de materiales y cuando vengan los aumentos, ganarse la diferencia: compre ayer a 100 para vender a 125; y hoy el precio subió a 125, para vender a 150, por lo que me ganaré, por tener almacenado, 50 en vez de 25. Bueno, pero ¿por cuánto tiempo?

Sin embargo, para quienes piensan así, o creen que esta política es efectiva aunque lo puede ser por unos días-, necesariamente, tarde o temprano, el ferretero tendrá que soportar el incremento de los precios y de una, trasladarlo a sus compradores. Esto sin contar con que de repente, se puede topar con que haya una escasez en el mercado y las ganancias que fueron hoy, se perdieron mañana, al no contar con el producto.

Hay que entender el comportamiento económico del mercado: los productos están subiendo casi todos los días, por lo que una estrategia eficaz es preparar a los compradores, advertirles sobre la dependencia de los mercados internacionales y de los movimientos de los agentes económicos del país.

Las economías no son estáticas y siempre están en movimiento. Precisamente, las crisis, en cualquier mercado, ayudan a volver a la estabilidad, siempre y cuando el dinamismo entre la oferta y la demanda no se detengan, los compradores sigan adquiriendo productos y los ferreteros ofreciendo cada vez más alternativas.

Sea claro con sus clientes y empiece por decirles que los precios que mantenía en sus cotizaciones por un mes, hoy quizás tan solo, lo puede hacer como máximo por una semana.

## 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

### Diseño y diagramación

Iranía Salazar Solís  
Erick Alvarado Rojas

### Asesores Comerciales

Gabriela Alpizar  
gabriela.alpizar@eka.net

Cel. 8831-2296

Braulio Chavarría

braulio.chavarría@eka.net  
Cel. 8372-1192

### Colaboradores

Milagro Arias

### Circulación

Melanie Töebe  
Yariela Duarte

suscripciones@eka.net  
Tel. 2520-0070 ext.124 y 152

### Fotos portada

Frank Guevara

# Uno de estos productos tiene garantía de calidad

# ¿Puede identificar cuál?



Todos los productos ferreteros pueden verse igual y costar menos pero la calidad de materiales, el control de calidad, el prestigio que da una empresa consolidada y la garantía que brindan los productos de Eagle Centroamericana no se pueden igualar.  
**No arriesgue su seguridad por unos pocos colones.**

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

Sodimac se encuentra desarrollando una activa gestión de Recursos Humanos  
Ventas se desploman ante las alzas en materiales de construcción  
U.S. Steel se disparó más de un 15% tras publicar resultados  
Aplicaciones del Duretán  
Limpiadora a vapor para varias superficies



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

Tel. 2520-0070 Fax. 2520-0047

Apartado 11406-1000  
San José, Costa Rica



Búsquenos en su distribuidor o ferretería preferida

Tel: (506) 2261-1515



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

Águila es una marca de Eagle Centroamericana

## INDEX Empresas y personas en esta edición

### A

Abonos Agro 29, 55  
 Acuña y Hernández 29  
**Ali Cantillo 16**  
 Ali Industries 55  
**Allan Elizondo 38**  
 Almacenes Corona 21  
 Almacenes Unidos 56  
 Almacén y Ferretería R Y R 16  
**Alonso Estrada 29**  
**Andrés Zamora 29**  
 Asociación de Ferreteros de  
 Nicaragua 19

### C

Cámara de la Construcción 27  
 Capris 29, 34, 38  
**Carlos Augusto Rendón 23**  
**Carlos Esquivel 29**  
 CFIA 26  
 COFERSA 29  
 Cooper and Tools 29

### D

**Damaris Azofeifa 13**  
**David Barboza 50**  
 Departamento de Iluminación 13  
 Depósito de Materiales y Ferretería  
 La Carreta 25  
 Depósito Los Ángeles 15  
 Diego Cubero 56  
 Distribuidora Tesaya LLC 46  
 Do it 21  
 Do It Best 13  
 Do It Center 44

### E

Easy 21  
**Edwin Castillo 51**  
 Electro Beico 44  
**Elías Benasayag 46**  
**Enrico Targa 19**  
 EPA 44  
 Estomba 54  
**Evelio Castro 56**  
 Expocerámica 12, 55

### F

Ferrería Xiomara 25  
 ferretería Acosta, 52  
 Ferretería Brenes 15

Ferretería Danis 15  
 Ferretería Guillén Uribe 51  
 Ferretería Martínez & Rodríguez 51  
 Ferretería Millenium 20  
 Ferretería Pachicha 51  
 Ferretería Quemoy 56  
 Ferretería Quincho 56  
 Ferretería Rojas y Rodríguez 25  
 ferretero Materiales Meza 60  
 Ferrofer 18

**Francisco Calderón 17**  
**Francisco Herrera 29**  
**Freddy Rodríguez 25**

### G

Geancarlo Prado 56  
 G&Q 14, 29, 42  
 Greivin López 29, 42  
 Grupo Int. Inca 29  
**Guillermo Cambroner 16**

### H

**Héctor Blanco 25**  
**Héctor Saady Urquía 20**  
**Holder Rodríguez 51**  
**Horacio Acosta 52**

### I

Imacasa 29  
 Importaciones Camvi 29, 40  
 Importaciones Vega 17, 29, 54  
 Importadora América 36  
 Indianapolis 29  
 International Hardware Corp 40  
 Irwin Herramientas Industriales 38

### J

**Javier Rojas 29**  
**Javier Velásquez 29**  
**Jorge Espejo 23**  
**Jorge Gómez 18**  
**José Antonio Meza, 60**  
**José Antonio Quesada 56**  
**José Rodríguez 29**  
**José Schifter 29**  
**Juan Carlos Quirós 24**  
**Juan Chaves 16**  
**Julio Salas 25**

### K

**Karen Granados 36**

Kemiko 29  
 Koby Manufacturing Company 46

### L

**Laura Fischer 23**  
**Luis Angel Acuña 29**  
**Luis Carlos Barquero 29**

### M

Maderas Garabito 56  
**Manuel Chinchilla 14**  
**Marco Romero 29**  
 Masaca 29  
**Massoud Gougani 29**  
 Materiales Villa 15  
 Mauricio Guerrero 16  
 Mega Líneas 52  
**Miriam Santos 20**  
 Multifrío 44

### N

**Nanán Zúñiga 15**  
**Niki Sciamanna 29**

### O

**Oلمان Vargas 26**

### P

Por Importaciones Vega 32  
 Por Tornillos La Uruca 30  
 Productos Verdes 50  
 Proveeduría Total 29

### R

**Rafael Vargas 29, 32**  
**Randall Campos 29, 40**  
**Randall Murillo 27**  
**Rebeca Arroyo 12**  
**Roberto Alvarado 29**  
**Ronny Alfaro 16**  
 Rosejo 29  
**Rosny Zamora 46**

### S

**Salo Ponchner 44**  
**Silvia Alpizar 29**  
 Sorie internacional 29

### T

Targa Industrial 19  
 Tool Town 24  
 Torneca 16, 29  
 Tornillos La Uruca 29  
 Transfesa 38, 54

### U

Unidos Mayoreo 29

### V

**Víctor Cordero 52**

### W

**Werner Ossenbach 29**  
 www.mercadeo.com 23

### Z

**Zaida Mendoza 51**

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.



Activa el código que viene en la caja de los centros de carga QO al teléfono **2290-9909** por medio de mensaje de texto (SMS) al código **7474** o en nuestra página web [www.schneider-electric.co.cr](http://www.schneider-electric.co.cr) junto con tus datos personales y así quedarás participando automáticamente.

## PINCELADAS

Por: Expocerámica

### Expocerámica se expande al área de mayoreo

¿Le ha pasado que sus clientes cada vez más le piden mayores opciones en decoración, por ejemplo grifería, tinas para baño, loza? Y que muchas veces, lamentablemente, no ha podido satisfacerlos porque no tiene a la mano un proveedor que disponga de todos esos productos de una forma accesible.

Sin embargo, ahora las cosas pueden cambiar para su negocio, ya que Expocerámica ofrece a las ferreterías la oportunidad de contar con productos de alto valor que combinan calidad y estética.

Expocerámica nació en e 2003, en Ciudad Quesada, y en este momento cuentan con sedes en Santa Ana, Curridabat, Cartago, Liberia y Jacó.

Entre los productos que están ofreciendo al sector ferretero se encuentran: loza sanitaria, cabinas de vapor, grifería, tinas de baño

con y sin sistemas de hidromasaje, entre otros.

Según Rebeca Arroyo de Expocerámica, "atendemos este mercado a través de nuestros representantes de ventas quienes visitan las ferreterías y depósitos de materiales de todo el país".

"Se trata de productos garantizados, totalmente probados y para los que se cuenta con todo el stock tanto en accesorios como en repuestos", señala Arroyo.

Afirma que entre las ventajas que puede encontrar un ferretero al distribuir estas líneas se encuentra: precios atractivos, variedad, políticas de crédito accesible, personal de apoyo en cada una de las sedes.

Incluso en la empresa ofrecen toda la ayuda y apoyo para los ferreteros que deseen acondicionar una sala de exhibición con estos productos.

"Cuando un cliente de uno de nuestros distribuidores adquiere una cabina, por ejemplo, brindamos todo el soporte técnico que se requiera", añade Arroyo.



Estos productos forman parte de la oferta que Expocerámica tiene para el sector ferretero.

## Cartas

### Estimados señores

Soy Damaris Azofeifa, Encargada del Departamento de Iluminación de Do It Best, Lagar Jacó. Quisiera comentar que me agradó mucho leer el artículo: "La diferencia de vender más" aparecido en la revista TYT.

Los felicito. Se nota que el autor es una persona de amplios conocimientos en mercadeo y ventas, por lo que con todo respeto, agradecería me brindaran información sobre dónde puedo obtener más de sus artículos, que serían de gran ayuda, por el área en la que trabajo, que como comprenderán, tiene gran magnitud de ventas y cada día se expande más.

Muchas gracias por su atención y espero su pronta respuesta.

### Damaris Azofeifa E.

El Lagar Jacó.

Tel.2643-3054 Ext.108

dazofeifa@ellagar.com

R/ Estimada señora Azofeifa, para consultar más artículos puede acceder nuestras ediciones anteriores, a través de nuestro sitio web: [www.tytenlinea.com](http://www.tytenlinea.com)

## Videos y audios en

# tytenlinea.com



Las noticias del mercado e información de interés también se pueden escuchar y ver por medio de la sección de videos y audios, en tytenlinea.com.

### Estos son los últimos audios:

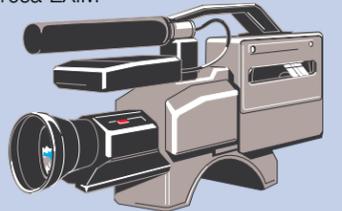
Paul Raines, Vicepresidente de Home Depot habla con TYT

¿Cómo vender más herramientas eléctricas?

Abonos Agro analiza el mercado

### Y estos los últimos videos:

- Aplicaciones del Duretán
- Limpiadora a vapor para varias superficies
- Fallamiento de Bloques de Concreto
- Nuevos productos de la empresa EXIM
- Equipos para mantenimiento de jardín a batería
- Herramientas neumáticas para clavar en madera



# EXPO Cerámica

La **Innovación** está ahora a **su alcance**

En **Expocerámica** le ofrecemos variedad de acabados para **su negocio:**

- Paneles de ducha
- Cuartos de ducha
- Loza Sanitaria
- Grifería
- Listelos y cenefas
- Cabinas de vapor
- Tinas con hidrosistema
- Muebles para baño
- Pisos y azulejos cerámicos
- Variedad de piedras naturales

**Precios Especiales para Mayoreo**

Contáctenos — Tel: (506) 2203-3004  
Fax: (506) 2203-4303  
Santa Ana, 700 m este de Forum

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

© Aplícan restricciones.

## Tanques para agua y fosas sépticas

**Ahora con accesorios mejorados**

**eco tank**

**REPRESANTACIONES PETRINI**

Tel: (506) 2227-3722  
Fax: (506) 2226-5218  
info@lacasadeltanque.com  
ecotank@lacasadeltanque.com  
Apdo. 1412-1011 San José, Costa Rica

la casa del **TANQUE**

## PINCELADAS

### G&Q estrena gerente

G&Q nombró como gerente de ventas a Manuel Chinchilla para sus operaciones en el país.

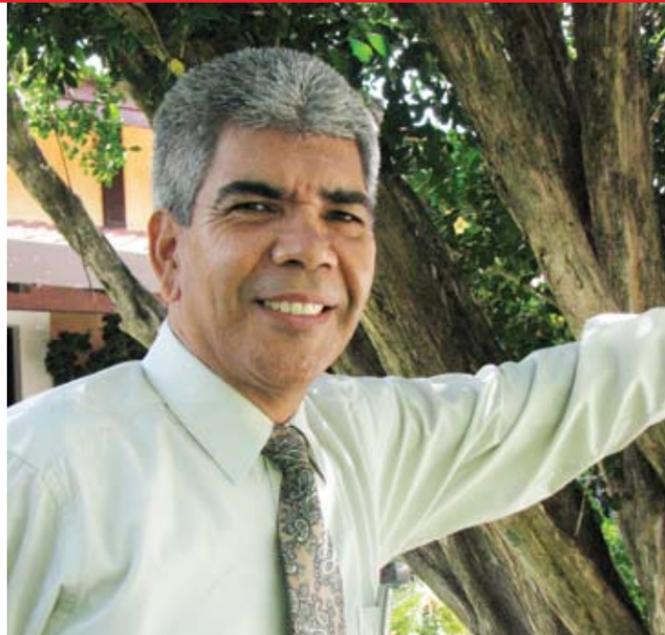
Chinchilla es el encargado de dirigir el equipo de ventas de la empresa que es distribuidora de los productos marca Hunter.

“El mercado ferretero es muy dinámico y está surgiendo mucho por lo que requiere toda la atención que podamos darle”, afirmó Chinchilla.

El nuevo gerente mencionó que tratará de sacar provecho de la ventaja que posee G&Q “de ser un proveedor con muchas solu-

ciones, lo que le facilita las cosas a los ferreteros, pues con un solo mayorista puede solventar muchas de sus necesidades de producto”.

Mencionó que la proliferación de nuevas ferreterías en muchas zonas del país, así como la tendencia del ferretero de basarse en el esquema de autoservicio, son condiciones que tratarán de aprovechar al máximo. “Nuestro interés es dar un servicio de calidad a nuestros clientes y a los nuevos que podamos hacer en el transcurso de nuestra gestión”, finalizó Chinchilla.



Manuel Chinchilla, es el Gerente de Ventas de la empresa G&Q. Afirma que el dinamismo del sector ferretero ha hecho que éste sea más competitivo.

## PINCELADAS

### San Marcos no teme a la competencia...

¿Qué haría usted si la mayor cantidad de compradores de artículos para ferretería y materiales de construcción, estuvieran fuera del área de su negocio y más cerca de su competencia? ¡Respuesta difícil!

Sin embargo, para Marcos Núñez, Propietario del Depósito y Ferretería San Marcos, eso no es un problema, es todo un reto que enfrenta a base de llevar un buen registro de clientes, de saber interpretar lo que éstos necesitan y otras estrategias.

Y es que este negocio se ubica en Barrio Fátima de Heredia, a más de 600 metros del centro donde se encuentran ferreterías

grandes como Ferretería Brenes, Nanán Zúñiga, Depósito Los Ángeles, Ferretería Danis, Materiales Villa, entre otros.

“Todos son competencia, es cierto, pero trato de tener precios iguales a los que ellos manejan y de negociar con los proveedores para que me ofrezcan condiciones iguales”, afirma Núñez, quien además de ferretero, es administrador de empresas.

Dice que también posee la ventaja de que a muchos clientes ya no les gusta entrar a los centros de ciudad, pues se encuentran con presas, problemas de estacionamiento y

otros problemas que no enfrentan en su negocio.

“En el lugar que me encuentro no hay mucha construcción, pero es un barrio de mucha reparación. Sin embargo, tengo clientes que se dedican a urbanizar, gracias a los precios que tenemos”, sostiene Núñez.

En su negocio, que mide más de mil metros cuadrados, atiende alrededor de 500 clientes por semana y afirma que algo de lo que más vende son los materiales de construcción y en la parte de ferretería, para esta época, todo lo que tenga que ver con reparar goteras.



“Saber negociar con los proveedores para tener buenos precios ha sido un arma fuerte para competir”. Marcos Núñez quien hace cuatro años y medio decidió abrir el Depósito y Ferretería San Marcos, en Heredia,



### Guantes G40 Nitrilo Púrpura

#### Cubiertos con Espuma

- Excelente destreza en trabajos con objetos pequeños
- 25% más de productividad vs los guantes de cuero
- Recubiertos con nitrilo sirviendo como aislante de corriente de bajo voltaje
- Brindan un excelente agarre inclusive en aceite y grasa

#### Usos Comunes

- Ensamblaje de piezas pequeñas
- Ensamblaje automotriz
- Manipulación de materiales
- Labores de almacén, envío y entrega de mercancías

**KleenGuard**  
BRAND

Más información: (506) 2298-3183 / [www.kcprofessional.com](http://www.kcprofessional.com)

**MADECO PURA CALIDAD**

# CG COPPER GROUP

## EDINA

TODO EN TUBERIAS DE COBRE  
ROLLOS, TRAMOS RECTOS Y CAPILAR

San Rafael de Escazú  
C.C. Plaza del Valle,  
local N°6,  
San José Costa Rica  
Tels: 506 2289 8782  
506 2289 9698  
Fax: 506 2288 2774  
[info@copperandtools.com](mailto:info@copperandtools.com)

## PINCELADAS

### No hay quinta "mala"

Así de simple. Torneca ratificó que no hay quinta mala, después de celebrar su V Feria Oportunidades Ferreteras, con la convocatoria de más de 500 ferreteros provenientes de todas partes del país. Torneca aprovechó esta edición para mostrar a sus clientes las últimas novedades en herramienta Truper, tornillería, productos Morse y herramienta eléctrica Milwaukee. Ronny Alfaro, Gerente de Almacén y Ferretería R Y R de Sarapiquí, indicó que este tipo de actividades hay que aprovecharlas, sobre todo para observar productos nuevos y buscar descuentos. Como clientes de Torneca se mostraron complacidos con la invitación e incluso, Alfaro afirmó que el viaje desde Sarapiquí valió la pena por lo que pudieron comprar y las ventajas que obtuvieron.

Juan Chaves, Vendedor de Torneca, Ronny Alfaro, Gerente y Randy Alfaro, Sub Gerente, de Almacén y Ferretería R Y R de Sarapiquí. Los acompañan sus familiares Mauricio Guerrero y Guillermo Cambroner, en la V Edición de la Feria Oportunidades Ferreteras de Torneca.



Alí Cantillo, del Departamento de Mercadeo de Torneca, aseguró que en las ferias anteriores, los clientes han respondido y les han dado todo el respaldo, y para esta V Edición no fue la excepción., "Agradezco a los clientes que nos

acompañaron en los cuatro días de feria. Para nosotros, es un apoyo de muy alto valor", indicó Cantillo. Esta feria, Torneca la celebró a fines de mayo, del 22 al 25, en sus instalaciones en San José centro, en Avenida 10.

## PINCELADAS

### ¿Cómo vender más herramientas eléctricas?

Recientemente, en una capacitación promovida por Importaciones Vega, e impartida a todos los encargados del departamento de herramientas eléctricas de todos los Lagar del país, se dejaron en claro algunas estrategias básicas para vender más de estos productos.

Siendo este uno de los departamentos, junto con el de pinturas, que más rotación poseen en las ferreterías, es importante reforzar todo lo que tenga que ver con la venta.

Interrogar al cliente. Preguntar qué tipo de herramienta eléctrica necesita y qué tipo de uso le va a dar, e incluso indagar a qué se dedica el comprador.

Encontrar cuáles son las necesidades reales del cliente.

Recomendar la herramienta adecuada para el uso que se le vaya a dar.

Francisco Calderón, Gerente de Marca de Importaciones Vega y experto en herramientas eléctricas, sugiere que dependiendo de las respuestas del cliente, así debe ser la herramienta que se recomiende: doméstica, profesional o industrial.

"Es cierto que en este país se vende mucha herramienta eléctrica, pero igualmente, en muchas ferreterías enfrentan con el problema de las devoluciones por el mal uso que le dan los clientes y esto pasa por no dar un asesoramiento adecuado. No se trata de vender por vender o de vender más, sino de darle al comprador un producto que le vaya a solucionar las necesidades", puntualizó Calderón.

Una buena parte de distribuidores de herramientas eléctricas se han preocupado por incentivar la venta por medio del sistema de



En una de las capacitaciones que se brindó a todos los encargados de los departamentos de herramientas eléctricas de El Lagar, se dejó en claro que para vender más de estos productos, la clave está en brindar al cliente una buena asesoría.

"push money", donde quien vende, en la ferretería, gana una comisión.

Sin embargo, esto ha generado que muchas veces se entre en el problema de vender a toda costa, dejando la asesoría del cliente de lado.

El ferretero pierde porque el cliente ve sus necesidades mal satisfechas y el distribuidor por el elevado costo que significa tener herramientas en los talleres o reemplazarlas por garantía.

**PINTURAS ALFA**

Esmalt Univers 2000

Anticorro

Fast Dry 3000

6800 ROSIVO al agua

EXCELENCIA, CALIDAD Y COLOR EN ACABADOS INDUSTRIALES.

EDGAR HIDALGO S.A. • e-mail: [info@pinturasalfa.com](mailto:info@pinturasalfa.com) • Tel.: (506)2433-8155 • Fax: (506)2433-9102

ArcelorMittal  
soluciones de acero  
para Centroamérica  
y el Caribe

Varillas

Alambre

Vigas

ArcelorMittal

ArcelorMittal Costa Rica  
Aceros Largos  
San José, Costa Rica.  
Tel: (506) 2205 8900 fax: (506) 2205 8999  
E-mail: [info@arcelor.co.cr](mailto:info@arcelor.co.cr) - [www.arcelormittal.com/costarica](http://www.arcelormittal.com/costarica)

# Noticias de Centroamérica



Guatemala



Nicaragua



## Ferrofer busca expandirse a la región

y ensamblada en China, y además otros productos, pero en menor cuantía, como grifería, línea eléctrica.

Ferrofer cuenta con dos sucursales en la Zona 9 y 10 de Ciudad de Guatemala y posee 16 agentes de venta para atender todo el país.

Jorge Gómez, su Gerente de Operaciones, indica que en este momento la compañía posee alrededor de 10 mil clientes de los que cerca de 6 mil son ferreterías.

Gómez asegura que en este momento, la herramienta que representan tiene un buen posicionamiento en el mercado "chapín", a pesar de que competidores fuertes como Stanley también otorgan muchas ventajas a los ferreteros.

Asegura que actualmente están en un proceso de expansión. "Esperamos estar en Honduras y El Salvador y además, nos interesa también

Costa Rica".

El gerente dice que en Guatemala registran ventas mensuales cercanas a los 7 millones de quetzales (cerca de 94 mil 200 dólares).

"Al haber tantas ferreterías, hay mucha competencia, por lo que tanto mayoristas como detallistas debemos ser muy agresivos, pero si hay algo que caracteriza al sector es la lealtad en las negociaciones".

Dice que una de las garantías de venta que poseen es estar por ejemplo en la cadena Wal-Mart.

"Sabemos que hay mucha oportunidad de crecer tanto en Guatemala como en la región, por eso nos gustaría encontrar oportunidades con distribuidores por ejemplo en Costa Rica", dice Gómez.

Esta empresa posee sitio en Internet: [www.ferrofer.com.gt](http://www.ferrofer.com.gt) donde se detalla más de las herramientas y productos que comercializa.

**Guatemala.-** Ferrofer es uno de los mayoristas que atiende el mercado guatemalteco desde hace más de 30 años. Su fuerte son la herramienta manual de la marca Vikingo, que es de tecnología alemana

## 600 ferreterías dominan mercado de Nicaragua

**Nicaragua.-** Después de los cambios políticos de los años 90, Nicaragua ha experimentado un lento, pero constante resurgimiento económico, pasando de ferreterías con un máximo de 100 productos y con limitaciones de calidad, variedad en estilos y tamaños a más de 5000 productos.

Según la Asociación de Ferreteros de Nicaragua (Afenic), el país cuenta con más de 600 ferreterías, la gran mayoría son empresas pequeñas y familiares, mientras que las pocas grandes tienen sucursales en la mayoría de cabeceras departamentales.

"Las cosas ahora son más fáciles. El ferretero nicaragüense es un empresario que le gusta el negocio y que está dispuesto a desarrollarse más, a través de la oferta de proveedores que cumplan sus expectativas", afirmó Enrico Targa, Presidente de Afenic y de Targa Industrial, empresa nicaragüense.

Asegura que por ser un sector que está en constante desarrollo, la entrada de proveedores es bastante aceptable, contribuyendo fuertemente al desarrollo del gremio.

"Hay empresas ferreteras muy agresivas y aunque somos un mercado en expansión, representamos mucha atracción tanto para proveedores nacionales como extranjeros", dice Targa.

Sobre la posibilidad de ingreso de proveedores costarricenses y el desarrollo de otros negocios como la instalación de sucursales, afirma que el país está en la mayor disposición de recibirlos.

"Nicaragua tiene muchas ventajas para las empresas y aunque de momento somos un mercado pequeño, vamos por buen camino y estamos creciendo. Por la cercanía en la que estamos, ambos países podrían beneficiarse mayormente con negocios a nivel ferretero".



Enrico Targa, Presidente de Afenic, afirma que aunque es pequeño, el mercado ferretero nicaragüense está en constante crecimiento. Lo acompaña su hijo Enrico.

T PLANA	CURVA PLANA	CURVA EXTERNA	CURVA INTERNA	ACOPLE RECTO	ACOPLE CERRADO

Material PVC  
Procedencia Argentina  
Color Blanco

Distribuidor exclusivo para Costa Rica de canaletas Asanno  
Tels: 2285-2685 · 2285-2785 · Fax: 2285-2885, Guadalupe, San José.

**CLOSETMAID**

NUEVO CLIENTE  
APROVECHE DESCUENTO  
ESPECIAL ESTE MES

CALIDAD  
GARANTÍA  
DE REEMPLAZO  
Y FÁCIL DE INSTALAR



VARIEDAD DE  
MODELOS



Distribuidor en Costa Rica  
Tel. (506) 2256-8680

# Noticias de Centroamérica

## Ferreteros "catrachos"



Honduras

**Honduras.-** Honduras es considerado un mercado difícil por las constantes alzas y escasez que deben enfrentar los participantes del sector de ferreterías y materiales de construcción.

Sin embargo, para Miriam Santos y Héctor Saady Urquía, Propietarios de la Ferretería Millenium de este país, estos obstáculos se pueden enfrentar teniendo los proveedores y el servicio adecuados.

Estos empresarios poseen un negocio de 1000 m<sup>2</sup> y una bodega con la misma área y cuentan con 18 empleados.

"Este mercado está en desarrollo, pero sentimos que vamos por buen camino. Al país constantemente llegan empresas proveedoras extranjeras que han venido a cambiar un poco la cultura del sector ferretero", comenta Urquía.

La ferretería Millenium posee casi 20 años de estar en el mercado.

"Muchos proveedores nos han abierto sus puertas y hemos obtenido buenos creci-

mientos".

Algunos de sus proveedores importantes son Acsa en Honduras, Pinturas Sur y Corona, "además hacemos importaciones de hierro desde Cuba".

Afirma que la competencia es dura, sobre todo en la capital: San Pedro Sula, pues hay más de 200 ferreterías.

Aún así, ambos empresarios mantienen la idea clara de crecer. "Las distancias entre el mercado centroamericano se han acortado permitiendo muchas ventajas para expandirse, por eso pensamos extendernos primero a la región para después ver las posibilidades que se nos pueden presentar en otros países".

"Es importante estar con buenos proveedores que puedan agregar calidad al negocio, pero igualmente hay que saber comprar para vender bien", concluye Urquía.

Ferretería Millenium se ubica al sur de la capital hondureña.



Héctor Saady Urquía y Miriam Santos, Propietarios de la Ferretería Millenium en Honduras, manifiestan que poseen intenciones de expandirse al resto de Centroamérica.



Almacenes Corona incursionará en el mercado panameño, un concepto de ferretería que es atractivo para muchos proveedores. Este es uno de los sitios web que manejan para darse a conocer entre clientes y mayoristas.

## Panamá abre oportunidades a ferreteros

En este caso, se trata de Almacenes Corona que incursionará en el mercado panameño con un hipercentro.

La medida se tomó para afrontar la llegada de grandes competidores como la chilena Easy. Con esto, lograría ventajas de compra con proveedores debido a que el poder de negociación sería más fuerte.

A través de este formato, Almacenes Corona S.A., tiene 21 puntos de venta y cuatro tiendas en Latinoamérica, y a pesar de que es una cadena al por menor especializada, su red no es gran superficie. La cadena vende soluciones para pisos, baños y cocinas bajo el concepto de ejecución de proyectos.

Almacenes Corona tendría "así la libertad de movimiento de compras en el mercado local, y los proveedores podrían pensar más en ella como cliente estratégico", señala la organización.

Sin embargo, el tema aún no ha calado en la junta directiva de Almacenes Corona y solo entró a afrontar el entorno de desaliento que muestra el mercado nacional este

año.

Esta cadena espera mejorar la administración de categorías a través de la utilización de Price Points (bajo precio) que junto a la venta de productos de mayor valor agregado elevarían su facturación.

De otra parte, Almacenes Corona definió su plan para entrar con Hipercentro a Panamá, en conjunto con la familia Cohen, dueños de una cadena de artículos para hogar y ferretería llamada Do it.

Esta organización ha logrado penetrar nuevos mercados en América Latina, con una importante participación en México y Centroamérica, con Locería Colombiana y Electroporcelanas Gamma, por lo que está replicando su estrategia en otras empresas del conglomerado.

El gerente regional de Almacenes Corona en Centroamérica posiblemente será colombiano y saldrá de la propia Organización, pero el resto del personal ejecutivo será panameño y se apoyará en el concepto de la familia Cohen.



Panamá

**CARRETILLAS  
IMACASA**



Mango plástico para mejor agarre y manejo.

CERTIFICADO DE CALIDAD

Busque logo Imacasa sellado de garantía.



N° 1990045 SMI

**LAS ORIGINALS**

Tolva amplia y resistente.



N° 1990140 SMI

Llanta con sistema de rotación de buje para trabajo duro.

**imacasa**

DESAFIANDO EL TIEMPO... POR SU CALIDAD

IMACASA: ORGULLOSAMENTE CENTROAMERICANA  
www.imacasa.com

# La estrategia de ventas

Por Carlos Augusto Rendón

En la actualidad, toda organización competitiva, cualquiera que sea su naturaleza, basa su gestión y funcionamiento sobre un concepto que se considera fundamental: la estrategia.

La estrategia de la empresa, que hoy se conoce como un concepto habitual, tiene su origen en el ámbito militar. El término estrategia procede de la palabra griega stratos (ejército) y ag (dirigir). Pero la primera vez que aparece el concepto de estrategia no es con los griegos, sino en el libro "El Arte de la Guerra", que constituye el más antiguo de los tratados conocidos sobre esta materia. Mientras que en el ámbito militar, el principal objetivo reside en la derrota del enemigo para ganar la guerra, desde la empresa se entiende la competencia más como la coexistencia con sus competidores que la definitiva eliminación de los mismos. La estrategia es el arte de dirigir las operaciones para el logro de los objetivos de la organización, para que ésta funcione de manera eficiente. Para esto, la organización

debe definir claramente lo que quiere conseguir y la manera en como lograrlo y posteriormente un sistema de control que le ayude a seguir la directriz fijada. Por esta razón es tan importante la estrategia en una organización, dentro de la que se toman unas decisiones que tienen características:

- Son importantes
- Comprometen recursos significativos
- No son fácilmente reversibles

Dicho de otra manera los objetivos de la organización contestan la pregunta del ¿qué vamos hacer?, y la estrategia nos lleva al ¿cómo lo vamos hacer?

### Mutuo beneficio

Referente al concepto de ventas, la American Marketing Association, define la venta como "el proceso personal o imper-



sonal por el que el vendedor comprueba, activa y satisface las necesidades del comprador para el mutuo y continuo beneficio de ambos (del vendedor y el comprador)". Laura Fischer y Jorge Espejo, autores del libro "Mercadotecnia", consideran que la venta es una función que forma parte del proceso sistemático de la mercadotecnia y la definen como "toda actividad que genera en los clientes el último impulso hacia el intercambio". Ambos autores señalan además, que es "en este punto (la venta), donde se hace efectivo el esfuerzo de las actividades anteriores (investigación de mercado, decisiones sobre el producto y decisiones de precio)". Una vez que se analizan y estudian estos conceptos llegamos a una definición de ventas con dos perspectivas diferentes:

(a) Una perspectiva general, en el que la "venta" es la transferencia de algo (un producto, servicio, idea, etc.) a un comprador mediante el pago de un precio convenido. (b) Una perspectiva de mercadotecnia, en el que la "venta" es toda actividad que incluye un proceso personal o impersonal mediante el que, el vendedor 1) identifica las necesidades y/o deseos del comprador, 2) genera el impulso hacia el intercambio y 3) satisface las necesidades y/o deseos del comprador (con un producto, servicio, idea, etc.) para lograr el beneficio de ambas partes. Por tanto una estrategia de ventas es la forma en cómo vamos a generar impulsos y satisfacer las necesidades mediante el pago de un precio por una transferencia de un producto, servicio, idea, hacia nuestros clientes actuales y potenciales. Fuente: www.merкадеo.com

**METALICA IMPERIO**

[Aprovechando su espacio]



**METALRACK**

Tel. (506) 2293-3737 • Fax: (506) 2293-0916 • info@metalicaimperio.com • www.metalicaimperio.com  
San José, Costa Rica



Calidad desde 1934

**RECORD**

Tecnología Alemana

La línea de fregaderos para cocina RECORD es fabricada en acero inoxidable y acero esmaltado, en una amplia variedad de modelos y diseños.



Código: 890200103.  
Precio: **¢ 25,043**



Código: 890170101.  
Precio: **¢ 26,221**



Código: 1091600001.  
Precio: **¢ 49,146**



Código: 1091300001.  
Precio: **¢ 34,702**



Código: 1091500001.  
Precio: **¢ 42,945**



Código: 890300311.  
Precio: **¢ 21,131**



Código: 890320115.  
Precio: **¢ 32,536**

300 oeste peaje Santa Ana, contiguo a Texaco.  
Tel/Fax: 2228 3232.  
info@mapargroup.com/www.mapargroup.com

Consulte nuestros precios para distribuidores al 2228-3232 ext. 104.

Precios de introducción válidos hasta el 30 de agosto de 2008.  
Precios sujetos a cambios sin previo aviso.



# POLI®

TECNOLOGÍA  
CALIDAD Y SEGURIDAD  
TODO EN  
UNA SOLA CERRADURA



Distribuidor Exclusivo  
para Costa Rica:

**UNIDOS**  
Mayoreo  
*En ferretería... todo*

San Rafael Abajo Desamparados  
del Centro de Distribución de PIPASA  
250 mts al Oeste  
Tel. 2275-8822 • Fax: 2275-0647  
ventasmayoreo@almacenesunidossa.com  
www.almacenesunidossa.com

**EXPERTO**

## ¡Venta exhibiendo!

Por Juan Carlos Quirós  
Tool Town



Cuanto más tiempo y más cómodo esté el cliente dentro de su negocio, más productos decidirá comprar. Basta con seguir algunas reglas para exhibir y sacar provecho de su visita.

Para lograr realizar una adecuada exhibición de productos, en un punto de venta, tome en cuenta los siguientes aspectos: cuáles productos debo o quiero exhibir, qué área está disponible y la iluminación del lugar.

Uno de los aspectos a aprovechar es que los clientes al ingresar a un local, normalmente van a tomar más tiempo y detalle a los productos ubicados al lado derecho.

Debido a esa situación, esa área debe tener los productos de promoción u oferta, por lo que es importante disponer en ese sector de una iluminación especial, para que así el cliente dedique tiempo y atención a esa mercadería.

El giro normal de un consumidor es siempre de derecha a izquierda, por lo que en el lado izquierdo se deben ubicar productos básicos que no requieren de promociones.

De existir limitaciones físicas en el local comercial, éstas pueden corregirse con iluminación y paredes de color claro, ya que así se le está brindando al cliente un área para enfocar su atención.

Con la iluminación se debe tener mucho cuidado, por los tonos de luz que emiten, pues se encontrarán tonos desde blanco, celeste, morado y muchos más.

Tome en cuenta que, por lo general el tono blanco ayuda mucho, sin embargo algunos otros tonos pueden ser aprovechados para otros efectos.

Un aspecto importante a considerar es que

cunto más tiempo y más cómodo esté el cliente dentro del local, más productos decidirá comprar.

Igualmente, es indispensable una adecuada decoración tanto externa como interna del local. Recuerde que todas las formas de exhibición de productos deben tener aspectos creativos y deben utilizarse para el mejor provecho del área y del producto. Trate de no caer en exageraciones, porque esto en vez de llamar la atención, puede crear el más bien el efecto contrario.

### Con precaución

Si los productos para la venta se van a colocar en góndolas o estantes se deben tener varias precauciones.

Los productos pesados siempre deben colocarse abajo, normalmente por debajo de 1.2 metros

Los productos peligrosos como los ácidos corrosivos o inflamables deben estar en áreas de poco tránsito y se debe contar con quipos de auxilio en la zona.

Para el resto de productos, se debe disponer el espacio de forma que los más importantes estén a una altura mínima de 1.2 metros y máxima de 1.75, para que el cliente pueda verlos sin ningún esfuerzo. Recuerde que los productos ubicados fuera de este rango requieren de mayor esfuerzo de los clientes, por lo que normalmente no les van a prestar mayor atención, así sea que se encuentren en promoción o tengan algún descuento especial.

# Construcción en la picota

**EN CONCRETO**

Mientras entes oficiales alegan que construcción no ha bajado, ferreteros afirman que sus ventas se han reducido y que el sector empieza a contraer sus inversiones.

Ferreteros de varias partes del país señalan que han visto bajar sus ventas, a causa de que la construcción ha empezado a mermar.

Freddy Rodríguez, Propietario de Ferrería Rojas y Rodríguez, de la zona de San Carlos, apunta que abril y mayo fueron meses muy buenos para la construcción, "sin embargo, sentimos que a partir de junio, hemos empezado a bajar, pues las ventas se han contraído". Freddy va más allá y apunta que incluso algunos bancos como el Nacional, han dejado de financiar proyectos, "por lo que algunos ferreteros hemos tenido que financiarlos, pero no es suficiente. Esperamos que la situación mejore".

Julio Salas (hijo), Propietario del Depósito de Materiales y Ferrería La Carreta, en Liberia, coincide con Rodríguez al indicar que el sector ha empezado a bajar.

"En términos reales estamos vendiendo la misma cantidad, pero hay que tomar en cuen-

ta que todo ha subido alrededor de un 10%, lo que nos indica que efectivamente la construcción está bajando", afirma Salas.

Julio es optimista, pues espera que para noviembre y diciembre, la situación repunte.

Héctor Blanco, Proveedor de la Ferrería Xiomara, En Palmares de Pérez Zeledón, también afirma que las ventas de materiales de construcción se han reducido.

"En los primeros meses del año, se vendía mucho más, pero ahora la construcción se está viniendo a pique. Lo que es el mercado de remodelación se ha detenido", asegura Blanco.

Este ferretero enfatiza que las alzas constantes del petróleo y por ende de los materiales, ya se empiezan a sentir. "Actualmente, vendemos entre un 20% y un 30% menos con respecto a lo que se comercializaba a principio de año. El huracán afectó la zona y muchas obras están estancadas, incluso hay pocos proyectos nuevos".

Los primeros seis meses de este año generaron una superficie total de 5,055,130 m<sup>2</sup>, un 27% más con respecto al mismo periodo del 2007. El JW Marriott se une a las obras que se hacen en Guanacaste. Foto cortesía CCC.

**Metros cuadrados**

Durante el primer semestre del año, San José fue la provincia que concentró un mayor porcentaje 29,35%, en metros de construcción, sin embargo, Puntarenas y Guanacaste siguen manifestando crecimientos altos y juntas acumulan un 32%.

Alajuela también tiene lo suyo, pues abarca un porcentaje de construcción de 16,83%.

Estos seis meses generaron una superficie total de 5,055,130 m2, un 27% más con respecto al mismo periodo del 2007.

Según el CFIA, esto ratifica que lejos de bajar, la construcción en el país continúa manteniendo un dinamismo importante, lo que favorece la comercialización de productos de ferretería y materiales de construcción, sobre todo en estas provincias que muestran mayor crecimiento.

Por ejemplo, en San José, y según datos de la Cámara Costarricense de la Construcción, la edificación de viviendas acumula 431,249 m2, seguida por la construcción de comercios con 272,574 m2.

**Costos**

Está más que claro que el país vive un momento de incertidumbre en todos sus sectores, marcado principalmente por el acelerado y constante aumento en los hidrocarburos y por el alza en el índice en alza de la inflación, la que en junio pasado había cerrado en un 6,55%. Factores que indudablemente terminan incidiendo en el sector con un reflejo en el aumento de precios de los productos y por supuesto en los costos de transporte.

Al menos estos factores no han empezado a mostrar alteración en el curso que han seguido nuestras construcciones. Así lo deja entrever el Ingeniero Olman Vargas, Director Ejecutivo, del CFIA.

“Pensábamos que iba a ser un año en el que la construcción iba a bajar el dinamismo mostrado en el 2006 y 2007. Sin embargo, nos hemos dado cuenta que estamos cerrando con un crecimiento de un 30% con respecto al mismo periodo del año anterior”, afirma

Vargas.

Para Vargas, los parámetros macroeconómicos aún no han incidido directamente y contrariamente, la crisis inmobiliaria en Estados Unidos, ha venido a incentivar las inversiones por parte de extranjeros.

Hay que tener presente que el número de metros cuadrados de construcción que se registran en el Colegio, según Vargas, serían construidos en el segundo semestre de este año.

“Esto nos da la certeza, de que todo el 2008 va a ser un buen año”, recalca Vargas.

**- ¿Ni siquiera las fluctuaciones del dólar han incidido?**

– Más bien hay varios factores que creímos iban a tener un efecto más rápido como el crecimiento de los precios, que ha venido respondiendo a una dinámica que oscila el 20% por año.

“Lo que ha sucedido con el dólar tampoco se ha reflejado. Más bien cuando bajó, se generaron movimientos crediticios en las entidades bancarias, y estos créditos generarán construcciones en el segundo semestre”.

**- ¿Qué sectores están presentando mayor dinamismo?**

– Hace unos tres años, se registraban alrededor de 350 mil metros cuadrados por mes, y en este año no hemos bajado del millón mensual. Se siguen recibiendo proyectos de turismo, comercio, industria y de vivienda.

“Esto se ha visto mucho en Guanacaste y Pacífico Central y ahora esperamos que se de también en la Zona Pacífico Sur que es un área que tiene un gran potencial para desarrollo”.

**- ¿Cuál es la mayor preocupación que debemos enfrentar?**

– Lo que pueda pasar con la infraestructura, sobre todo si los municipios están capacitados para absorber un desarrollo importante, como

ha pasado en Guanacaste que los entes municipales han empezado a recibir grandes cantidades de dinero y ni siquiera tienen los procesos de gestión adecuados para utilizarlo. “A parte de eso, aún no hay un indicador que nos diga que ha empezado un descenso o un freno en la construcción”.

**- ¿El empresario que vende materiales de construcción, debe invertir para lo que resta del año?**

– Sí va a ser un buen momento para invertir. Sin embargo, debemos ser más prudentes si pensamos en el 2009, pues habría que ver cómo se van a comportar los factores macroeconómicos.

**- ¿Por qué es San José, la zona que más construcción registra?**

– Hay un alto volumen de proyectos en esta zona. Se pueden observar, por ejemplo, obras alrededor de La Sabana, en toda la zona de Escazú y Guachipelín, pero además en Pérez Zeledón, que ha empezado a tener mucho desarrollo..



El Ingeniero Olman Vargas, Director Ejecutivo, del CFIA, dice que a pesar de las condiciones que se viven actualmente y que afectan directamente al sector construcción, se espera que este año se cierre con 10 millones de metros cuadrados

**Mismos problemas**

Mientras tanto, Randall Murillo, Director de la Cámara de la Construcción (CCC), es consecuente con las palabras de Vargas, al afirmar que aunque tenemos un año un poco convulso, éste se ha caracterizado por una actividad muy dinámica y de crecimiento. “Quizás no a los niveles de los últimos dos años, pero seguimos creciendo con los mismos problemas de siempre: escasez en algunos productos como el acero, limitantes en cuanto a mano de obra, proyectos que no encuentran constructoras”. Afirma que se podría esperar un crecimiento cercano al 17%, el que califica como bueno, pero no excelente, ya que en años anteriores se experimentaron cifras por el orden del 20%, 30% e incluso 60%.

Sostiene que otros obstáculos que han incidido para que no se cierre con porcentajes más altos han sido los movimientos del dólar, pues cuando se dio una baja en el tipo de cambio, muchas empresas constructoras tuvieron que acarrear grandes pérdidas en sus contratos en dólares, igualmente los trámites han sido un problema, aunque ya se han sentido algunas mejoras, por ejemplo en Setena, así como la crisis inmobiliaria en Estados Unidos que nos ha golpeado un poco, pues pone al sistema financiero nervioso.

“Con estas condiciones, hay proyectos que no han iniciado porque los bancos no han girado los fondos necesarios”, estima Murillo.

Murillo, sin embargo, es mucho más optimista y asegura que ya lo peor pasó y lo mejor para la construcción está por venir.

**- ¿Su recomendación para el 2009, para los empresarios que comercializan con materiales para la construcción, deben invertir o mantener una posición conservadora?**

– No le diría a nadie que deje de vender, de invertir, de crecer o de construir. No ha habido un momento en el mercado, como este, que haya tenido, por ejemplo, condiciones de crédito hipotecario como las actuales. En este sentido, no le podemos decir a los empresarios que no inviertan.



“No ha habido un momento en el mercado, como este, que haya tenido, por ejemplo, condiciones de crédito hipotecario como las actuales. No le podemos decir a los empresarios que no inviertan”. Randall Murillo, Director de la Cámara de la Construcción

“Si le decimos a la gente que no invierta cuando estamos en un buen momento, cuándo les vamos a decir que construyan. Que vendrán cosas a futuro, es probable, pero igual cuando estábamos con tasas de interés del 26%, también se esperaban cosas a futuro...”.

**- Si este año, usted habla de que estaríamos cerrando en un 17% de crecimiento en la construcción, ¿en cuánto podríamos cerrar el 2009?**

– Es muy prematuro, por tanta situación que hay en el entorno. Siento que el 2009 va a andar muy parecido a este, no tanto por una crisis, sino porque de repente vemos que el mercado de Guanacaste y Pacífico Central, empiezan a saturarse, pues todo tiene una demanda límite, pero aparte eso, lo importante es mantenernos en esos niveles.

**- ¿Para este segundo semestre, qué zonas apuntan a crecer más?**

– La construcción estaría muy enfocada en Guanacaste y en Puntarenas, asimismo en San José, como zonas más activas. Sin embargo, en estos últimos 5 meses hemos visto una desaceleración de las zonas costeras y un mayor repunte de Alajuela y el mismo caso de San José. En Alajuela, principalmente, se ha dado la construcción de proyectos de zona industrial.

**CERRADURAS IMACASA**

Cerraduras de latón brillante, antiguo y acero inoxidable.

**LAS ORIGINALES**

Cerraduras para entrada principal, en latón brillante, antiguo y acero inoxidable

Entrance Handleset Cerraduras Entrada Principal

150 9001 CERTIFIED

**imacasa**

DESAFIANDO EL TIEMPO... POR SU CALIDAD

IMACASA: ORGULLOSAMENTE CENTROAMERICANA  
www.imacasa.com

En números

Este primer semestre del 2008, generó una superficie total autorizada por el CFIA de 5,055,130 m<sup>2</sup>; 28,07% más (1,108,077 m<sup>2</sup>) respecto a Enero-Junio 2007, donde se reportaron 3,947,053 m<sup>2</sup>. (Ver cuadro 1)

1. Total de metros cuadrados registrados ante el CFIA:

Mes	Total en m <sup>2</sup> : Enero-Junio 2005, 2006, 2007, 2008						
	2005	Variación Mensual	2006	Variación Mensual	2007	Variación mensual	2008
Enero	444414	66,89%	741661	-14,92%	630917	28,33%	809625
Febrero	509431	8,33%	551888	32,28%	730038	1,55%	741326
Marzo	483199	44,46%	698051	3,28%	721005	5,20%	758509
Abril	411441	2,94%	423549	25,28%	530632	104,57%	1085510
Mayo	545079	34,26%	731859	-8,38%	670468	25,45%	841074
Junio	363018	116,34%	785356	-15,45%	663993	23,36%	819086
Total Acumulado	2,756,582	42,65%	3,932,364	0,37%	3,947,053	28,07%	5,055,130

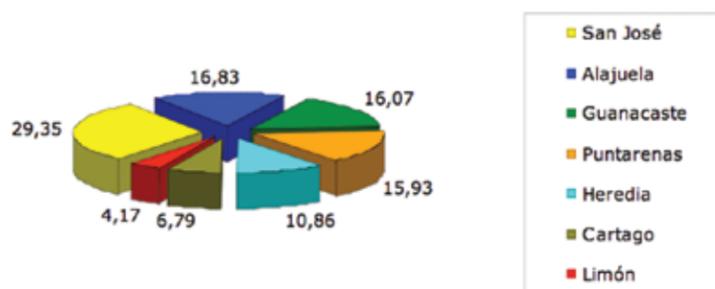
Fuente: CFIA, 2008

Distribución geográfica de m<sup>2</sup>

En Enero-Junio 2008, la provincia de San José concentró el 29,35% de los nuevos m<sup>2</sup>, 57,56% más respecto a Enero-Junio 2007; Alajuela el 16,83% m<sup>2</sup>; Guanacaste 16,07% m<sup>2</sup>; Puntarenas 15,93% m<sup>2</sup>; Heredia 10,86% m<sup>2</sup>; Cartago 6,79% m<sup>2</sup>; y Limón 4,17% m<sup>2</sup>.

Fuente: CFIA, 2008

Distribución Relativa de m<sup>2</sup> por Provincia, Enero-Junio 2008



Distribución de sectores por provincia

PROVINCIA	Vivienda Unif.	Vivienda Mult.	Industrias	Oficinas	Stios de Reunión	Comercio	Hospitales	Otros	Total
SAN JOSE	431,249	131,017	59,179	89,473	4,409	272,574	2,423	10,750	1,001,074
ALAJUELA	271,914	3,130	110,530	15,751	20,403	66,434	1,235	6,697	496,094
CARTAGO	158,489	5,836	15,726	17,341	0	34,943	1,748	756	234,839
HEREDIA	201,890	23,390	24,524	13,839	443	106,894	4,916	1,928	377,824
GUANACASTE	251,886	102,856	23,261	10,383	149	137,904	717	3,773	530,929
PUNTARENAS	270,718	131,910	11,513	5,880	359	37,180	100	3,801	461,461
LIMON	68,271	1,435	17,002	6,083	109	17,816	728	1,092	112,536
TOTALES	1,654,417	399,574	261,735	158,750	25,872	673,745	11,867	28,797	3,214,757

\*\* Al mes de mayo

Participación de Cada Provincia Anualmente

	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008 *
SAN JOSE	43%	41%	39%	39%	41%	42%	37%	32%	28%	25%	31%
ALAJUELA	14%	16%	20%	12%	10%	12%	12%	14%	14%	14%	15%
CARTAGO	10%	11%	12%	13%	13%	12%	12%	7%	7%	7%	7%
HEREDIA	14%	16%	13%	15%	18%	17%	14%	17%	13%	12%	12%
GUANACASTE	5%	6%	5%	6%	5%	6%	9%	16%	20%	21%	17%
PUNTARENAS	10%	7%	7%	8%	8%	8%	10%	11%	15%	17%	14%
LIMON	4%	3%	4%	7%	5%	3%	5%	2%	3%	4%	4%

\* A mayo

# ¿Cómo vender más herramientas manuales?



A la hora de vender una herramienta manual, es fundamental asesorar profesionalmente al cliente, primero que todo para saber exactamente lo que busca y para qué necesitará la herramienta, para ello es indispensable, al menos, contar con dos calidades de producto.

Para ello, es importante, al menos contar con dos calidades de herramienta manual, pues hay que pensar en los clientes que buscan una solución inmediata como salir de un apuro y que no usarán constantemente la herramienta y que incluso, probablemente la necesiten una o máximo dos veces, que bien podría llamarse herramienta de uso doméstico.

La otra que no debe faltar en una ferretería, es herramienta manual de alta calidad, pensando precisamente en los profesionales como mecánicos, ebanistas, agricultores, industriales, carpinteros, entre otros. Precisamente, un ferretero del Valle Central que prefirió no dar su nombre, comentaba que para él era suficiente tener estas dos calidades en su negocio. "He identificado que con dos calidades es suficiente. Si el cliente es un mecánico, le ofrezco una llave de las mejores, si es alguien que necesita socar el tornillo de uno de los juguetes de su hijo, le ofrezco una herramienta más barata y de menor calidad. Lo importante es asegurarse de saber para qué requieren las herramientas los clientes".

Otra recomendación es asegurarse que en la negociación con el proveedor se pueda establecer una política clara sobre el sistema de devoluciones, para advertirlo a los clientes,

ya que esta es una estrategia muy fuerte de ventas.

Claro está que una devolución debe estar bien fundamentada en el uso correcto y adecuado de una herramienta manual. Lo ideal es que no existan devoluciones, por eso una correcta asesoría es vital.

Para cuando se trata de clientes difíciles o indecisos, hágalos probar más de una herramienta hasta que se sientan cómodos con ellas.

¿Qué buscan los clientes?

- Herramientas que no necesiten forzarse mucho.
- Herramientas que sean balanceadas, que no se incline ni hacia adelante ni hacia atrás al sujetarlas.
- De mango cómodo: ni muy grueso ni muy pequeño ni muy corto.
- No deben conducir electricidad ni calor.

Empresa	Gerente General	Producto Estrella	Teléfono
Tornillos La Uruca (Torhema S.A)	Javier Rojas	Herramienta Sata	2256-5212
G&Q	Greivin López	La línea Hunter	2447-7886
COFERSA	Marco Romero	Línea Stanley	2205-2525
Importaciones Vega	Rafael Vargas	Línea Best Value	2444-3360
Unidos Mayoreo	Javier Velásquez	Máquina de soldar Lincoln Electric	2275-8822
Proveeduría Total	Francisco Herrera	Llaves corofijas Johnesway	2219-3232
Abonos Agro	Carlos Esquivel	Trupper, con palas, martillos y destornilladores	2211-5100
Grupo Int. Inca	Roberto Alvarado	Línea Daymaster	2282-2728
Kemiko	Massoud Gougani	Línea Marshalltown	2215-3601
Importaciones Camvi	Randall Campos	Línea Pro-Line	2260-8594
Sorie internacional	Niki Sciamanna	Línea Knova	2296-2117
Acuña y Hernández	Luis Angel Acuña	Trupper y Corneta	2262-1414
Rosejo	José Schifter	Brochas y accesorios Atlas	2296-7670
Cooper and Tools	Silvia Alpizar	Líneas Irega y Gripon	2289-8782
Capris	Werner Ossenbach	Herramienta Force y Herramienta Irwin (Visegrip)	2519-5000
Indianapolis	Alonso Estrada	Línea Stanley	2243-1700
Masaca	José Rodríguez	Cinceles y formones MATCO	2244-4044
Tomeca	Luis Carlos Barquero	Brocas, machos y dados TRIUMPH	2207-7777
Imacasa	Andrés Zamora	Machete Imacasa	2293-2780

## “La solución en tornillos y más...”

Por Tornillos La Uruca

Hace poco más de 2 años, Tornillos la Uruca se preocupó por ofrecer a toda su clientela herramienta manual de muy alta calidad, y que contuviera entre sus características principales garantía de por vida y estética propia que definiera visualmente la gran calidad de este producto. El dilema en ese momento era encontrar una marca que cumpliera con esos requisitos y estándares de calidad de gran exigencia para el mercado nacional e internacional y que además tuviese un precio sumamente aceptable para el público.

En su ardua tarea de conseguir dicha herramienta manual, TORNILLOS LA URUCA logró por fin encontrar la línea en exclusiva para Costa Rica del producto SATA.

Para Don Javier Rojas, Gerente de Mercadeo y Ventas de Tornillos la Uruca (TORHEMA), esta herramienta ha logrado consolidar una aceptación inmejorable. Y es por eso que invita a utilizar este producto que ya ha sido evaluado y comprobado por muchos de sus clientes.

Y concluye diciendo que además de la herramienta SATA distribuyen para todo el territorio nacional las marcas LOCTITE, NORTON, BOSH y SKIL.

Datos generales:

- Nombre de empresa: Tornillos La Uruca (TORHEMA S.A.)
- Slogan: “La solución en tornillos y más...”
- Oficina central de la compañía: San José, Costa Rica
- Teléfono: (506) 2256-5212
- Correo electrónico: telemercadeo@tornilloslauruca.com
- Página web: www.tornilloslauruca.com



### HERRAMIENTA MANUAL SATA...Herramienta Genuina



Brindamos atención personalizada a mayoristas, constructores, industria y ferreterías en todo el país

Más información  
Teléfono 2256-5212  
o en nuestra página web.

E-mail:  
telemercadeo@tornilloslauruca.com  
www.tornilloslauruca.com  
Dirección: Contiguo a Faco, La Uruca

TORHEMA S.A.

## Una marca de confianza Best Value

El mercado ferretero desde hace más de 12 años cuenta con Best Value, una marca que ofrece diversidad de herramientas y el respaldo de Importaciones Vega.

*Por Importaciones Vega*

¡Calidad de por vida! Esta es la carta de presentación que Best Value promueve desde que está en el mercado ferretero en Costa Rica.

Según Rafael Vargas, Gerente General de Importaciones Vega, distribuidores exclusivos de esta marca, indica que “siempre hemos buscado que nuestra diferenciación sea más que precio, pues Best Value cuenta con más de 2500 códigos diferentes, todos con garantía de por vida, con un empaque homogéneo, con descripciones en inglés y español, con códigos de barra”.

Apunta que con esta marca no existen productos genéricos, con una etiqueta pegada, pues se trata de productos diseñados especialmente para esta marca.

“La garantía que damos es inigualable porque le llevamos 10 años a la competencia de dar este tipo de ventaja. Hemos instruido al ferretero en el sentido de que si llega algún producto para ser devuelto por el cliente, para que se lo cambie inmediatamente, independientemente que haya sido o no comprado en esa ferretería”, indica Vargas.

Vargas dice que la cobertura de mercado que en este momento poseen, les permite atender con eficiencia todas las solicitudes y pedidos de los clientes. “Tenemos 15 vendedores que atienden todo el país y 4 distribuidores en diferentes segmentos, como el caso del Colono a nivel de mayoreo, lo que permite que ellos distribuyan los productos en sus más de 40 tiendas”.

Para Vargas, el apoyo que pueda recibir el ferretero,

una vez que adquiere la línea Best Value, se vuelve vital, “por lo que ya hemos colocado más de 50 mil exhibidores de la marca. Prácticamente, le decimos sí

a todo lo que el cliente nos pida, que sea invertir en la marca, en el punto de venta. Hoy, ya contamos con más de 850 ferreterías en el país que poseen Best Value, lo que equivale a más o menos el 90% del mercado”.

Otra de las ventajas que Vargas señala como de alto valor, es que Best Value le otorga al ferretero el aumento de la utilidad, pues su margen es alto, “además son productos que tienen cero gasto en cuanto a producto dañado, cero gastos en exhibición, y la ventaja de poder comprar 2500 códigos diferentes a un solo proveedor, además de conformar una línea que ayuda 100% al autoservicio, sobre todo por su empaque blister”.

Sobre la competencia que existe en el mercado con marcas y productos similares, Vargas con firmeza dice que la diferencia está en que “nosotros hoy estamos, vamos a seguir estando, y ya tenemos 12 años de estar en el mercado y cada día innovamos. Las otras marcas vienen detrás de nosotros copiando

lo que hacemos, lo que para nosotros es bueno porque significa que estamos adelante”.

Best Value comprende líneas como bombillos ahorradores, jardinería, herramientas manuales, seguridad, accesorios de pintura, cerrajería, todo lo del ferretería, equipo de medición, equipo de mecánica, todo en 23 categorías de producto.



**Rafael Vargas, Gerente General de Importaciones Vega, distribuidor exclusivo de Best Value, afirma que la garantía inmediata que ofrece la marca, les ha hecho conquistar a sus 850 clientes ferreteros.**

# MI MARCA ES



**SURTIDO INIGUALABLE CON GARANTÍA DE POR VIDA**



*DISTRIBUIDOR EXCLUSIVO PARA COSTA RICA*

**Importaciones Vega S.A.**

**La Respuesta del Ferretero**

TEL.: 2494-4600

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

# Capris con mucha fuerza

Capris está con mucha fuerza en el mercado de herramientas manuales, respaldado por FORCE, herramientas que permiten a los ferreteros brindar a los usuarios productos que ayudan a realizar los trabajos con más eficiencia.

Las herramientas FORCE son profesionales porque:

- Se seleccionan materias primas de muy alta calidad, para fabricarlas con las más rigurosas normas internacionales.
- Sus diseños especiales y ergonomía perfecta dan confianza y comodidad al trabajar, algo que es sumamente indispensable en una herramienta manual.
- Personal altamente capacitado y tecnología de punta, controlan su calidad en todo el proceso de fabricación.
- Por los controles que la herramienta Force tiene, se vuelve una herramienta altamente durable y confiable.
- Brinda una gran variedad de productos en milímetros y pulgadas.
- Ofrece un precio muy competitivo versus calidad.

La calidad es un factor indispensable en las

herramientas FORCE, pues ésta significa: “un perfecto acople entre la herramienta y el trabajo a realizar”, por eso es que cada detalle en su fabricación es cuidado con eficacia y profesionalismo.

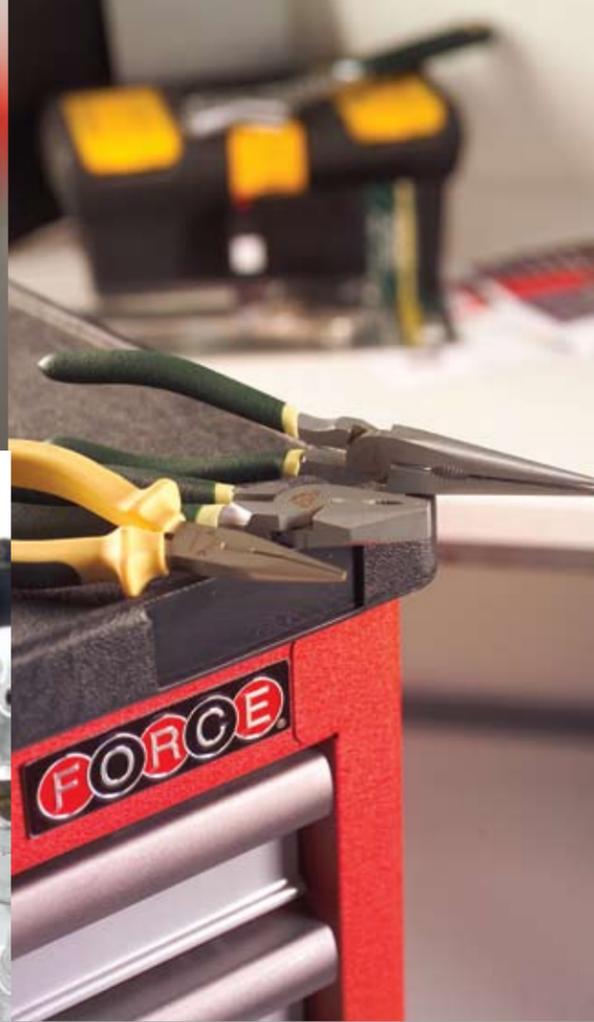
## Juegos maestros

FORCE ofrece más de 100 juegos a seleccionar, para que siempre pueda encontrar aquel que contenga la “mejor combinación” de herramientas, para realizar el trabajo de forma más eficiente y con la menor inversión. Con esta extensa gama de juegos, el usuario podrá tener la herramienta correcta, en el momento y lugar preciso que lo necesite.

Los juegos FORCE se ofrecen en tres niveles: básicos, intermedios y maestros:

## • Juegos básicos:

Diseñados para el técnico principiante. Contienen el rango de herramientas más elemental y de mayor uso.



## • Juegos intermedios:

Contienen productos básicos complementados con una mayor variedad y tamaños de herramientas y especialidades en milímetros y pulgadas.

## • Juegos maestros:

Diseñados para el técnico experimentado. Contiene la más completa y balanceada selección de herramientas de alta calidad para usos muy especializados y también con alta necesidad de uso pesado.

Esta modulación de los juegos, permite incrementar su variedad de herramientas conforme van incrementándose las necesidades, responsabilidades y habilidades técnicas, del usuario.

FORCE también ofrece en la mayoría de los juegos, la posibilidad de equipar un juego con 2, 3 ó hasta 4 opciones de gabinetes o cajas, que facilitan el orden, resguardo, almacenamiento y transporte de sus herramientas en milímetros y pulgadas.

Los juegos están particularmente diseñados para mantenimiento en general, mantenimiento pesado, así como para el mantenimiento y reparación automotriz.

También existen juegos especiales, princi-

palmente en el servicio automotriz pesado, para el cambio de aceite, para colocar o quitar tornillos de las carrocerías de los vehículos, para remover y alinear rápidamente las tuercas o tornillos de las estructuras.

Estos juegos cuentan con la herramienta justa y especializada para poder realizar el trabajo con la mayor eficacia.

Cuando se requiere reemplazar piezas gastadas, o aumentar la variedad de herramientas con más opciones, por calidad, ergonomía, y disposición de mucho inventario, en Force el usuario y el ferretero las tiene a su disposición.

## Los juegos maestros FORCE:

- Ofrecen opciones con más de 450 herramientas.
- En medidas de pulgadas y sistema métrico.
- Se agrupan y combinan en más de 100 juegos presentados en prácticas gavetas móviles, cajas metálicas, cajas plásticas, que permiten transportarlos y mantenerlos organizados.

¡Bríndele a su cliente!



Calidad



Variedad



Ergonomía



Surtido



La mejor herramienta manual, llame ya al 2519 5050 Grupo Ferretero



# WISE-GRIP

El más amplio surtido de alicates, para todo tipo de trabajo.

¡ Su proveedor especializado !



Llame ya al 2519-5050 Grupo Ferretero

## Importadora América tiene dos estrellas en herramienta manual Great Neck y Bellota

Importadora América, con el objetivo de llevar al mercado una solución altamente completa en herramientas manuales, se alió, desde hace más de 10 años con las marcas Great Neck y Bellota.

Por Importadora América

**K**aren Granados, Encargada de Mercadeo de esta empresa, enfatiza que la ventaja de que los ferreteros puedan contar con los productos de estas dos marcas se centra en que cuentan con garantía y respaldo, tanto de las propias marcas como de Importadora América.

Bellota comprende una línea completa de herramientas agrícolas, entre las que se encuentran artículos como palas, limas, cuchillos, entre otros, mientras que Great Neck tiene todo lo que es alicates, llaves, espátulas, prensas de banco, marcos para segueta y otra serie de artículos.

# GreatNeck®




**BELLOTA**



### 80 años y un siglo

Otra de las ventajas que presentan estas marcas es su experiencia en el ramo ferretero mundial, pues Great Neck posee más de 80 años y Bellota un siglo 100 de participación.

“Estos productos son de buena calidad a un precio competitivo, son hechos con tecnología de punta y cumplen totalmente con los estándares de calidad”, agrega Granados.

Importadora América a través de su fuerza de venta las distribuye en todo el país y actualmente son las marcas patrocinadoras de la rifa de una moto sport 125 cc de Moto Cruiser modelo 2008, que se sorteará en diciembre próximo.

“Invitamos de manera cordial a todos los ferreteros para que participen en esta rifa, e igualmente estaremos dando un obsequio sorpresa al proveedor del negocio ferretero que resulte ganador”, detalla Granados.

La empresa cuenta con un stock muy completo de ambas marcas, lo que garantiza a los ferreteros poder tener el producto a la mano.



IMPORTADORA  
**AMERICA**  
Todo un mundo ferretero a su alcance

## REGRESARON LAS VAQUERITAS





**BELLOTA**



**Promoción al Distribuidor  
TV de 21" plano como  
premio al Proveedor**

Compra ya productos Great Neck y Bellota, exige tu cupón con el que quedarás participando

Tel: 2292-2424 Fax: 2229-5818  
E - mail: [iamerica@racsa.co.cr](mailto:iamerica@racsa.co.cr)

**IRWIN®**  
Herramientas Industriales

# HERRAMIENTAS MANUALES

## IRWIN®, LIDERES A NIVEL MUNDIAL EN HERRAMIENTAS MANUALES DE CALIDAD INDUSTRIAL

Por IRWIN

Irwin Herramientas Industriales fabrica y distribuye herramientas manuales y accesorios para herramientas eléctricas de calidad profesional a nivel global para los profesionales de la industria que exigen productos duraderos de rendimiento superior. Entre las prestigiosas sub-marcas IRWIN se encuentran los mejores alicates de presión VISE GRIP®, las hojas para sierra circular MARATHON®, las prensas QUICK GRIP®, las brocas paramadera SPEEDBOR®, las herramientas de marcar STRAIT-LINE®, las brocas escalonadas UNIBIT® y los dados y machuelos HANSON®.

Allan Elizondo es el Gerente Regional para Centroamérica y menciona que tienen fuerte presencia en la región donde generalmente están aliados con los importadores ferreteros de mayor importancia de cada país. En el caso de Costa Rica, los dos principales mayoristas son Capris y Transfesa quienes han hecho una excelente labor en dar a conocer la marca en este mercado señaló.



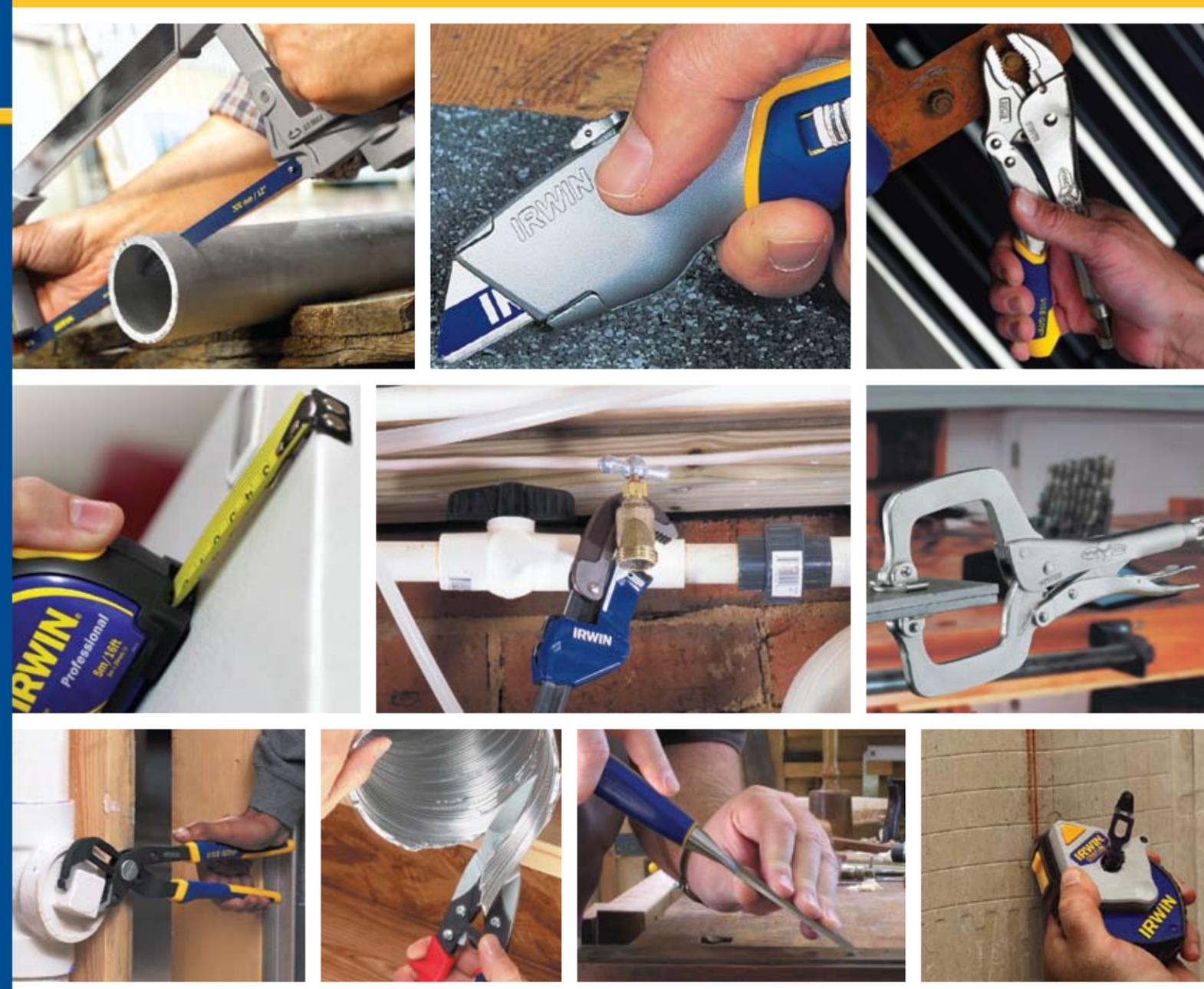
“Nuestra obsesión en satisfacer al usuario final y el esmero en generar productos de máxima calidad a nivel mundial nos permite producir herramientas manuales y accesorios para herramientas eléctricas que aportan un rendimiento y durabilidad superior en el trabajo. Al incorporar la ingeniería de avanzada con las respuestas

de los usuarios finales, estamos en capacidad de desarrollar productos innovadores que continúan sobrepasando las normas industriales” menciona el Sr. Elizondo al ser consultado sobre el éxito en el desempeño de las herramientas Irwin

de presión con una tecnología que denominamos “Fast Release” que facilita el proceso de liberación con una mano y elimina los pellizcos o golpes del alicate cuando es liberado bajo mucha presión” añadió. “Además contamos con las hojas para cutter fabricadas en material bimetálico que no se quiebran y cuyo filo dura mucho más que las de acero al carbón así como la nueva línea de cintas métricas que acabamos de introducir al mercado”.

En definitiva IRWIN es una muy buena opción que un ferretero puede ofrecer a sus clientes más exigentes tales como los contratistas y la industria.

“Específicamente en el segmento de herramientas manuales, podemos decir con todo orgullo que fuimos los inventores del alicate de presión (o “perro” como lo llamamos aquí en Costa Rica) y con nuestra sub-marca VISE GRIP® nos mantenemos a la vanguardia innovando. Prueba de ello es que acabamos de lanzar al mercado nuestra versión mejorada de este alicate



**IRWIN® Herramientas Industriales** fabrica y distribuye herramientas manuales y accesorios para herramientas eléctricas de calidad profesional a nivel global para los profesionales de la industria que exigen productos duraderos de rendimiento superior.

**IRWIN®**  
Herramientas Industriales

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

## De Panamá a Costa Rica Trade Master

International Hardware Corp., es una empresa panameña que el año pasado mostró un crecimiento de más del 40%. Actualmente, introduce en el país las herramientas manuales Trade Master, por medio de Importaciones Camvi.

**D**amián Vallarino, Gerente Regional-Centroamérica de International Hardware Corp., definió las ventajas que posee la línea de herramientas Trade Master y subraya las razones por las que los ferreteros deberían tenerlas en sus negocios.

- ¿De qué se trata el nuevo producto y en qué consiste?

- Es una nueva línea de herramientas manuales dirigida al mercado semi-profesional, que necesita una herramienta capaz de suplir sus necesidades con calidad y precio justo, es allí donde entra Trade Master Tools como la opción adecuada.

- ¿Qué tecnología posee?

- Hablamos de herramientas manuales fabricadas con altos estándares de calidad, para cubrir las necesidades de hoy.

- ¿Cuál es el elemento diferenciador del producto?

- La calidad de la herramienta. Trade Master a diferencia de muchas otras marcas de herramientas, cuenta con productos fabricados bajo la norma de calidad ANSI de EE.UU., lo que las hace duraderas y confiables.

"Podemos comentarles que su calidad es verificada en nuestra planta de ensamblaje antes de ser embarcada, garantizando siempre que nuestras herramientas estén libres de defectos de material y construcción. Adicionalmente, cuentan con el respaldo que ofrece nuestra casa matriz: International Hardware Corp., radicada en Zona Libre de Colón, República de Panamá con más de 23 años en el sector".

- ¿Por qué los ferreteros deberían tener esta herramienta en sus negocios?

- El contratista de hoy está en búsqueda de nuevas herramientas que le brinden durabilidad, calidad y alto rendimiento a un precio justo. Normalmente, clientes de este perfil hacen esa búsqueda en ferreterías



**Randall Campos, Gerente de Ventas de Importaciones Camvi, muestra parte de la variedad de las herramientas manuales Trade Master.**

industriales. Con esta marca, el ferretero podrá servir a otro tipo de consumidor en sus puntos de venta.

- ¿A través de quién lo piensan distribuir en el país?

- International Hardware ha realizado una alianza estratégica con su distribuidor para toda Costa Rica, Importaciones Camvi, ubicada en Heredia, quienes con su fuerza de ventas estarán cubriendo todo el país, para que cada uno de los ferreteros tengan la oportunidad de contar con nuestra marca.

- ¿Cuáles son sus ventajas competitivas?

Por International Hardware Corp.

- Herramientas de alto perfil y desempeño a precios adecuados.

- ¿Qué respaldo posee el producto?

- Nuestra garantía es total en cada uno de los productos y en defectos de fabricación.

- ¿Cómo definirían la calidad de este producto?

- Línea de herramientas para uso semi-profesional o contratista.

- ¿Como empresa qué trayectoria poseen? - Más de 23 años en el negocio ferretero. Una empresa que se dedica a la venta de productos de ferretería y para el hogar. También fabricamos una amplia gama de productos bajo nuestras marcas exclusivas, para hacer llegar a nuestros clientes productos de calidad a precios altamente competitivos.

"Nuestra ubicación estratégica en Zona Libre de Colón Panamá, nos brinda todas las ventajas para lograr una distribución comercial de avanzada, siempre a la vanguardia de la tecnología y el comercio internacional. Nuestros productos se distribuyen en más de 30 países de la región. Nuestro surtido es superior al de muchas otras marcas. Tenemos más de 20,000 artículos en más de 15 categorías y anualmente se incorporan nuevas líneas, siendo todos nuestros productos de calidad garantizada. Adicionalmente, contamos con una infraestructura logística de clase mundial para darles el mejor servicio a todos nuestros clientes internacionales".

- ¿En términos de porcentaje, cuánto crecieron el año anterior?

- Tuvimos un crecimiento del 49%, del 2006 al 2007.

# TradeMaster<sup>®</sup>

TOOLS



**Nueva Línea de Herramientas Manuales de Alta Calidad**



Distribuye:

**Importaciones CAMVI JLCR, S.A.  
SOLDADURAS L.C.**

Tel. 506 2260-8594 / fax. 506 2260-8597

600 mts. Norte, 15 mts. Oeste y 50 mts.  
Norte de Iglesia Católica Barva,  
Heredia, Costa Rica  
e-mail: camvi.gventas@ice.co.cr



# TradeMaster<sup>®</sup>

TOOLS

**Más**  
• Calidad  
• Innovación y  
• Satisfacción

## Más de 3000 líneas de herramienta manual Hunter

Herramientas manuales para la agricultura, carpintería, cerrajería, construcción, electricidad, jardinería, plomería y seguridad industrial, representan parte de la oferta que Hunter, a través de G&Q, llevan al mercado.

Por GyQ



Según Greivin López, Gerente General de G&Q, Representantes de la marca Hunter para el país, estas herramientas ya se encuentran presentes en alrededor de 1500 ferreterías.

“Tenemos cerca de un año y dos meses de trabajar con Hunter y su aceptación nos ha permitido crecer constantemente en ventas, permitiéndonos crecimientos anuales por el orden del 30%”, asegura López.



Greivin López, Gerente General de G&Q, afirma que en este momento venden la herramienta Hunter a más de 1500 clientes ferreteros en todo el país.



### Respaldo

Asegura que el elemento diferenciador que obtienen los clientes con Hunter es el respaldo en garantía de las herramientas, con “calidad de por vida, lo que quiere decir que si una herramienta se daña, se cambia sin problema, además los productos vienen en empaques blister llamativos de color amarillo, cuentan con código de barras y las instrucciones y advertencias de uso vienen en dos idiomas”.

“Otra de nuestras ventajas es el precio, pues éste agrega un margen de utilidad alto para el ferretero”, cuenta López.

Afirma que en G&Q trabajan muy fuerte para hacer diferencia en el servicio a los clientes, incluso “estamos desarrollando capacitaciones en varias ferreterías enfocadas en la atención y motivación al personal”.

G&Q muy pronto estará estrenando el proyecto de su sitio web donde tendrán ventas en línea, los clientes podrán consultar sus estados de cuenta, hacer pedidos y cotizaciones.

“Queremos posicionarnos en todo el mercado ferretero”, concluye Greivin.



Distribuidora e Importadora Ferretera

(506) 2447 -7886

e-mail: distribuidoragyq@grupogyq.com

San Ramón, Alajuela  
50 mts, Sur Iglesia Tremedal.

www.grupogyq.com



GRIFERIAS  
**STRETTO**

AMBAS ESTAN HECHAS PARA DURAR,  
PERO SÓLO UNA INCLUYE GARANTÍA



## DURABILIDAD GARANTIZADA

Cada uno de nuestros modelos ha sido desarrollado con materiales de alta calidad que le permiten alcanzar una prolongada vida útil. Aún así y para su total tranquilidad nuestras griferías incluyen garantía.



Somos los mejores en servicio

**TRANSFESA**

Departamento de Ventas: (506) 22 10 89 89 • Fax: (506) 22 91 07 31 •  
ventas@transfesacr.com • Pavas 200m Oeste y 350m Norte del Liceo de Pavas.

# ¡Se buscan distribuidores de aires!

Multifrío comercializa con productos que tienen una fuerte demanda en el mercado, prueba de ello, la instalación que llevan en más de 17 500 proyectos constructivos importantes. *Por Multifrío*

Con 12 años de estar presentes en el mercado, en la comercialización de aires acondicionados, esta empresa ofrece una variedad amplia en marcas y opciones para ofrecerle al cliente soluciones diversas.

Hace 8 años Multifrío introdujo estos productos en algunos negocios ferreteros.

De acuerdo con Salo Ponchner, Presidente de Multifrío, empezaron vendiendo por medio de Electro Beico en San Carlos, con muy buenos resultados; posteriormente estuvieron comercializando en el Do It Center de Papagayo, con un tipo de tienda CoolSpot, que es un establecimiento especializado y completo.

“Actualmente ya no vendemos en esos negocios, por diversas situaciones, pero disponemos de tiendas Coolspot en Liberia, Huacas y Jacó. La única ferretería que vende nuestros productos con muy buenos resultados

es EPA”, contó Ponchner.

Y es debido a la alta demanda de estos productos y al buen resultado de la experiencia de ventas en las ferreterías, que la empresa Multifrío se interesó por buscar distribuidores ferreteros.

Salo Ponchner explicó que con los aires acondicionados se manejan diversas líneas, siempre con productos novedosos y llamativos, que en definitiva le da la oportunidad al ferretero de diversificar con un potencial alto en ventas.

“Una ferretería es un lugar donde el cliente busca encontrar de todo para la construcción, sea para remodelar una residencia, oficina e industria. Esa es la idea con nuestros productos, que el consumidor, llegue a su negocio y se le ofrezca de todo”, comentó Ponchner.

Si los ferreteros están interesados en incluir aires dentro de sus líneas de venta, Multifrío

les brindará un entrenamiento especial a todo su personal de ventas y según Ponchner, depende del tamaño del negocio así se le recomienda qué productos ofrecer en la ferretería, ya que las líneas son amplias.

Air Pro esto yo lo pondría en un recuadro con una foto de un aire acondicionado Air Pro -Nuria 23/05/08 18:25

Igualmente, Ponchner recomienda a los ferreteros, disponer como mínimo de aires portátiles, unidades de ventana, deshumidificadores y mini split de pared, de la línea Air Pro.

“Esos son los productos que más se venden, por lo que sería ideal que estos negocios cuenten con ellos”, aseguró Ponchner.

Además, Multifrío cuenta con todo el stock de repuestos para que también se ofrezcan en las ferreterías, así como los manuales y apoyo publicitario que se le daría al punto de venta. Esta empresa brinda servicio post venta para optimizar la vida útil de sus equipos, ofrecen asesoría técnica especializada, la que se trasladaría a los vendedores de las ferreterías.

“Los aires acondicionados en este momento ya no son un lujo, sino una necesidad”, dijo Ponchner

Air Pro es una línea de aires especial para las ferreterías, tienen carátulas personalizadas, así como estilos especiales a elegir, colores y múltiples opciones.

Para establecer negocios como distribuidor de aires acondicionados, puede obtener más información a través de los sitios en internet: [www.multifrio.com](http://www.multifrio.com), [www.airpro-ac.com](http://www.airpro-ac.com) y [www.coolspot-hvac.com](http://www.coolspot-hvac.com) o llamar al teléfono: 2226-8071.



Los vendedores de la tienda Coolspot de Multifrío, se mostraron satisfechos por las altas ventas de los productos de la línea Air Pro, recomendada especialmente para vender en ferreterías.



## Soluciones constructivas de alta tecnología

- Naves industriales
- Entrepisos pretensados
- Edificios para condominios y hoteles
- Postes
- Tubos
- Adoquines de concreto
- Bloques modulares
- Puentes vehiculares y peatonales
- Sistemas para muros de contención
- Sistemas para protección de cauces
- Bloques con color y textura
- Casas prefabricadas de una, dos plantas y elevadas

## TANIA: Calidad demostrable

Cuentan con 160 líneas, que son sometidas regularmente a pruebas de laboratorio para obtener la certificación NOM ANCE.

Bajo el lema “mejoramos la calidad de vida”, los productos Tania empezaron a introducirse al país, hace pocos meses, logrando obtener una muy buena aceptación en el mercado, porque son calidad, garantía y precio accesible, con un importante y total respaldo, por parte del fabricante.

Y es que los productos Tania, están presentes en 400 ferreterías del país y empiezan a entrar en muchos más negocios ferreteros aceleradamente.

Son 160 items que, anualmente son sometidos a pruebas de laboratorio, pasando por un minucioso proceso, para lograr obtener la certificación NOM ANCE, que da prueba de la calidad.

Así que si a usted le interesa ofrecer a sus clientes seguridad con buenos productos exíjale a su proveedor certificaciones actualizadas.

Elías Benasayag, Director General de Koby Manufacturing Company (Distribuidora Tesaya LLC), dijo que en una ferretería deben estar presentes estos productos porque la empresa ofrece servicio, calidad, garantía, certificación real y precio accesible.

“Es soporte, respaldo y mucho apoyo de marca lo que brindamos al ferretero”, contó Benasayag.

En los próximos días, se estarán introduciendo nuevas líneas Tania, como balastos y sócates electrónicos, según Elías, con 3 años de garantía.

“Además en los próximos 3 meses, estaremos expandiendo la gama

de productos, porque nuestro compromiso es más grande que nunca”, dijo el Director General de la empresa.



**Elías Benasayag, Director General de Koby Manufacturing Company (Distribuidora Tesaya LLC) y Rosny Zamora, Representante para Costa Rica, afirman que en una ferretería deben estar presentes estos productos porque la empresa ofrece servicio, calidad, garantía, certificación real y precio accesible.**

### Respaldo total

Tania cuenta con su fábrica propia desde hace 6 años, sin embargo, sus propietarios cuentan con una experiencia de más de 68 años dentro del mercado ferretero, situación que les llevó a tener un objetivo: fabricar demostrando la calidad, por medio de pruebas y certificaciones reales.

Para obtener el NOM ANCE, los productos deben pasar por un proceso, que mediante varias pruebas son enviados a alguno de

los laboratorios autorizados, y así se comprueba la calidad.

Con solo ingresar al sitio [www.ance.org.mx](http://www.ance.org.mx), Tania demuestra que sus productos son sometidos constantemente al proceso.

Así que ofrezca calidad demostrable, porque el mercado dispone de una amplia variedad de marcas establecidas, que quizás no tengan sus productos debidamente certificados, por lo que usted como empresario es responsable de exigir la certificación de un producto, porque eso es respaldo.

“Los productos de Tania están 100% garantizados y homologados en las petroleras de Ecuador y Venezuela, así como en el Canal de Panamá”, contó Elías.

Tania se distribuye por medio de Cofersa e Importaciones Re-Re, sin embargo, también cuenta con una oficina local para servicio al cliente con Rosny Zamora, Representante para Costa Rica, y disponible para atender cualquier tipo de solicitud, además para brindar un soporte completo tanto al distribuidor como a los clientes, porque Tania no es solo apoyo de marca, para cada punto de venta, es calidad demostrable, con crecimiento seguro para su negocio y respaldo total.

“Gracias Costa Rica por la excelente aceptación de nuestros productos”, comentó el Director General de Koby Manufacturing Company (Distribuidora Tesaya LLC).

Por TANIA by Koby

# Tania by Koby

Gracias Costa Rica por escoger un producto que si cuenta con certificación de calidad real



Ofrézcale seguridad a sus clientes, exigiéndole a su proveedor certificaciones actualizadas, por una empresa que le brinda respaldo, servicio y precios accesibles.

## Tania by Koby

Para siempre.

Distribuidores Autorizados:



Teléfono: (506) 2205-2525



Teléfono: (506) 2240-2010

Oficina de servicio al cliente en Costa Rica: (506) 2289-9698

Expoferretera será muy pronto

# Abril ferretero

Para evitar las lluvias y sacarle el máximo provecho a la época seca, Expoferretera 2009 decidió mover sus fechas y trasladar su evento para fines de abril.

Este encuentro ferretero internacional pretende seguir atrayendo más visitantes especializados tanto de los países de la región centroamericana y más allá.

## Expoferretera en números

La edición anterior, arrojó algunos números importantes sobre lo que está caracterizando al mercado ferretero y de la construcción.

La gran mayoría de visitantes fueron ferreteros e involucrados con el área de materiales de construcción, lo que constata que Expoferretera sigue cumpliendo el objetivo de servir como enlace de negocios para estos sectores.

24, 25 y 26 de abril del 2009, son las nuevas fechas de Expoferretera en Eventos Pedregal, en Belén, Heredia, Costa Rica.

¿Cuál es la actividad principal a la que se dedica la entidad o empresa que usted representa?

	%
Ferretería	47,3%
Materiales de construcción	22,0%
Centro de pintura	4,7%
Proveedor / mayorista	3,7%

¿Cuál es el rol principal que desempeña en las compras de su empresa?

	%
Autoriza	31,1%
Compra	22,4%
Recomienda	22,2%

¿Es la primera vez que asiste a este evento?

	%
Es la primera vez	49,4%
Viene por segunda vez	50,3%

¿Cuál es su método preferido de compra?

	%
Personalmente	70,0%
Teléfono	16,7%
Por internet	5,5%
Subasta	5,2%

Quienes asistieron a Expoferretera 2007, dejaron en claro que prefieren utilizar el sistema de compra personal, por lo que la feria es un canal ideal.

¿Cuál es la razón principal que motiva su visita a Expoferretera?

	%
Ver nuevos productos	59,8%
Encontrar nuevos proveedores	17,1%
Identificar oportunidades de negocio / promociones	8,6%
Conversar con clientes y proveedores	5,2%
Ampliar contactos	4,8%
Comprar en el sitio	2,2%
Buscar descuentos	0,6%
Poder participar en la próxima Expo Ferretería	0,4%
Apoyar distribuidores	0,2%

¿Cuáles son los principales productos que le interesa encontrar en Expoferretera?

	%
Herramienta manual	26,1%
Suministros eléctricos	16,7%
Equipo para la construcción	15,1%
Herramienta de poder	13,5%
Todos lo que exponen	8,0%
Accesorios plomería	4,1%
Pinturas	3,4%
Artículos en promoción	2,6%
Tecnología	2,6%
Agrícola	0,5%
Grifería	0,5%
Herramientas industriales	0,5%
Nuevas líneas	0,5%
Maquinaria	0,3%



# EXPO FERRETERA

su herramienta de negocios...

# 2009

24, 25 y 26 de Abril • Eventos Pedregal

Ellos ya se decidieron a ser parte de EXPOFERRETERA 2009



Sea usted también parte de la exposición más grande de productos ferreteros

Información:

(506) 2520-0070 ext 147.

Asesores Comerciales:  
Zona Este: Gabriela Alpizar • (506) 8831-2296  
gabriela.alpizar@eka.net

Zona Oeste: Braulio Chavarría • (506) 8372-119  
braulio.chavarria@eka.net

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



**EN CONSTRUCCIÓN**

# Sustituto del hierro, concreto y madera... Polietileno de alta densidad

Permite construir estructuras que originalmente se hacen con madera, concreto o perling.

Los productos sustitutos, sobre todo en un mercado como el de materiales de construcción y ferretería, son un baluarte contra la escasez y además una ventaja para aumentar la atracción de clientes.

La empresa Productos Verdes, por medio de su representante, David Barboza, está introduciendo en el país un producto que cumple las funciones para algunas aplicaciones del perling, la madera y el concreto.

Se trata de madera de plástico compuesta por polietileno de alta densidad reciclado.

“Este es el más caro de los plásticos, que sale de las botellas de leche recicladas en Estados Unidos, pues al ser un alimento, debe ir en el mejor de los empaques”, comenta Barboza.

Este producto se puede encontrar de dos tipos: en material estándar que es simplemente el plástico reciclado y estructural que lleva un refuerzo de fibra de vidrio reciclado, que lo hace más estable a la luz y al calor del sol.

Barboza sostiene que **este material, con el refuerzo de fibra de vidrio, es el que se utiliza en Estados Unidos para hacer puentes y puertos, lo que habla de su resistencia.**

Incluso ya muchas empresas y clientes lo han utilizado en la construcción de terrazas, muelles, barandas, columnas, pérgolas, sistemas de parasoles, zechas, artesanados, entre otros.

Como sustituto de la madera, posee la ventaja que cuenta con la misma aplicación estructural. “Por ejemplo, un carpintero que vaya a hacer una sub estructura o una terraza, si necesita pernarlo, atornillarlo o clavar, lo puede hacer sin la necesidad de una herramienta especial”.

Añade que compite muy bien con las maderas duras, y tiene la ventaja de tener cero mantenimiento, 50 años de garantía, no se



podre, no se le pega el hongo, no es absorbente, a diferencia de la madera que puede provocar manchas, además según estudios de laboratorio en EE.UU., es un 40% más resistente.

“Esto lo hace un material idóneo para utilizaciones de playa o de piscina”.

## Cero corrosión

Con respecto al hierro, Barboza indica que puede tener las mismas aplicaciones del perling, donde el beneficio más importante está en que no presenta problemas de corrosión.

“Este material viene en más de 18 perfiles que van desde uno circular de 2 pulgadas de diámetro hasta uno cuadrado de 12 X 12



David Barboza, Gerente General de Productos Verdes, muestra algunos perfiles del polietileno de alta densidad, capaz de sustituir aplicaciones con el hierro, cemento y madera.



pulgadas y dependiendo del perfil puede tener hasta 25 pies de longitud”.

Para el caso del concreto, la ventaja está en la longevidad. “A pesar de que el concreto es una buena opción en términos de costo, éste es absorbente”.

Se pueden hacer cercas, columnas de tapias, barandas, entre

## Y... ¿qué piensan los ferreteros?

**Zaida Mendoza, Proveedora de Ferretería Guillén Uribe, de Sardinal Guanacaste.**

“Habría que probar la versatilidad del producto y su eficiencia, pero como toda novedad, es bienvenida en el mercado. Siempre es importante darle nuevas alternativas a los clientes. En esta zona se consume mucho el perling y la madera, por lo que podría adaptarse muy bien”.

**Edwin Castillo, Administrador de Ferretería Pachicha, Zona Sur.**

“Habría que conocerlo y ver bien sus aplicaciones, pero por la innovación, podría ser un producto muy atractivo. Manejar varias alternativas para una aplicación es una ventaja que hace que los clientes aumenten”.

**Holder Rodríguez, Administrador, Ferretería Martínez & Rodríguez. Tamarindo, Guanacaste.**

Parece que se trata de una innovación muy atractiva. Nos gustaría ponerlo a prueba en esta zona, porque a veces se requiere contar con productos novedosos que ayuden a combatir la escasez de otros”.



otros.

En este momento, en el país, hay instalaciones hechas en La Marina de los Sueños, en el Hotel St. Regis, en varias casas en Guanacaste, en el Hotel Lapa Ríos en Puerto Jiménez, y otros lugares.

Manifiesta que la utilidad que podría percibir un ferretero con la venta de este producto, podría oscilar entre un 20% y un 25%.

**HÁGALO  
UD. MISMO**

# Aplicaciones del Duretán



Horacio Acosta

**Horacio Acosta, uno de los propietarios de la ferretería Acosta, en San Bosco de Carrizal de Alajuela, pregunta: "¿Qué otras aplicaciones posee este producto, además de servir como sellador para goteras?"**

R/ Víctor Cordero, Gerente de Ventas de la empresa Mega Líneas, distribuidores exclusivos de este producto, responde:

El Duretán es un sellador de poliuretano para juntas constructivas que puede aplicarse para hacer sellos perimetrales, sellos en muros de ventanas, sellos en techumbres, en grietas de paredes como resanador, para sellar juntas, para carrocerías "y una amplia gama de sustratos". También se utiliza para rellenar las juntas y uniones en canoas.



Víctor Cordero

## Pintable

Para el caso de grietas en paredes, se puede aplicar mediante el uso de una espátula.

Cordero comenta que el producto es versátil, pues presenta adherencia con la mayoría de sustratos de la construcción: techos, paredes cementicias, pisos, metal, zinc, teja, concreto, fibrolit, aluminio, entre otros.

Indudablemente, indica que como tapagoteras funciona muy bien, de hecho "ha sido una solución acertada para muchos clientes ferreteros, ya que a diferencia de la cinta, requiere mayor tiempo para tapar una gotera, pero su estadía en el tiempo es mucho mayor".

Otras de las ventajas es ser pintable, no se resquebraja y tiene una capacidad de movimiento del 25% y una vez que sella, solo se puede retirar con el uso de solventes. Viene en colores blanco, gris, negro, bronce, teja y verde.

## Proceso

1. Se aplica cantidad suficiente del producto a lo largo de toda la junta.

2. Una vez aplicado el producto a lo largo, con una espátula se procede a esparcirlo por todo el canal.

3. Se deja secar y listo.



**Un amplio surtido  
de herramientas  
para una gran  
variedad de  
aplicaciones**



**INTRUDER  
DIAMOND TOOLS**  
www.intruderdiamondtools.com  
Tel: (506) 2226-3070 info@intruderdiamondtools.com

**duretán®**  
Sellador de poliuretano



DISPONIBLES EN COLORES:

- GRIS
- NEGRO
- BLANCO
- TEJA
- BRONCE
- Y AHORA EN COLOR VERDE

duretán® ha sido formulado fundamentalmente para:

- Sellos o uniones elásticas, herméticas, impermeables y durables entre materiales porosos y lisos.
- Sellos de juntas constructivas con movimiento severo entre materiales como mampostería y paneles prefabricados en general.
- Sellos entre aluminio y muro, muros de contención, láminas de aluminio, láminas galvanizadas, y mucho más.
- Notable resistencia al envejecimiento e intemperismo.
- Resistente a la humedad salina.

Representante y Distribuidor exclusivo:



Tels. (506) 2240-3616 • Fax. (506) 2240-2629 • www.megalineas.com • ventas@megalineas.com • victorcordero@megalineas.com

## PRODUCTOS FERRETEROS



**Puerta cedro**  
P-80, 8 paneles.  
Sin laca 0.90 X2.10



**Puerta cedro.**  
6 paneles.  
Sin laca 0.85 X 2.10.



**Aflojatodo:** Compuesto súper penetrante y lubricante de acción inmediata, desengrasa y lubrica partes metálicas aun cuando están oxidadas o corroídas.



**Epóxico Metal Magic:** Epóxico en pasta de 2 partes cortable que no puede faltar en una caja de herramientas por su efectividad de trabajo y forma práctica de aplicación.

**Distribuye:**  
**Transfesa.**  
**Tel.: (506) 2210-8989**

## PRODUCTOS FERRETEROS



**Zip Sander** Dispositivo especial para lijar cualquier superficie. Posee un sistema de adhesión que permite intercambiar fácilmente el tipo de lija.



**Panel para ducha con masajeador**  
Panel de fácil instalación para duchas con sistema de masajeador y asiento. Ideal para cualquier tipo de baño.

**Distribuye: Ali Industries,**  
**de EE.UU.**  
**Tel.: (937) 878-3946**

**Distribuye: Expo Cerámica**  
**Acabados**  
**Tel.: (506) 2203-3004**



**Plaquería Blue de Sica,**  
Diversidad de colores y estilos.



**Mezcladora de concreto..** 130 P. ½ saco. Portátil. 155 litros de capacidad de mezcla. 55 kilos de peso. Eléctrica a 110 Voltios.



**Duchas Boccherini**  
Diversidad de colores. Respaldo total con repuestos y stock.



**Compresor Heavy Duty**  
200 PSI. Máximo 15 galones. Compresor de taller eléctrico. 5.4 CFM. Libre de aceite.

**Distribuye: Estomba**  
**Tel.: (506) 2227-4107**

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



**Sierra de doble propósito**  
utilidad de Makita, que puede ser usada como prensadora o como ingleteadora.



**Cocinas o Plantillas empotrables de vitrocerámica Teka a gas o eléctricas.** Permiten aprovechar al máximo el espacio del que se dispone y proporcionan elegancia y comodidad.

**Distribuye: Abonos Agro**  
**Tel.: (506) 2211-5000**



**con gente**  
El congreso Internacional de RRHH

**5 y 6 de noviembre**  
**Hotel Real Intercontinental**  
**San José, Costa Rica**

En la Quinta Edición de Congente usted podrá conocer las nuevas tendencias y herramientas tecnológicas utilizadas en la Gestión de Recursos Humanos. El congreso es desarrollado en conferencias, talleres y mesas redondas por reconocidos conferencistas de clase mundial. Además cuenta con un área de exhibición para proveedores del sector permitiéndole introducir nuevos productos, fortalecer relaciones con los clientes, posicionamiento de marca y adquirir nuevas cuentas.

**zServicio al cliente:**  
Silvia Zúñiga • Tel.: (506) 2 520-0070 ext 147  
• silvia.zuniga@eka.net

**Vea los detalles en**  
**www.congente.org**

Organizan:

**EKA** **Aporta**  
LA REVISTA EMPRESARIAL **RESOLUTIONS**

# ¿Qué hace cuando le piden un producto para el que no tiene información?



**Evelio Castro**  
Ferretería Quemoy  
Liberia - Guanacaste  
6 años de experiencia



**José Antonio Quesada**  
Ferretería Quincho  
San Ramón de  
Alajuela  
9 años de experiencia



**Geancarlo Prado**  
Almacenes Unidos  
Hatillo, San José  
7 años de experiencia



**Diego Cubero**  
Maderas Garabito  
Jacó - Puntarenas  
12 años de experiencia

El primer objetivo es hacer una buena venta que significa que el cliente se vaya satisfecho y que entienda las ventajas y aplicaciones del producto. En un caso como este, lo primero que hago es consultar con mis superiores para aclarar cualquier duda.

Cuando sucede inmediatamente consulto con alguno de mis superiores o bien, leo las instrucciones del producto.

Trato de conocer bien de antemano todos los productos, pero cuando se trata de un producto que acaba de ingresar y por casualidad un cliente entró a solicitarlo, busco información con otro compañero o bien llamo directamente al distribuidor.

Primero que todo busco la forma de dar una solución, ya sea preguntado al compañero de proveeduría que es quien adquiere en primer instancia, los productos. Y si aún así, no hay información, busco el manual del artículo para consultarlo, pues no se puede dejar ir un cliente con dudas.

## ¿Cómo se capacita?

En la primer oportunidad, cuando el mayorista llega a la ferretería aprovecho para hacerle todas las preguntas que me han hecho los clientes y capacitarme más. Un cliente mal asesorado es un cliente que probablemente no volverá más al negocio.

Para capacitarse llamo directamente a la casa distribuidora o al propio agente de ventas. Para nosotros, cada vez que ingresa un producto nuevo, lo más importante es que detrás de este venga una buena capacitación. De ninguna manera, el negocio puede funcionar bien si los clientes quedan mal asesorados.

Ante estas eventualidades, es bueno leerse completamente las cartillas de cada producto para estar preparado para las preguntas del cliente. Una pregunta que se deja de contestar es una venta que se pierde. Es importante estar al día y aprovechar las capacitaciones que brindan los proveedores.

La mejor forma de capacitarse en estos casos, es solicitar una charla técnica o bien llamar directamente al proveedor para aclarar las dudas. Muy importante es apuntarlas para no olvidar nada en otra situación similar que se presente.

## Guía de Proveedores

## CLASIFICADOS

EMPRESA	TELEFONO	FAX
<b>ACABADOS</b>		
Ceinsa.....	2250-5656.....	2250-5781
Corporación Macavi S.A.....	2293-1476.....	2293-4594
<b>ACERO</b>		
De Acero de C.V.....	2296-2384.....	2296-2384
<b>AIRES ACONDICIONADOS Y VENTILACION</b>		
 	San José: 2226-8071/Jacó: 2643-5256 Solarium: 2668-1140/Huacac	
<b>ALMACEN</b>		
Almacén Mauro.....	2220-1955.....	2220-4456
<b>ALQUILER Y VENTA DE EQUIPO E INGENIERIA</b>		
Esco.....	2242-2929.....	2232-3737
<b>AUTOMOTRIZ</b>		
AutoStar Vehiculos.....	2295-0000.....	2295-0052
Purdy Motor.....	2287-4180.....	2287-4311
<b>CONSTRUCCION</b>		
Comex.....	2288-5500.....	2289-8407
<b>CONSTRUCTORA</b>		
Constructora Costarricense (COCOSA).....	2282-7141.....	2282-7226
Desarrollos Tecnicos S.A.....	2234-0065.....	2234-1528
Deyspo S.A.....	2434-1008.....	2433-8042
Edificadora Centroamericana Rapiparedes (Edificar).....	2519-6900.....	2232-0504
<b>DEPOSITO DE MATERIALES</b>		
Deposito de Materiales El Domingueño.....	2244-0571.....	2244-1766
Deposito El Rafaelaño S.A.....	2263-4000.....	2263-4000
Deposito El Trinitaño.....	2245-2562.....	2245-3434
Deposito Las Gravillas.....	2259-5555.....	2219-6886
Deposito y Ferretería Los Angeles.....	2262-3303.....	2237-4110
<b>DISTRIBUIDORA</b>		
DIPROFESA.....	2234-7286.....	2225-3042
Distribuidora Arsa S.A.....	2285-4224.....	2245-6331
Distribuidora Ipacarai.....	2219-9621.....	2219-8552
Distribuidora Procasa S.A.....	2297-3287.....	2297-3284
Dsit. De Materiales y Equipos Dismatec Técnica S.A.....	2292-0184.....	2229-0147
Torneca.....	220-7777.....	2207-7700
<b>DISTRIBUIDORA DE PRODUCTOS AGRICOLAS</b>		
Imacasa S.A.....	2293-3692.....	2293-4673
<b>ELECTRICO</b>		
Aguila Eléctrica Centroamericana.....	2261-1515.....	2237-8759
Almacén Eléctrico Rorifer.....	2666-8686.....	2666-2690
Compañía de Desarrollo Eléctrico, S.A CODELEC.....	2253-1170.....	2225-0242
Eaton Eléctrica S.A.....	2247-7600.....	2247-7683
EBISTIC S.A.....	2293-8778.....	2293-6068
Electro Beyco S.A.....	2460-0775.....	2460-0625
Estomba S. A. (SICA).....	2227-4107.....	
<b>EMPAQUES</b>		
Empaques y Productos Plásticos.....	2265-6500.....	2265-6600
<b>ESTRUCTURAS PREFABRICADAS DE CONCRETO</b>		
ESCOSA.....	2234-0304.....	2234-0185
<b>FERRERIA</b>		
AG Almacenes González.....	2537-1515.....	2537-1638
AGELEC.....	2494-8996.....	2494-8995

Consortio Ferretero de San José (COFERSA).....	2205-2525.....	2205-2424
COSMAC.....	2260-7575.....	2260-7575
Do it Center Papagayo.....	2667-0667.....	2667-0525
El Colono Cedral.....	2460-2644.....	2460-0284
El Eléctrico Ferretero S.A.....	2259-0101.....	2226-5037
El Fontanero.....	2247-0733.....	2236-8686
El Lagar.....	2259-5959.....	2259-4575
EPA.....	2588-1145.....	2588-1147
Grupo Samboro GS, S.A.....	2260-0606.....	2237-2651
I.B. Industrial.....	2453-1250.....	2453-1250
Indianapolis S.A.....	2243-1716.....	2243-1733
Kemiko de Costa Rica.....	2215-3601.....	2215-3598

### HERRAMIENTAS

Corte y Precisión de Metales Ltda.....	2256-1784.....	2223-1860
--	----------------	-----------

### IMPORTACION

German-Tec de Costa Rica.....	2220-0303.....	2220-0310
-------------------------------	----------------	-----------

### INDUSTRIA

3M Costa Rica, S.A.....	2277-1000.....	2260-3838
Aceros Centroamericanos S.A.....	2235-0304.....	2235-1516
Bticino Costa Rica S.A.....	2298-5600.....	2239-0472
DIASA.....	2443-2425.....	2440-4656
Espartaco.....	2242-4603.....	2272-0237
Laminadora y Trefilería Costarricense.....	2236-0039.....	2236-3776
Schneider Centroamerica Ltda.....	2210-9400.....	2232-0426

### MAQUINARIA

Agrosuperior S.A.....	2210-5350.....	2231-5059
Madeco Ltda.....	8386-4789.....	2239-1674

### MATERIALES DE CONSTRUCCION

Acerplas S.A.....	8878-0164.....	
Cemex Costa Rica.....	2201-2002.....	2201-8202
Centros Industriales Torneca.....	2207-7777.....	2207-7700
Comercial Superbloque, S.A.....	2293-9162.....	2293-8324
El Guadalupeño S.A.....	8814-1786.....	2280-8631
Henkel Costa Rica Ltda.....	2277-4800.....	2277-4881
Holcim Costa Rica S.A.....	2205-3000.....	2205-2700
Vértice.....	2256-6070.....	2257-4616

### MAYORITAS

Difesa.....	2236-7424.....	2236-7550
-------------	----------------	-----------

### PINTURA

Celco de Costa Rica.....	2279-9555.....	2279-7762
Duralac.....	2257-7075.....	2256-3719
Lanco & Harris.....	2438-2257.....	2438-2162

### PLASTICOS



Tel: 2453-1251 • Fax: 2453-1873  
www.plastimexsa.com

### SERVICIOS

Condicen Ltda.....	2282-1949.....	2282-1950
Elvatrom S.A.....	2242-9929.....	2232-6071

### SUMINISTROS PARA FERRERIA

Capris S.A.....	2290-0102.....	2231-4485
Electro Válvulas S.A.....	2285-2785.....	2285-2885
Importaciones Vega.....	2494-4600.....	2494-0930

### TIENDAS ESPECIALIZADAS

Cerámicas Mundiales S.A.....	2233-0153.....	2259-8484
------------------------------	----------------	-----------

### TUBERIA

Durman Esquivel S.A.....	2436-4700.....	2256-7176
Eisenkraf - Hermann Schmidt Cia Ltda.....	2257-6964.....	2222-8679

Aquí los empresarios encuentran ideas y soluciones para incrementar su productividad, bajar costos y ser más competitivos. Información: Johanna Argüello. Tel. 2520-0070 ext. 130, email: johanna.arguello@eka.net



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

¿Se ha preguntado cuál es la diferencia entre nombre y marca comercial? Y ¿A qué categoría pertenecen sus productos? Construir y posicionar una marca es una de las tareas más difíciles, pero a la vez que más beneficios le puede traer a su empresa. Si el mercado está dispuesto a pagar más por su producto aunque sea igual que el de la competencia, entonces usted ya ha construido una marca y sólo el hecho de tenerla le da derecho a cobrar un sobrepeso. De igual forma, si los clientes prefieren comprar en su ferretería simplemente porque le atribuyen características como un mejor servicio o surtido, eso quiere decir que su marca también le otorga un lugar

privilegiado en el mercado. Aquellos productos o locales comerciales que no encuentran otra forma de competir, más que por precio, poseen un simple "nombre comercial" y no una verdadera marca. Para entender esto, imagine la siguiente situación: En una misma calle se encuentran dos ferreterías, bastante similares y con precios parecidos. Para ganar una mayor porción de mercado la ferretería A decide, en promedio, disminuir en un 10% sus precios. Como es lógico, ahora esta ferretería es dueña de una mayor porción del mercado. Y como es lógico también, la ferretería B decide bajar no un 10% sino un 12% sus precios, para

recuperar la tajada que perdió y de paso quedarse con algo más que antes le correspondía a la ferretería A. Para sorpresa de ambas, a los meses llega al barrio un local ferretero cuya marca inspira confianza y tiene fama de ofrecer un excelente servicios. Con respecto a los precios...éstos superan a los de ambas ferreterías y aún así consiguen quedarse con buena parte de los clientes. ¿En qué situación se encuentra usted? Piense qué valores le atribuye el mercado a su marca y sea consistente en todos sus esfuerzos de mercadeo, para reforzar los atributos positivos con que usted quiere que relacionen a su marca.

## LISTA DE ANUNCIANTES

Empresa	Contacto	Cargo	Teléfono	Fax	Apartado	Email
Capris	Gerardo Gutiérrez	Director Comercial	2519 50 00	N.D	N.D	gerardo.gutierrez@capris.co.cr
Copper and Tools	Jeysol Miranda	Asistente de Gerencia	2289 96 98	2288 27 74	N.D	sylvania@copperandtools.com
Eagle Centroamericana	Arturo Rosabal	Gerente General	2260 03 27	2237 87 59	441 1150	N.D
Electro Válvulas	Ilka Vargas	Manager	2285 26 85	2285 28 85	1235 2100	ilkavargas@gmail.com
Expocerámica	Rebeca Arroyo	Gerente Administrativo	2203 49 69	2203 43 03	N.D	rarroyo@expoceramica.cr
Festacro	Greivin López	Gerente General	2447 78 86	2447 78 86	N.D	distribuidorag@ice.co.cr
Henkel de Costa Rica	Stewart Chan	Sales Manager	2277 48 00	N.D	N.D	stewart.chan@cr.henkel.com
Hoggan International	Milena Solano	Encargada de Mercadeo	2256 86 80	N.D	N.D	milena@hogganint.com
Imacasa	Andrés Zamora	Gerente General	2293 27 80	2293 46 73	N.D	azamora@imacasa.com
Importaciones Camvi JLCR	Randall Campos	Gerente de Ventas	2260 85 94	2260 85 97	N.D	rand77cr@hotmail.com o el soldadlc@ice.co.cr
Importaciones Vega	Rafael Vargas	Gerente General	2494 46 00	N.D	N.D	impovega@racsa.co.cr
Importadora America	Erick Bermúdez	Gerente General	2292 24 24	2229 58 18	N.D	iamerica@racsa.co.cr
Importadora Koby S.A	Rosny Zamora	Representante en Costa Rica	2289 96 98	2288 27 74	N.D	rzamorapereira@yahoo.com
Importadora Técnica Alfaro	Walter Alfaro	Gerente General	2226 30 70	2226 11 21	N.D	walter.alfaro@intruderdiamondtool.com
Invermec	Daniel Restrepo		576886 42 00	57496886 41 49	N.D	danielrestrepo@invermec.com
Irving Industrial	Allan Elizondo	Sales Manager	2524 16 21	2524 16 22	N.D	N.D
Kimberly Clark	Andrea Azofeifa	Mercadeo	2298 31 83	2298 31 79	N.D	andrea.azofeifa@kcc.com
La Casa del Tanque	David Peña	Gerente de Mercadeo	2227 37 22	2226 52 18	1412 1011	davidp@lacasadeltanque.com
Laminadora Costarricense	Rebeca Araya	Coordinadora de Comunicación y RSE		2507 42 01	N.D	info@arcelor.co.cr
Lanco Harris	Ignasio Osante	Gerente General	2438 22 57	2438 21 62	7898 1000	lancoyharris@racsa.co.cr
Mapar	Johan Portuquiez	Gerente de Ventas	2228 32 32	2228 32 32	N.D	jportuquiez@mapar.us
Megalineas	Víctor Cordero	Gerente de Ventas	2240 36 16	2240 26 29	N.D	victorcordero@megalineas.com
Metálica Imperio	Mario Solano	Gerente Comercial	2293 37 37	2293 09 16	N.D	msolano@metalicaimperio.com
Pinturas Alfa	Edgar Hidalgo	Gerente General	2433 81 55	2433 91 02	891 4050	info@pinturasalfa.com
Productos de Concreto	Adriana González	Mercadeo	2205 30 00	2205 27 00	N.D	adriana.gonzalez@holcim.com
Schneider Electric Centroamerica	Ramiro Álvarez	Gerente General	2210 94 00	2232 04 26	4123 1000	ramiro.alvarez@cr.schneider.electric.com
Sur Química	Eduardo Fumero	Gerente General	2211 34 00	2256 06 90	2234 11 50	N.D
Tomillos la Uruca	Javier Rojas	Gerente de Mercadeo	2256 52 12	N.D	N.D	jrojas@tomilloslauruca.com
Transfesa	Oscar Martínez	Gerente de Ventas	2210 89 89	2291 07 31	215 21 50	omartinez@transfesa.cr
Unidos Mayoreo	Javier Velázquez	Gerente Mayoreo	2275 88 22	2275 06 47	3008 1000	jvelazquez@almacenesunidos.com

# 495™

SuperBonder®

# LOCTITE®

## Adhesivo Instantáneo

La mejor forma de unir materiales

### NUEVA PRESENTACIÓN



# Crédito sano = poder de negociación

## Materiales Meza

Probablemente, quien pase muy rápido por la calle que da al cementerio principal de Alajuela, puede que no note nada extraño... Sin embargo, 50 metros antes de este camposanto, viniendo de sur a norte, es fácil observar un ajetreo y un vaivén de productos y clientes entrando y saliendo.

Se trata del negocio ferretero Materiales Meza, propiedad de José Antonio Meza, desde hace más de 25 años.

Fue una de las últimas mañanas de viernes, de mayo, de esas de calor recalcitrante y una humedad que se asoma por todas partes, cuando decidimos abordar a Meza para que nos contara algunos de los pormenores de los 2500 metros cuadrados de negocio, que posee en la actualidad.

Igualmente, también posee otra sucursal en Desamparados de Alajuela, con 1400 metros cuadrados.

Muy rápidamente, la cajera nos conectó de inmediato con la oficina del jefe, pues los 35 colaboradores que conforman la empresa se encontraban a manos llenas atendiendo aquel mostrador atestado de clientes.

Frente a su oficina, no tuvimos que esperar mucho para oír el "pase adelante" y de inmediato, el mismo Meza nos invitó a pasar.

Con el último ejemplar de la revista en sus manos, y como en broma, nos abordó: "ya decía yo, que esa cara nos era conocida".

Casi de inmediato, y antes de que pudiéramos sentarnos, uno de sus colaboradores ingresó para comentarle que el precio del cemento acababa de subir.

"No sé que iremos a hacer quienes estamos en este negocio, pues aunque todos piensen que una subida de precios nos beneficia grandemente, no todo es así, porque cuando pasan estas cosas, más bien los clientes tienden a disminuir su consumo", dijo Meza.

De inmediato, se dirigió nuevamente a su ayudante y le indicó que prosiguiera con el pedido que estaba pendiente hacer a la fábrica

cementera.

"Es que para tener más orden y dar una mejor atención, decidí tener dos puestos de proveeduría, uno para la parte ferretera y otro para la parte de materiales. Así un colaborador se encarga de atender a todos los proveedores de su respectiva área y se agilizan más las cosas".

Sin percatarnos y solo por estas palabras y validos de esta circunstancia que se presentó con su colaborador, ya Meza nos había dado el primer tip para mantener un negocio que lleva instaurada la fama de "buena paga" y un cliente a veces hasta "peleado" por los proveedores.

Apenas le habíamos mencionado el tema, con énfasis, y mirándonos por encima de los lentes, atinó a decir. "En este negocio acostumbro a pagar todos los proveedores a finales de mes".

Asegura que primero lo hace por orden, posteriormente porque le gusta que los mayoristas tengan confianza en su negocio. "Los proveedores son mis amigos, mis aliados y me gusta ser ágiles con ellos para que éstos lo sean conmigo", añade Meza.

Es partidario de la idea de que quien es buena paga, recibe buena atención y buen servicio. "Además, con esta política y estrategia me he ganado la confianza y el respeto en el sector. Me gusta que a mi empresa la midan con una proyección de buena imagen y salud económica".

Aunque hay proveedores que otorgan plazos de pago que van desde 45, 60, 90 y hasta más días, Meza prefiere no valerse de eso, pues sabe que pagando a un mes plazo, su

poder de negociación aumenta considerablemente, lo que le permite obtener precios más atractivos.

Y si de pagar se trata, este ferretero señaló de inmediato donde estaba el cúmulo de empleados para indicar que "en el pago igualmente soy fiel con ellos, pues religiosamente todos los viernes reciben su salario. A los colaboradores hay que mantenerlos felices y hay que cuidarlos en todo momento, por eso, hasta médico de empresa tenemos, ya que la salud del personal es muy importante".

### Precios

En las casi dos horas que pudimos estar ahí, pudimos constatar que el ir y venir de los clientes no cesó y a mostrador lleno, los empleados iban y venían en busca de los productos.

Y es que según Meza, sus cálculos diariamente se atienden 975 clientes diarios, pues cada empleado que atiende público, al final del día, ha conseguido facturar talonario y medio.

¿Cómo lo logra? Según él busca que sus empleados otorguen una buena atención, pero subraya que no debe ser un servicio cualquiera. "Les he dicho que se ubiquen en la "acera de enfrente" y si ahí tratan la gente con grosería, nosotros debemos practicar todo lo contrario".

Reconoce que tiene muchos clientes, pero lo más importante es conservar los que ya tiene y tratar de hacer otros nuevos. "Nos hemos dado cuenta que muchos compradores llegan porque otros nos han recomendado, aunque también reconozco que los precios que manejamos también son una ventaja importante".

Y precisamente, cuando nos disponíamos a



## EL FERRETERO

tocar la parte de los precios, Meza abrió la ventana de su oficina, la que daba directamente a la planta baja donde estaba el mostrador del negocio y atinó a decir: "para tener un buen inventario y buenos precios hay que saber negociar. El servicio, nuestro stock de productos y precios hacen que tengamos un alto tránsito de compradores todos los días".

Igualmente, como todo empresario que vive del comercio de productos, dice que otra estrategia que utiliza es la de sondear los precios de la competencia, pues eso le permite mantenerse actualizado y reaccionar en beneficio de sus clientes.

"Tampoco se trata de bajarse en los precios, de entrar en una guerra con la competencia, porque nadie en un negocio está para perder, pero sí de buscar ventajas que se puedan trasladar a los clientes", enfatiza.

Hoy, con sus dos sucursales, Meza se siente satisfecho, sin embargo, ya apuntó a la construcción de otra sucursal, la que espera tener lista en un año y situada muy cerca de esta, casi a la vuelta.

"Tenemos un terreno de 6200 metros cuadrados y la idea es abrir esta sucursal y un centro comercial".

Dadas las estrategias que sigue en materia de precios y pagos a sus proveedores, grupos de empresarios afines incluso han invitado a José Antonio para que comparta sus experiencias con ellos.

"Uno se siente bien cuando otros empresarios toman en cuenta la trayectoria y el prestigio que hemos logrado cosechar", concluye Meza.

### Meza en sus inicios

Este ferretero cuenta que hace 25 años, abrió su negocio en un pequeño cuartito, en el que apenas tenía un muchacho que le ayudaba como cargador, una señorita que se encargaba de cobrar y él de atender los clientes.

"Teníamos una empresa familiar que se llamó Mosaicos Meza, en la que además de los pisos, los clientes nos pedían cemento, varilla, mallas, por lo que me di cuenta de que podría tener una oportunidad en esto de la ferretería y los materiales de construcción", asegura Meza.

Y así fue, y poco a poco el negocio empezó a crecer, al que luego se incorporaron sus hijos: Esteban, Adrián y Julián como hombres de confianza y en 1990 dio el salto para llegar a conformarse en lo que es hoy.

Meza destaca que el fuerte de la empresa son los materiales de construcción, y que en el negocio reciben clientes de muchas partes de la zona como la Guácima, de la Garita, de San Isidro de Alajuela, entre otros.



**"La fama de buena paga que poseemos en el sector, nos ha permitido tener un stock muy completo de productos y ser competitivo en precios". José Antonio Meza, Propietario de Materiales Meza de Alajuela junto su hijo Esteban que se encarga de la parte de ferretería de la empresa y su hermano Eduardo, de transportes.**

# Eficiencia Energética

- Plan de acción a largo plazo
- Contabilidad de los ahorros alcanzados
- Aumento de competitividad y rápido retorno de la inversión
- Manejo de la demanda
- Total control de la energía
- Confianza en años de investigación en eficiencia energética

**"Make the most of your energy"**

www.schneider-electric.co.cr

**Schneider**  
Electric

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



***La mejor pintura, al mejor precio***

Pinturas  
**Koral**