

tuercas y tornillos



# De trailerero a ferretero

Después de toda una vida dedicada a los camiones, al ir i venir de país en país por más de 20 años, Erick Alfaro decidió abrir una ferretería en El Cacao de Alajuela, un negocio en el que atiende cerca de 200 clientes diarios, junto a Victoria Bastos, su esposa.

- 20** La "guerra" del zinc 28
- 24** Especial de herramientas eléctricas
- 34** Automotriz: mercado enfila sus baterías
- 12** Lince para los negocios

ISSN 1409-2301



Porte Pagado  
Port Payé  
Permiso N°130



Le presentamos

El adhesivo acrílico líder del mercado

# Maxicril<sup>®</sup>-70

¡Ahora en

# 2

versiones!



## Maxicril<sup>®</sup>-70

Adhesivo o aditivo no reemulsificable para mortero.



**NUEVO**

## Maxicril<sup>®</sup>-70 Industrial

Adhesivo o aditivo no reemulsificable para mortero y concreto en pisos industriales.

- Incrementa la adherencia de los morteros a la superficie.
- Reduce el fisuramiento y permeabilidad, prolongando la durabilidad de su construcción.

¡Ahora puede recibir información sobre nuestras innovaciones en productos y servicios!

Envíenos su email a [mercadeo.cr@intaco.com](mailto:mercadeo.cr@intaco.com) y entérese de las novedades que INTACO tiene para su negocio.

# LANCO<sup>®</sup>

Ya NO importa qué hay  
al otro lado de la pared

Selle, impermeabilice  
y pinte de una sola vez.  
**DRY COAT de LANCO**  
tiene el poder de 3 en 1.

**DETIENE 100%  
EL PASO DEL AGUA**



**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)

Síguenos en



# CONTENIDO



Paace Automechanika de México, mostró lo último de las tendencias del mundo automotriz, en accesorios, repuestos y tecnología.

## 10 PINCELADAS

### 18 MERCADEO

#### ¿Ya conoce sus mejores clientes?

Muchos comerciantes y vendedores olvidan - o no conocen - que el 80% de las ventas las generan solo un 20% de los clientes. De ello, se origina la enorme preocupación por retener al cliente, especialmente aquellos que hacen las grandes compras.

### 20 EN CONCRETO

#### ¿A cuál 28 le apunta usted?

Los nubarrones que se tienden sobre el mercado de techo, se levantan sobre una "fiera" competencia, sobre todo para láminas de mayor comercialización como las de calibre 28.

### 24 ESPECIAL

#### Herramientas eléctricas

En el último año, el "boom" de este tipo de herramientas se ha desatado, al incrementar el consumo de los usuarios, lo que hace que muchas ferreterías sumen en su inventario, este rubro, que ya sobrepasa entre toda la oferta promedio un 15%.

### 31 AUTOMOTRIZ

#### Feria Automechanika de México

#### 34 Baterilleros enfilan sus baterías

El mercado de baterías se debate entre una marcada oferta, casi complaciente para todos los gustos en cuanto a precios, calidades y garantías, y con de cerca de 4 millones de vehículos, que consumen o compran cerca de 35 mil unidades mensuales, lo que lo hace arbatadoramente atractivo, los oferentes se disparan en una pelea encarnizada por una tajada más grande del pastel.

### 36 PERFIL

¿Y qué hay de nuevo, Bticino?

### 38 EL DEPENDIENTE

¿Cuando un cliente le pide un producto para tapar goteras, cuál recomienda primero? ¿Por qué?

### 39 CIMIENTOS

### 40 EL FERRETERO

#### De trailerero a ferretero...

Erick Alfaro, un día de tantos, después de tanto trajín, cuando ya había pasado la frontera de México, y atrás había quedado el viaje hasta Georgia, se dio cuenta que ya estaba cansado, muy cansado, y de no ver a su familia, por lo que optó por abrir, hace 5 años, una ferretería en El Cacao de Alajuela.



Marcamos  
la tendencia  
en color:  
molecular magic.



LIME TWIST  
89YY78/269

EN PROTECTO, ESTAMOS  
A LA VANGUARDIA. POR ESO,  
PARA QUE LAS PAREDES DE TU HOGAR  
ESTÉN A LA MODA

TE PRESENTAMOS  
EL COLOR DEL AÑO  
Y LAS TENDENCIAS DEL 2011.



Encuentra en nuestras tiendas todo lo que necesitas para decorar  
• Color @ Home • Color Touch • Asesoría en decoración gratis.

Visita además nuestro nuevo sitio web  
con tips y herramientas para renovar tu hogar.

Búscanos en:  Color Fans

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

AHORA TODAS  
NUESTRAS PINTURAS

**100%**  
acrílicas  
LIBRES DE  
amoníaco

OLVÍDATE  
DEL OLOR

## En nuestra próxima edición

SETIEMBRE / TYT 183

### Abrasivos

Si los abrasivos representan más del 8% del total de inventario en una ferretería, busque que los suyos sean de los primeros en venta, a través de TYT.

Productos: discos, lijas, piedras de esmerilar, corte, desbaste, espátulas, esponjas, productos para pulir, mascarillas, ropa de trabajo, bandas hojas y discos de lija, discos para sierra dentados y diamante

### Los más vendidos

Un catálogo y guía de compras con los productos de más alta rotación para los canales ferretero y de la construcción

Cierre Comercial: 22 de agosto

## Anúnciese en TYT



Braulio Chavarría  
braulio.chavarría@eka.net  
Tel.: 2231-6722 ext.137  
Cel: 8372-1192

## PINCELADAS



Mario Leiva (derecha), Gerente de Ventas del Eléctrico Ferretero, hace entrega de la moto a Didier Fernández (centro), Gerente General de Grupo Santa Bárbara, premio que obtuvieron con la promoción del Mes Eaton.

### ¡Mes electrizante!

La promoción del mes Eaton que celebró el Eléctrico Ferretero, dejó la primer ferretería feliz.

La alegría le llegó a Grupo Santa Bárbara, al resultar ganador de una motocicleta Honda 125 cc, nueva de paquete, ideal para el servicio express, en las ferreterías.

Según Mario Leiva, Gerente de Ventas del Eléctrico Ferretero, esta promoción se hizo en conjunto con Eaton, y consistió en que las

ferreterías recibían una acción, por cada ¢250 mil de compra.

Pero las oportunidades para los ferreteros no paran ahí, ya que Leiva anuncia que el mes de setiembre, también traerá una moto. "Entre más acciones obtenga una ferretería, más oportunidad de ganar".

El segundo sorteo se hará en combinación con el resultado de la lotería nacional, del 09 de octubre.

## Nuestros puntos de distribución

Encuentre ejemplares de TYT en:



6,230 vistas  
[www.tytenlinea.com](http://www.tytenlinea.com)



Suscríbese en [www.tytenlinea.com](http://www.tytenlinea.com) o al Tel.: (506) 2231-6722 ext.152

6 AGOSTO 11 TYT • [www.tytenlinea.com](http://www.tytenlinea.com)

EVITESE LOS DOLORES DE  
CABEZA COMPRANDO  
**HERRAMIENTAS  
DE CALIDAD**



El alto rendimiento de las herramientas MAKITA hacen que su trabajo sea más sencillo y placentero, digno de un profesional.



Cód. 624530



Cód. 622641



Cód. 633436



Cód. 626824



Cód. 677808



Cód. 675206



Cód. 676966



Cód. 628602



Cód. 626251



Cód. 679214



Cód. 675153



Cód. 675197



Cód. 675628 / 675737 / 675715



Cód. 677217



Contamos con un gran stock de accesorios para toda la línea de productos MAKITA, los cuales cumplen con altos niveles de seguridad, encuéntrelos en los principales distribuidores de Abonos Agro.

**CENTRAL TELEFONICA TEL: 2211-5000**

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

Mayoreo Abonos Agro: De Madisa 200 mts norte y 200 mts oeste.

Horario: Lunes a Viernes de 7:00 a.m a 5:30 p.m.



**MAYOREO**

# Cuando la competencia no importa



Hugo Ulate Sandoval  
hugo.ulate@eka.net

¿Cómo desarrollar nuevos mercados donde la competencia no tiene ninguna importancia? Una pregunta que no pareciera encontrar su respuesta en ningún diccionario, pero sí la tiene la zagacidad de un empresario, de uno ferretero.

¿Cuánto pagaría usted por una buena idea, una de esas que cambian el rumbo de cualquier negocio y que de inmediato arroja ganancias? Probablemente, mucho y tal vez no tanto si ya la tiene... Pero toda idea de negocio, siempre nace a partir de superar la competencia, y es que competencia es cualquier empre-

sa que supere las expectativas de sus clientes, pero si alguna ferretería satisface mejor que la suya, a la hora de las comparaciones, su negocio sufre.

Y no se trata tampoco de perder porque nadie está para eso, se trata simplemente de hacer un alto en el camino, olvidar por su momento su más inmediato competidor, y caminar a su propio ritmo, sin esperar para reaccionar, sino reaccionando primero. ¿O no es acaso la ferretería la mejor escuela para conocer las necesidades de los compradores?

Las solas promociones que los mayoristas llevan a su negocio, son las mismas que llevan donde su competidor, por lo que entonces, no hay que analizar mucho para darse cuenta, que probablemente en su área de influencia, y que es la misma que sus adversarios, todos tienen lo mismo.

Innovar la demanda, podría ser el primer paso para restarle importancia a su competencia. ¿Pero, cómo lograrlo? Usted tiene los productos, y si habla con sus

compradores todos los días, y si sale a buscarlos antes de que lleguen a su tienda, sabrá con certeza lo que requieren, lo que les gusta, lo que buscan y hasta la forma en qué requieren ser atendidos.

Quizás todos tienen la misma promoción y el mismo precio para cierta variedad de pintura, solo por dar un ejemplo, pero no todos podrían tener detrás de la promoción un especialista que ayude al cliente a definir que es lo que le conviene en cuanto a decoración o la solución más pertinaz para su proyecto, o bien, simplemente ir más allá de la venta, pues muchas veces el cliente trae en su mente un producto, cuando en realidad, lo que requiere es otro o muchos más, y para ello basta con dedicarle un poco más de los 5 minutos que requiere una simple venta, o lo que demora tomar un pedido.

Después de todas las preguntas hechas atrás, vale la pena terminar con una reflexión: "dime cómo atiendes y te diré cuánto vendes".

## 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

### Asesor Comercial

Braulio Chavarría  
braulio.chavarría@eka.net  
Cel. 8372-1192  
Tel.: 2231-6722 ext.137

### Directora de Arte

Nuria Mesalles

### Diseño y Diagramación

Nuria Mesalles  
Irania Salazar Solís

**Suscríbese**  
**www.tytenlinea.com**

**Circulación**

suscripciones@eka.net  
Tel. 2231-6722 ext152

## Últimas noticias de **www.tytenlinea.com**

- Cemex indica que recuperación de EE.UU sería más lenta
- Encarecida construcción chapina
- Goldtree reacciona ante apertura de segunda tienda Epa
- China busca controlar el 50% de sus importaciones de hierro
- Venta de cemento cayó 40% entre 2009 y 2010



**www.tytenlinea.com**

Tel. 2231-6722 Fax. 2296-1876  
Apartado 11406-1000  
San José, Costa Rica



# Para todos aquellos que tengan algo que reparar.

**Secado en 5 min.**

Anteojos • Juguetes • Muebles • Adornos • Espejos

Porcelanas • Relojes • Teléfonos • Cañerías • Plástico y mucho más



### ROLLO

Masilla epóxica de endurecimiento rápido, fácilmente moldeable al mezclar, acabado en color blanco y altamente resistente.

#### Usos:

Pega, reconstruye, fija, moldea, rellena y sella en materiales como madera, metal, concreto, ladrillo, vidrio, fibra de vidrio y plásticos rígidos.

#### Ventajas:

- Puede ser lijado, perforado y pintado.
- Resiste temperaturas de -30°C a 100°C.



### ROLLITO



### ADHESIVO PROFESIONAL

Adhesivo epóxico de dos partes (Resina epóxica y catalizador) para sellar, soldar, pegar, reparar y rellenar.

#### Usos:

- Para el montaje y reconstrucción de diferentes componentes.
- Especial para radiadores de vehículos.
- Aplicaciones en materiales como madera, vidrio, fibra de vidrio, ladrillo, concreto.
- Para aplicaciones de refrigeración y aire acondicionado.

#### Ventajas:

- Se puede taladrar, limar y cortar una vez seco
- Resistencia a altas temperaturas, a ácidos, solventes, grasas, gasolina, aceite, agua y otros.



### METÁLICO

Adhesivo epóxico de dos partes (Resina epóxica y catalizador) de pegado fuerte y color metálico, pega, repara y rellena.

#### Usos:

Es recomendado para unir o reparar los siguientes materiales: Acero inoxidable, Cromado, Niquelado, Plomo, Cobre, Latón, Aluminio, Hierro y en la mayoría de los metales.

#### Ventajas:

- Permite ser lijado, clavado, perforado, etc.
- Para aplicaciones confiables en condiciones severas resiste al agua, solventes, aceites, ácidos y grasa.

- Resiste temperaturas de -30°C hasta 150°C.



### TRANSPARENTE

Pegamento Epóxico de pegado fuerte y acabado transparente constituido por resina epóxica y catalizador.

#### Usos:

Pega, repara y rellena. Es recomendado para unir los siguientes materiales: Cerámicas, Porcelana, Vidrio, Metal, Madera, Fibra de vidrio, PVC rígido, Poliestireno, Plástico en general.

#### Ventajas:

Resiste temperaturas de -30°C a 80°C.

Calidad **Henkel**

## PINCELADAS

### Ella es un “lince” para los negocios

Uno de esos días, después de asesorar a uno de mis clientes, y planificar junto a éste una estrategia de exhibición, lo que se conoce como la estructura de los “layouts”, me entró el “gusanillo” y una idea en mi cabeza que no pude quitarme con facilidad...

Fue entonces, cuando me dije: -¿por qué no una ferretería, si lo que hago es asesorar a muchos clientes con este negocio?

Tomé la decisión, y sin temor me dije: - “Ileana Alfaro, no hay por qué dudarlo”- , y un sábado me subí al carro, y encontré un local que me gustó, aquí en Santa Rosa de Santo Domingo de Heredia.

Abrí hace un mes, con el nombre de Ferresumma, y aunque habría

querido un “Home Depot”, siento que el negocio empieza a moverse bien, sobre todo que desde el inicio hemos atendido un promedio de 100 compradores diarios.

Me gusta este punto por ser una zona de mucha industria y por el alto tránsito que se genera.

Desde el primer día me propuse tener una ferretería alegre, por eso continuamente ponemos música y por las mañanas, tenemos un animador para atraer más clientes.

Mi hermano Esteban es el administrador, mi mano derecha. Ahora también tengo un encargado de compras para los negocios del día a día, pero cuando se trata de hacer negociaciones más fuer-



**Ileana Alfaro lleva la “batuta” en su ferretería Ferresumma, en Santa Rosa de Santo Domingo. La acompaña su hermano Esteban, como ella dice: “mi mano derecha”.**

tes, me gusta estar presente. De verdad, siento que esto de ser ferretera lo traía en la sangre, porque se requiere mucha creatividad y hasta cierto ojo clínico para los negocios.

Todos los días, después de la apertura, trato de darme ánimo y

repetirme que las mujeres podemos hacer esto y más, sobre todo porque somos más estructuradas y hasta ordenadas, pero claro con sumo cuidado porque en una ferretería no puede haber exceso de orden porque se convertiría en otra cosa.

**Anticorrosivo Industrial brinda protección y un acabado duradero a las superficies metálicas**

Condominio Industrial Parque Condal - Tibás - San José



• [www.pinturasdicolor.com](http://www.pinturasdicolor.com) • Tel: 2433-2727 • Fax: 2433-2423

**DICOLOR**  
Pinturas



## YA CON NOSOTROS

En exclusiva la nueva línea diseñada para el contratista profesional.  
Torneca y Milwaukee piensan en su ferretería.

# NUEVOS



MOD. 6430-20



MOD. 6130-33



MOD. 6278-20



MOD. 5385-20



MOD. 5375-20



- Mayor Eficiencia
- Mayor Seguridad
- Más Durabilidad

Tel.: 2207-7777 [www.torneca.com](http://www.torneca.com)

Síguenos en :  

Distribuido por  
**TORNECA**

# PINCELADAS

## ¿Cuánto le va a agregar?

¿Conoce la calidad de los agregados que vende? ¿Si un cliente le pregunta por las dosificaciones básicas para una mezcla de concreto idónea, sabe qué responder?

Según Luis Cerdas, Gerente de Ventas de Agregados, de Pedregal, para muchos constructores la buena utilización de los agregados no ha sido una prioridad.

“El agregado representa más del 60% del volumen total de la mezcla de concreto, de ahí que tiene enorme influencia sobre las resistencias finales del mismo”, dice.

Argumenta que en cuanto a su participación porcentual, en el costo total del concreto, los agregados representan cerca del 40%. “Una buena selección podría redundar significativamente en la reducción del consumo de cemento y en el costo final de la mezcla”, agrega Cerdas.

Luis dice que los ingenieros, arquitectos y maestros de obra, por lo general, no le dan importancia a la selección de los agregados y la decisión de compra se basa solo en el precio.

En ese sentido, los ferreteros, para no acarrear problemas, deberían exigir a sus proveedores cumplir con especificaciones técnicas y controles de calidad, para asesorar a sus compradores en las dosificaciones correctas.

“La verdad vendemos los agregados, pero no sabemos si el proveedor puede demostrar la calidad de éstos, y no conocemos nada acerca de las dosificaciones, pues eso siempre lo saben los maestros de obra”, indicó Carlos, un vendedor de ferretería que prefirió no ser identificado a cambio de sus declaraciones.



Luis Cerdas, Gerente de Ventas de Agregados de Pedregal, dice que los proveedores deberían dar a los distribuidores una tabla con dosificaciones para los agregados que vende.

**¡...Suba seguro en lo Mejor...!**

Escalera Dos Bandas Un Acceso	Escalera Dos Bandas Doble Acceso	Escalera Convertible	Escalera Multi-Propósitos	Escalera Recta	Escalera Extensión
Escalera Dos Bandas Un Acceso	Escalera Dos Bandas Doble Acceso	Escalera Recta	Escalera Empotrada	Escalera Empalada	

**INCO**  
TODO EN ALUMINIO Y VIDRIO

Industrias Consolidadas, S.A. de C.V. - Final 1a. Av. Nte. Soyapango, S.S. El Salvador, C.A.  
(503) 2207-6100 (503) 2227-0077 info@inco.com.sv www.inco.com.sv

Buscanos en: [f Inco Escaleras](#) [t Inco\\_escaleras](#) [i Incosv\\_escaleras](#) [y Inco Escaleras](#) [f Inco Escaleras](#)

# Calidad y tecnología al alcance de todos.



## ¿Por qué conformarse?

Viakon® pone a tu alcance su línea de cables para construcción THHN desarrollados con tecnología de punta para ofrecerte la máxima calidad consistentemente, porque...

- Nuestros cables y alambres THHN cumplen satisfactoriamente la normativa americana<sup>®</sup>, así como la chilena SEC y la colombiana Retie.
- La construcción de 19 hilos en los calibres 14 AWG al 2 AWG, garantiza una mayor flexibilidad facilitando su instalación.
- Debido a su recubrimiento RAD (Recubrimiento Altamente Deslizable) en calibres a partir de 1/0 AWG se obtiene un considerable ahorro de tiempo y esfuerzo al momento de su instalación.
- Cuentan con un marcado secuencial en cables a partir de 1/0 AWG, ayudándote a llevar un mejor control sobre los despachos y durante la instalación del cable.
- Ofrecemos un empaque en cajas de alta resistencia con ventana de verificación del color del producto para lograr un seguro almacenamiento.



## PINCELADAS

### Negocio sobre el piso

Hay muchos negocios que se quedan estáticos, inmutables, quietos donde está... Sin embargo este no es el caso de Construplaza, pues hace muy poco se hicieron con la distribución para el país de los pisos italianos Fiandre, ideales para negocios como hoteles, clínicas, hospitales y para áreas de alto tránsito. Según comentó Sebastián Fait, Gerente General de Construplaza, cuando nos lo encontramos exhibiendo en la feria de hoteles y restaurantes: Expore, "se trata de un porcelanato que tiene la ventaja de ser antibacterial, gracias al dióxido de titanio que posee, e incluso es facilitador de la limpieza".

Agrega que todo es parte de la incursión y búsqueda de oportunidades de la empresa. "Sabemos que se trata de pisos de calidad, y queremos incursionar poco a poco", dice.

Los pisos vienen en variedad de colores y en tamaños diferentes que van desde 150 X 75 cm y 60 X 30 cm.



Construplaza inició la distribución de los pisos italianos Fiandre. Sebastián Fait (derecha) dice que vieron una oportunidad de incursionar en el sector de hoteles y restaurantes y por eso se vinieron para Expore.

# UNIVERSAL DE TORNILLOS Y HERRAMIENTAS S.A.

SU TORNILLERO DE CONFIANZA

## EQUIPO Y HERRAMIENTA PROFESIONAL AUTOMOTRIZ

**Tornillos BIG RED**

**NUESTRAS MARCAS :**

- UTH
- FAST
- TORNILLO BIG RED
- TOMSEAN
- XINGLU
- GUTENBERTO
- COVALCA
- POWER ZONE
- V-tech

CENTRAL : (506) 2243-7676  
MAYOREO : (506) 2243-7677  
FAX : (506) 2256-4090  
La Uruca, diagonal a FACO  
E-MAIL : [ventas@unitorni.com](mailto:ventas@unitorni.com)  
Sitio Web : [WWW.UNITORNI.COM](http://WWW.UNITORNI.COM)

# Tesoros Ferreteros

Venga a **EXPO FERRETERA** y encuentre  
un tesoro lleno de oportunidades  
para hacer crecer su negocio



Coctel de  
Inauguración



Automotriz



Oscars  
Ferreteros



Demostraciones



Tienda  
Ferretera



Retos

Negocios



expo  
FERRETERA

expo  
FERRETERA  
*su herramienta de negocios*

La feria más grande al por mayor de productos  
para ferretería, construcción y automotriz.  
**1, 2 y 3 de junio 2012 • Eventos Pedregal**

Reserve su stand. Braulio Chavarria • [braulio.chavarria@eka.net](mailto:braulio.chavarria@eka.net) Tel.: 8372 1192  
Regístrese para obtener su entrada en [www.expoferretera.com](http://www.expoferretera.com)

Organiza:



# Ferretería se ganó un apasionado

El día que Yesenia Barahona, de Ferretería el Roble, de Tobosi, estimó que cualquier negocio afín, sin importar el tiempo que tuviera en el mercado era competencia, sirvió para que a Jorge Araya, Administrador de la Ferretería Ortíz, en Sabana Grande de Tejar, se le iluminaran los ojos y se diera cuenta que apenas en los pocos días de apertura que llevaba el negocio, ya era tomado en cuenta por sus rivales del mercado.

“Abrimos en octubre pasado y las cosas aunque no son fáciles, poco a poco se han ido acomodando, sobre todo porque la ferretería atrae muchos clientes que posteriormente pueden convertirse en compradores para nuestro negocio principal que es la venta de casas con llave en mano”, -dice Jorge- “y es que por aquí pasan muchos carros, que se ven atraídos por las herramientas y porque basta con parar y caminar unos pasos”.

“Un día, mientras atendía el negocio de prefabricados, mi jefe me tocó la espalda y me dijo: “eso de la ferretería, parece bueno... ¿vos le entrarías? Y como lo vi como una oportunidad, le dije que sí, y aquí estamos...”.

“Aunque estoy solo, y a como van las ventas, siento que un día de estos vamos a tener que ampliar más el inventario y buscar otra persona que nos ayude. Con decirle que solo el sábado pasado en la mañana, me llegaron 50 compradores”, dice Araya con ilusión.

“Trato de que todo sea un complemento. Al que no pregunta, le informo que también tenemos el servicio de prefabricados en cualquier parte del país, pues nunca se sabe dónde puede brincar la liebre”, asiente Jorge. “Desde octubre para acá, sin saber qué era esto, empecé a aprender, y puedo decir que la ferretería tiene hoy un apasionado más”.

Jorge Araya, Administrador de la Ferretería Ortíz, En Sabana Grande de Tejar, en Cartago, trata de que la ferretería sea complementaria al negocio de prefabricados que tiene la empr





[www.tytenlinea.com](http://www.tytenlinea.com) • TYT AGOSTO 11 17

**IMACASA**

FUERZA EN SU TRABAJO



**FUERZA**  
EN SU TRABAJO

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



# ¿Ya conoce sus mejores clientes?

Por Jorge E. Pereira

Muchos comerciantes y vendedores olvidan - o no conocen - que el 80% de las ventas las generan solo un 20% de los clientes. De ello, se origina la enorme preocupación por retener al cliente, especialmente aquellos que hacen las grandes compras.

En general, los consumidores tienden a seguir comprando en el mismo lugar en un porcentaje muy alto. Lo que se pierde de clientes anualmente, cuando el negocio les atiende bien, es menos del 15% y esto porque los compradores se mudan a otro lugar, fallecen y una pequeña minoría es atraída por la competencia.

No hay que tener un doctorado en mercadeo, para darse cuenta de algo tan simple. No percibirlo ignorarlo o desaprovecharlo, puede ser desastroso. Muchas veces los datos que se tienen no son analizados por el departamento mercadeo adecuadamente y si se realiza, no se sacan conclusiones para tomar acción. Lo peor de todo, es que los datos se aglomeran en carpetas y no se toma medida alguna. Datos que no generan información e inteli-

gencia no sirven de nada. Es como no tenerlos.

## Desde tiempos lejanos

¿Sabe cuáles son sus mejores clientes, cuando y cómo compran?

Por lo general, nadie permanece estático. Las personas y empresas van teniendo más ingresos y con ello, nuevas necesidades. Se olvida que se puede generar mayores ventas de los clientes existentes, aplicando el concepto de ventas cruzadas.

El método que se recomienda, desde tiempos lejanos, incluye los siguientes aspectos:

**1.** Identificar los mejores clientes  
Por lo general, un 20% de los clientes de una empresa son los que son más rentables. Al igual que en toda fuerza de ventas, un 20% de los vendedores es el que produce el 80% de las ventas.

En la clientela sucede algo muy similar, es el universal principio del 80-20 o Ley de Pareto.

**2.** Identificar las "oportunidades" en los nichos del mercado.

Identificar las relaciones estadísticamente significativas como la rentabilidad, comportamientos (frecuencia de compra, demanda de servicio) y sus características demográficas (edad, ingresos). Esto es identificar los beneficios que cada segmento requiere y lo que cada uno está dispuesto a pagar por ellos.

**3.** Identificar los beneficios que impulsan las compras

Identificar las razones de compra de los consumidores. Muchas veces se debe reconfigurar las ofertas, hacer cambios en la entrega, modificar precios, para eliminar deserciones de los clientes rentables. Muchas empresas tienen gran cantidad de clientes

no rentables, o que demoran mucho en pagar. Estos son lastres para dar atención a los buenos clientes.

Incluso las ofertas que pueden hacerse en una ferretería tienen un ciclo productivo, y conforme avanzan, empiezan a bajar su venta, por lo que es necesario estar presto a diseñar nuevos atractivos. No espere a que el proveedor desarrolle las ofertas por su negocio, inicie usted y proponga...

**4.** Asignar recursos de forma estratégica

Los recursos de mercadeo - personal de ventas y de servicio - pueden incrementar los ingresos, cuando son asignados racionalmente. Esto es cuando se conoce perfectamente lo que los buenos clientes requieren y necesitan.

**Timberline**  
by  
**Amana Tool**

**“LAS MEJORES BROCAS”**  
**USELAS Y COMPRUEBELAS...**

.....Para Concreto, Metal y Madera.....

TEL: 2272 - 9020

[www.reposa.cr](http://www.reposa.cr)

**REPOSA**

# ESTANTERIA INDUSTRIAL Y COMERCIAL



**ATOX**  
**SISTEMAS DE ALMACENAJE**  
**C O S T A R I C A**  
[www.atoxcr.com](http://www.atoxcr.com)

SISTEMAS DE ALMACENAJE  
 COSTA RICA S.A.  
 Importadores Distribuidores

San Francisco de Goicoechea CP:273-2120  
 San José, Costa Rica

T: +(506) 2223-8672  
 info@atoxcr.com



\*Contamos con vidrio en láminas, celosías de vidrio y accesorios para puertas y ventanas

**INCO**  
 TODO EN ALUMINIO Y VIDRIO

Industrias Consolidadas, S.A. de C.V. - Final 1a. Av. Nte. Soyapango, S.S. El Salvador, C.A.  
 (503) 2207-6100 (503) 2227-0077 info@inco.com.sv www.inco.com.sv

Buscamos en: [f Inco Escaleras](#) [t Inco\\_escaleras](#) [i Incosv\\_escaleras](#) [v Inco Escaleras](#) [g Inco Escaleras](#)

# ¿A cuál 28 le apunta usted?

Lo que para unos es oro, y aunque lo sea, para otros no brilla tanto como para asegurar que se le pueda llamar verdadero oro, del que todos buscan. El inicio de esta historia nos sirve para introducirnos en la “nebulosa” que se tiende sobre el mercado de láminas onduladas de zinc número 28, para techo, que son de las de mayor comercialización en ferreterías y depósitos del país.

En Costa Rica, hay varios oferentes para este producto, dos de ellos son precisamente Metalco y Ternium, éste último tiene mucho menos tiempo que el primero de estar en el mercado, pero que igualmente, cuando llegó lo hizo reclamando su tajada de pastel, y ahí está en plena contienda.

Al consultar la norma que rige para este tipo de productos (láminas de zinc), proceso de normalización que fue desarrollado por el Instituto de Normas Técnicas de Costa Rica (INTECO), por representantes de ambas empresas fabricantes y distribuidores, se detalla en una de las tablas para espesores (calibres) que se designa a las láminas número 28, como aquellas que posean un espesor nominal de acero base (mm) de

0,32, una tolerancia del espesor de acero base (mm) de  $\pm 0,02$  y un grado de recubrimiento R (G/m<sup>2</sup>) 180 o lo que es lo mismo 180 gramos por metro cuadrado.

“En la calle, hemos encontrado aceros más delgados y sellados como 28, que se salen de la norma”, dice Carlos Alberto Carranza, Ingeniero de Servicio al Cliente de Metalco.

Ante esto Carranza supone que quienes comercializan con aceros más delgados, para llegar al 0,32 requerido, “probablemente, recubren el faltante con zinc”.

Así, Carranza subraya que las láminas que Metalco comercializa bajo este calibre, cumplen con lo establecido por la norma: 0,32 de acero base, más el recubrimiento, “por lo que cualquier medición que se haga debería superar este espesor”.

Sin embargo, indica y hace la salvedad que para competir con lo que llama el mercado “desleal”, la empresa saca un 0,30 comercial, “que sigue siendo un 28, a competir con ese mercado desleal y que hace un par de años empezó a meter aceros más delgados, a precios menores, con sellos de 28”, sostiene Carranza.



Carlos Alberto Carranza, Ingeniero de Servicio al Cliente de Metalco, indica que “En la calle, hemos encontrado aceros más delgados y sellados como 28, que se salen de la norma”.

Los nubarrones que se tienden sobre el mercado de techo, se levantan sobre una “fiera” competencia, sobre todo para láminas de mayor comercialización como las de calibre 28.



**- ¿Pero, al ser láminas que son 0,30, cómo pueden decir que son 28?**

- Nosotros buscamos aclararle al cliente y no engañarlo. Esta lámina comercial se sella como 28 y entre paréntesis dice 0,30 mm. Aquí presenta 0,2 milímetros más delgada que la tradicional, y el cliente va a tener la posibilidad de escoger entre dos láminas 28. Una va a ser más delgada, con el mismo recubrimiento que es lo que define la vida útil del producto, por lo que no es un producto de inferior calidad. La diferencia está en el espesor del acero base, y esa reducción en el costo de la materia se lo trasladamos al cliente y le damos un producto más económico.

**- ¿Y qué pasa con la competencia, funciona igual?**

- Inicialmente, cuando ellos sacan su 28, es un producto más barato, y muchos clientes lo empezaron a comprar. Al analizar este producto nos dimos cuenta que no podíamos bajar la calidad del acero para competir en precio. “Entonces, salimos al mercado a competir con un producto similar que es el 0,30 que sigue siendo un 28. 0,30 es el límite inferior.

**- ¿Y qué han hecho para evitar eventuales confusiones en el mercado?**

- Estamos haciendo toda una campaña a nivel de capacitacio-

nes con las ferreterías, para que los ferreteros puedan explicar a sus clientes, pues son éstos los que más resienten por ejemplo, pesos, pues no es la misma lámina de antes, y hay que explicarles que son dos aceros diferentes, que van a sentir una diferencia en su espesor.

**- ¿Al estar igualados con la competencia, como usted señala, con un producto similar, dónde está la diferencia?**

- No los va a encontrar iguales, porque son diferentes en recubrimiento de zinc. La cantidad de gramos por centímetro cuadrado que tiene el nuestro es superior. El usuario final, al adquirir el del la competencia, con lo que se ahorra en precio, va a tener que hacer una inversión en el corto plazo para el mantenimiento del producto porque su vida útil se va a ver reducida.

**La otra cara**

Ahora bien, como el rompecabezas no se puede armar si faltan piezas, también nos fuimos a Ternium, para conocer los criterios que se manejan con respecto al mercado, y a la tan “clavada” lámina de zinc número 28. De inmediato, y antes de que nos acomodáramos en nuestro asiento, Fabio Villalobos, Gerente Comercial de Ternium, fabricantes de las láminas Zintro, indicó que “en realidad para mí, 28 solo hay uno...”

Villalobos indica que el calibre de la lámina número 28 que siempre se ha vendido en Costa Rica, es de 0,32 milímetros de espesor, más una capa de zinc (G 60) que es de 0,6 onzas por pie cuadrado y eso le agrega más o menos 0,03 milímetros al espesor, por lo que la lámina 28 que se ha vendido en el país tiene un espesor de más o menos 0,35 milímetros. “Esto ha sido como una norma no escrita en el país hasta que

## Calibrados

**Inversiones Ferreteras**

**Lucas, Paraíso de Cartago:**

“aquí manejamos dos marcas: Ternium y Metalco. Nunca hemos tenido problemas con ninguno, pues asesoramos bien a los clientes”, Alfredo Brenes, Propietario.

**Materiales Ferresparza, Esparza Puntarenas:**

“Manejamos las dos marcas: Metalco y Ternium. Ternium lo tenemos por el precio y Metalco por la calidad. Sabemos que hay un 28 que es muy comercial, pero siempre tratamos de asesorar bien al cliente”, José Andrés Jiménez, Administrador.

**Construexpress, Alajuela:**

“Vendemos Metalco. Ellos nos ofrecen y comercializamos con el 28, y otra lámina que es más comercial que viene siendo como un 28,30”, Freddy Guillén Administrador.

## Especial de techos



Ribelino Santos, Gerente de Calidad para Centroamérica y Fabio Villalobos, Gerente Comercial de Ternium, afirman con vehemencia que “28 solo hay uno...”.

INTECO publicó las últimas que dicen qué es 26, 28, y qué es 30. Y como ha sido una norma no escrita, algunos fabricantes han optado por vender, en lugar de una lámina con una base de acero de 0,32 más 0,6 onzas de zinc, una con menor espesor, como por ejemplo 0,30 con 0,4 onzas de zinc y eso viene dando 0,32, en total”.

Agrega que en el mercado siempre se han vendido otros espesores como 30 y 32 que son más delgados, “y algunas empresas han sacado una lámina que es 29 que marcan como 28 y le ponen apellido”, dice Villalobos, a lo que

sostiene que “nosotros hoy solo tenemos un 28 que es el que es...”.

**- ¿De acuerdo con su afirmación, cómo podría el distribuidor percibir que efectivamente está comprando un 28 que sí es un 28 puro (por llamarlo de alguna forma)?**

- Ahorita lo va a empezar a percibir cuando salga la norma de INTECO que apenas tiene dos meses de estar publicada y que obedece a una normativa donde sentaron a fabricantes, distribuidores, consumidores, laboratorios y concensaron que el 28 es el 0,32 con una tolerancia del

espesor de acero base (mm) de  $\pm 0,02$ .

**- ¿Existe algún rango de espesores que determine una lámina 28?**

- No. Por ejemplo, una lámina con un espesor por debajo de 0,32, digamos que una 0,30, sería una lámina número 29. el asunto es que en la calle hay varios 28, y como le repito, solo hay un 28.

**- ¿Y qué hacen ustedes para que este asunto le quede claro a la red de distribución?**

- Tenemos una campaña de difu-

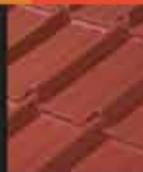
sión dirigida a todos nuestros clientes, en la que enfatizamos sobre las ventajas de nuestros productos e insistiendo en que solo debe haber un 28 y que según la norma, todo lo demás debe marcarse distinto.

Villalobos sustenta que gracias a los procesos de fabricación que posee la empresa, les permite mantener un nivel de precio competitivo para sus láminas 28 contra las que su competencia comercializa con menor espesor y que se venden como 28. Y concluye diciendo que “ser competitivo no puede pasar por hacer trampa”.

# Soluciones Ternium, experiencia y calidad en productos de acero



TERNIUM  
TEJA ESPAÑOLA



TERNIUM  
TEJA ITALIANA



TERNIUM  
LOSACERO



TERNIUM  
ZINTRO



TERNIUM  
PINTRO



TERNIUM  
ZINTRO ALUM



TERNIUM TUBERÍA  
Y PERFIL



HOJAS ROLADAS EN  
FRÍO Y CALIENTE



TERNIUM  
MULTYPANEL

Zona Industrial Ultra Heredia  
700mts de Jardines del Recuerdo  
Lagunilla, Heredia, Costa Rica  
Tel. 506 2562 3500

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



Creciendo con nuestros clientes.

# Ellas tienen el poder

En el último año, el “boom” de este tipo de herramientas se ha desatado, al incrementar el consumo de los usuarios, lo que hace que muchas ferreterías sumen en su inventario, este rubro, que ya sobrepasa entre toda la oferta promedio un 15%.



Sierra circular Milwaukee 7- 1/4". 15 AMP. Motor de 15 Amp 120 V y 1,600 Watt, 5,800 RPM. Guarda y cuerpo de magnesio y peso ligero. Corte de Capacidad 56° con parada en 45°.



Sierra caladora Milwaukee. 6AMP. Motor de 6 Amp, 120V, y 600 Watt. Cambio de segueta sin llave. Ahorra tiempo cambiando seguetas. Velocidad variable.



Esmeriladora Milwaukee 4-1/2". 7.5 AMP. 7.0 Amp, 750 MWO Motor – 11,000 RPM. Escapes múltiples. Diseño que reduce el calentamiento de motor por el sistema de ventilación que posee. Guarda sin llave.



Rotomartillo Milwaukee 7/8". Compacto. Motor de 6.4 Amp, y 670 Watt. 0-1,290 RPM, 0-3,700 GPM. Fuerza de Impacto-2.7J de energía para perforar concretos fuertes. Operacion de 2 modos – Selector de taladro o rotomartillo.



Esmeriladora angular 4 1/2". 120 V - 60 Hz. 6 Amperios. Diámetro máximo de disco: 4 1/2". 10.500 RPM.



Taladro percutor. 120 V - 60 Hz. 6.3 Amperios. Shock 1/2". Reversa. Velocidad variable: 0 - 2800 RPM. 44800 / m.



Taladro 3/8". 120 V - 60 Hz, 3.3 Amperios. Shock 3/8". Reversa. Velocidad variable.

**Distribuye: Torneca**  
Tel.: (506) 2207-7730

**Distribuye: Reposa**  
Tel.: (506) 2272-4066

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



Disco de esmerilar metal Norton. 9 x 1/4 x 7/8 BDA 640. Para cortes de acero, hierro hundido nodular, bronce duro y materiales ferrosos en general.



Disco surface strip Norton. 4 1/2 x 7/8 . Remosion de tintas, óxidos y masillas. Son de extrema durabilidad y resistencia, se utilizan para limpieza y preparación de superficies de los más variados materiales.



Esmeril Angular de 9", uso industrial, 8 Amps, 6000 RPM.



Taladro 1/2", uso industrial, 5 Amps, 0-1800 RPM.



Tronzadora 14", uso industrial, 8 Amps, 2400 RPM.



Sierra Circular, 7-1/4". uso industrial, 6 Amps, 4500 RPM.

**Distribuye: Tornicentro**

Tel.: (506) 2239-7272



Disco Flap Maxi Norton. 7 x 7/8 pulgadas, grano 40. Acero inoxidable, aluminio metales ferrosos y no ferrosos. Desbastan y dan acabado al mismo tiempo. Se utilizan en lijadoras y esmeriladoras angulares para desbaste de soldadura, eliminacion de puntos corrosión.

**IMACASA**  
FUERZA EN SU TRABAJO

**FUERZA  
EN SU TRABAJO**

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



Taladro a batería BS12 Metabo y con más de 100 accesorios en maletín. Accesorios: puntas atornilladoras, brocas para madera, brocas para piedra, brocas para metal, brocas de paleta para madera, alicates, cinta métrica, tornillos y expanders, cubos, portapuntas



Taladro atornillador de percusión a batería. 18 V, 13 mm. 0-450 RPM / 0-1450 RPM. Protección electrónica contra sobrecarga, con control de la temperatura integrado que protege la máquina y el acumulador. Cambio de marchas manejable con una mano. 28000 golpes por minuto.



Esmeriladora angular con batería. 18 V. Discos de 125 mm. Cubierta protectora protegida contra torsión, ajustable en pocos segundos sin herramientas. Seguro contra arranque involuntario. Motor robusto y resistente al desgaste. Carcasa delgada del motor para un manejo óptimo



Sierra caladora con batería. 18 V,, Corta madera 135 mm. Metal NF 35mm. Cambio "Quick" de la hoja de sierra sin necesidad de herramientas. Electrónica variespeed (v) para la modificación continua del número de revoluciones. Sistema de control multifuncional para la protección de máquina y batería.



Sierra circular portátil 165 mm a batería 18V. Metabo. Hoja de sierra de metal duro. Fácil cambio de hoja gracias al bloqueo del husillo de trabajo. Placa guía completamente cerrada rodeando la máquina para un apoyo seguro. Indicador de corte visible y ajustable con precisión para serrar según trazado previo.

**Distribuye: Capris**

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

# Especial de Herramientas Eléctricas



Taladro y atornillador. Ion litio. 12 voltios. Marca DeWalt, inalámbricos, compactos, livianos. Con 3 puntos led para un área de visión más amplia, aguantan 3000 recargas, 207 tornillos de 2 1/2" con una sola carga. 16 niveles de torque.



Atornillador para gypsum con ajuste de profundidad porta puntas. Magnético. 110 V, motor de 1300w 1-4/5 HP. Marca Neo.



Rotomartillo SDS. Max 1 9/16". Motor 12 Amp. 110 V.



Esmeriladora industrial 4 1/2" 11000 RPM. Incluye 7 discos gratis, 5 de corte metal y 2 diamantados para concreto.



Taladro inalámbrico 18V. 24 posiciones de torque, con luz led y batería de Ion Litio. Marca Neo.

**Distribuye: Importaciones Vega**

Tel.: (506) 2494-4600

**IMACASA**  
FUERZA EN SU TRABAJO

**FUERZA  
EN SU TRABAJO**

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



Corta, lija y fresa diferentes tipos de materiales como madera, metal, plástico, yeso y azulejos. Compacta y liviana, fácil de usar. Realiza cortes, multidireccionales sin la necesidad de girar la máquina en el sentido de corte.



Sierra circular, 1800 watts de potencia. Giro sin carga: 5000 min<sup>-1</sup>. Disco de sierra 7 1/4". Guía láser integrada. Peso 5,2 Kgr.



Lijadora orbital de presión 240 W. Oscilaciones sin carga: 26000 / min. Control de presión. Velcro y grapas como sistema de fijación. Tamaño de la lija: 92 x 230 mm. Filtro de polvo. Peso: 2,3 kgr.



Taladro de percusión. Práctico y versátil. Interruptor con velocidad variable. Peso: 1,6 kgr. Botón para trabajos continuos. Conmutador para perforaciones con o sin percusión. Conmutador de reversión a la derecha e izquierda. Ideal para trabajos livianos en hormigón, albañilería, acero y madera.



Amoladora angular 4 1/2". Empuñadura: 56 mm de diámetro. Carcasa redondeada y superficie antideslizante. Potencia: 720 W. Control electrónico de velocidad: alto torque para aplicaciones pesadas como cortes en hormigón.

**Distribuye: Cofersa**

Tel.: (506) 2205-2525

# Especial de Herramientas Eléctricas



Cepilladora JET 13", 16" y 20", en potencias de 1.5HP a 3HP, alimentación 230V monofásico, construcción en acero y hierro fundido, caja de cambios de dos velocidades, cabezal de corte con tres cuchillas de acero de alta velocidad, rodillos de desplazamiento en ambos lados, toma de aspirado para colector de polvo en 4".



Motor Universal de 1/2 HP, 115V, 50/60Hz. Control del motor interruptor giratorio de alta resistencia avance/apagado/retroceso con interruptor integrado de pie. Velocidad del eje 38 RPM (disponible de 52 RPM). Portabroca tipo martillo con insertos para mordaza desmontable con acción basculante.



Sierra Cinta JET 12", 14", 16" y 18", en potencias de 3/4HP a 1.3/4HP, alimentación 115/230V monofásica, mesas de hierro fundido, toma de aspirado de polvo en 4".



Aspiradoras Ridgid para mojado/seco, en potencias de 2.5 a 6.5 caballos de fuerza en capacidades de 4 a 16 galones, excelente para su taller, lavar y hogar

**Distribuye: Reimers**

Tel.: (506) 2290-1020

No. S.I.C.P.-911-10-10 "El tomar licor es nocivo para la salud."



## ExpoVinoCostaRica

●●● La cultura del vino

III EDICIÓN

27 y 28 de octubre, 2011  
Real Intercontinental Hotel & Club  
Tower Costa Rica  
Horario: 3:00 pm a 9:00 pm

Es un evento donde el vino es el protagonista. Distribuidores y productores expondrán sus mejores marcas y usted tendrá la oportunidad de conocer, degustar y escoger entre los mejores vinos del mundo.

**Entrada: 1 día \$35, 2 días \$50**  
Incluye copa, porta copa y degustación en los stands, directorio de importadores, revista *Apetito* y *Catas*.

Compre su entrada aquí:  
[www.expovinocr.com](http://www.expovinocr.com)

Digite en la sección de código de cupón, la palabra eka (en minúscula) y adquiera un 5% de descuento.

**Para mayor información:**  
Rebeca Salgado: 2231-6722 ext 144  
rebeca.salgado@eka.net

Patrocina: *Apetito*

Organiza: **BANCO NACIONAL**



Choferes de Alquiler  
[www.choferesdealquiler.com](http://www.choferesdealquiler.com)



Mini esmerilador Angular. Herramienta con switch tipo paleta y ventilación frontal de enfriamiento para prevenir calentamientos excesivos. Palanca sencilla para colocación de la guarda sin herramental. Carbones autodesconectables que evitan descargas y cajas de engranes de bajo perfil para lugares pequeños.



Sierra circular de disco 7-1/4" para el corte de madera sólida y compuesta, triplay, aglomerados y acrílico. Cuenta con transportador de ángulos y zapatas. Especializada en diversos cortes para madera, aluminio y acrílico. El tamaño de los dientes de las hojas varía dependiendo del material a cortar.



Rotomartillo broquero de 1/2' reversible. Ofrece mayor potencia para perforar materiales blandos o de alta dureza. Permite taladrar concreto y metal con su mandril de 1/2". Permite hacer perforaciones en madera, concreto, metal, baquelita, plástico y tabla roca, dependiendo de la broca seleccionada.

**Distribuye: Madisa**

Tel.: (506) 2233-6255



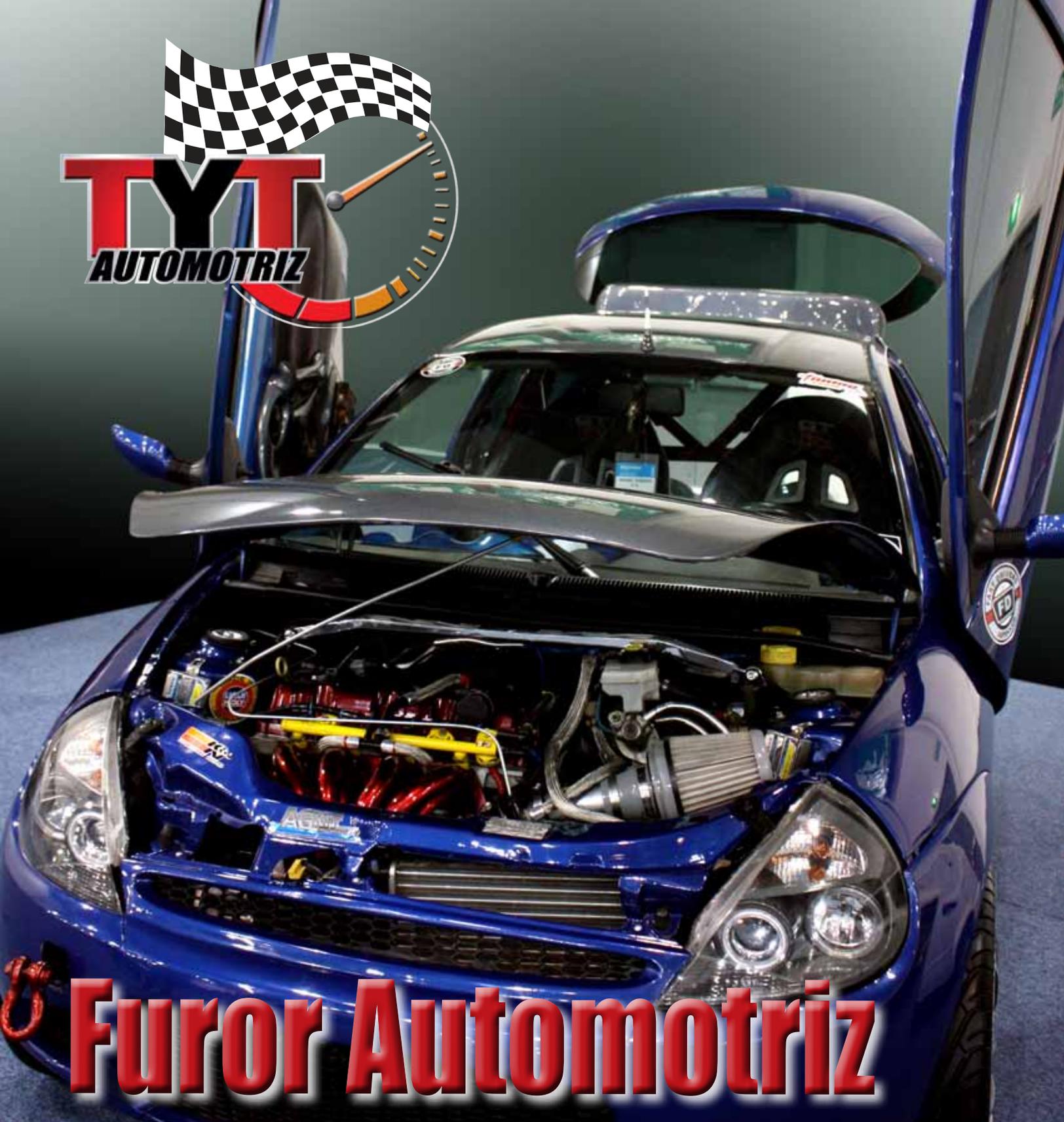
**Distribuye: Hidroca**

Tel.: (506) 2290-6763

Atornilladora a batería. Sistema QuiXS de cambio rápido de portabrocas. Fijación directa de la punta al eje. 21 posiciones de ajuste de par. Parada rápida para atornillado enrasado, Portapuntas integrado. Marca Kress. Alemania. 14,4 Voltios.



Taladro de percusión. Engranaje de dos velocidades. Portabrocas de fijación rápida de 13 mm de diámetro. Resistente a los impactos. Control electrónico y preselección de velocidad. Embrague de fricción de seguridad. Marca Kress. Alemania. 850 Vatios.



# Fuor Automotriz

La feria Automechanika de México mostró, el mes pasado, lo más actual de la industria automotriz en cuanto a productos y tendencias.

**Baterilleros enfilan sus baterías P. 34**



# Una feria muy

A pesar de que el evento no sedujo a muchos expositores mexicanos, de grandes casas comerciales y fabricantes, PAACE Automechanika, fue una feria que reunió al grueso de compradores de ese país, y algunos pocos internacionales que apreciaron las nuevas tecnologías asiáticas, nacionales y de otras partes del mundo.

México, DF.- El evento fue organizado por Messe Frankfurt y se presentaron 500 expositores provenientes de 20 países.

De éstos, entre 30% y 40% de piso de exposición lo ocupó el país asiático, dijo Jesús Calderón Bello, presidente de la Asociación Nacional de Representantes, Importadores y Distribuidores de Refacciones y Accesorios para Automóviles (Aridra).

Su preocupación dijo, es que no existe una certificación que asegure que las empresas chinas presentes sean distribuidoras de autopartes originales.

Calderón Bello reportó en julio de 2010, que el problema de la piratería de autopartes como motores, sistemas eléctricos y faros representaba 10% del subsector en México y que la mayor parte provenía de China.

En agosto de 2010, Agustín Ríos, presidente de la Industria Nacional de Autopartes (INA), estimó que el mercado negro de partes piratas en México es de 500 millones de dólares (mdd).

Jesús Calderón destacó que para el 2011 se carece de cifras específicas, pero que Aridra realiza una investigación para dar a conocer resultados en unos meses.

Juan de Dios Barba, presidente del Consejo Económico y Social de la Ciudad de México, subrayó que el país debe abrirse al mundo, pero en una competencia leal y equitativa.

"Tenemos la capacidad para competir con cualquier lugar, lo que necesitamos es una actitud más decidida de las autoridades para que combatamos la piratería y el contrabando", indicó.



Esta feria automotriz estuvo "plagada" por exponentes chinos, con todo y la molestia de fabricantes y representantes mexicanos que se vieron "amenazados" en la atracción de compradores.



Los "ángeles" también encendieron sus motores.



Los deportes de motor también se abrieron paso, a través de lo más alusivo hacia este deporte.

# mecánica...



Para todos los gustos. La exhibición de autos antiguos proliferó en Automechanika. Aquí un clásico Chevrolet 1957.



Los productos fueron la nota principal de la feria. El Smoke-Pro para detectar fugas de aceite, en el aire acondicionado, de gasolina, fue presentado por Redline de California: [www.redlinedetection.com](http://www.redlinedetection.com)



Eso sí... La feria mostró en sus tres días, una alta concurrencia de clientes que colmó los stands, con en el caso de Bosch.



Para todos los gustos. Los modelos a escala en vehículos y talleres también fueron parte del negocio de los expositores.



Diversidad tecnológica. Las pistolas para la industria del enderezado y pintura también llamaron la atención de los presentes.

# Baterilleros enfilan sus baterías

## Un sol de baterías

Para el caso de Enersol, con sus baterías Car Battery, su esquema de competencia lo basan en la garantía que otorgan y los componentes de fabricación de sus productos.

Víctor García, Asesor Técnico de Enersol, fue enfático al afirmar que “nuestras baterías poseen componentes y aleaciones de plomo, plata y calcio. En el caso de la plata, alarga la vida útil de producto, el calcio evita la evaporación o gasificación del ácido, y el plomo es el elemento conductor”, dice García.

Y cuando le preguntamos sobre la batería, sacó pecho y dijo: “nosotros otorgamos 36 meses”.

Y son 3 años basados en el esquema: de 0 a 18 meses se reconoce el 100% de la batería, de 18 a 20 meses el 50%, de 20 a 24 el 30% y de 24 a 36 el 15%.

Estas baterías son hechas en México, y García dice que son Premium y mantienen un precio muy accesible.



Víctor García, Asesor Técnico y Wilfredo Foulkes, Gerente General, de Enersol de Costa Rica, aseguran que sus baterías se venden en 250 gasolineras en todo el país.

## Hasta troqueladas

Es que en Rally de Centroamérica, no se corren ningún riesgo, por ejemplo con la falsificación, por eso se aliaron de las baterías Interstate que vienen troqueladas.

Su presidente, Ing. Jamie Peralta dice que se aliaron con la distribución de esta marca, porque en Estados Unidos tienen 50 años de ser las baterías más vendidas, y desde hace 5 años vende el doble que su inmediato competidor.

“Caundo trajimos el primer pedido, vendimos el 65% en cuatro días”, dice Peralta, quien agrega que eso les permitió constatar que en el mercado había espacio suficiente para una batería de esta talla.

Y agrega que lograron vender tanto porque salieron con una garantía agresiva de 24 meses, 100%, y sin necesidad de llevar recibo, que compite con otras baterías que dependiendo del mes, después de adquirida, reconocen solo un porcentaje. “Si un cliente llega con su batería dañanda antes de acabar su garantía, le reconocen, por ejemplo, un 10% del valor, y con eso jamás va a lograr que su carro le arranque. Cualquiera esperaría que le den una nueva”, dice Peralta.



Jaime Peralta, Presidente de Rally de Centroamérica, anuncia que espera distribuir esta línea de baterías en el canal ferretero.

El mercado de las baterías se debate entre una marcada oferta, casi complaciente para todos los gustos en cuanto a precios, calidades y garantías, y con de cerca de 4 millones de vehículos, que consumen o compran cerca de 35 mil unidades mensuales, lo que lo hace arrebatadoramente atractivo, los oferentes se disparan en una pelea encarnizada por una tajada más grande del pastel.

### **Las hay con apellido de super**

En el caso de las baterías no basta con decir que son de alta o buena calidad, y esto lo saben y lo concen en Super Baterías, por eso para competir en un mercado tan fuerte, para Ricardo Céspedes la diferencia está en aliarse con un buen proveedor que mantenga estándares de manufactura eficientes.

“En nuestro caso, estamos aliados con Johnson Control que posee cerca del 47% del mercado mundial”, dice Céspedes, como para dar una idea del peso que sus productos representan en el mercado.

Para él tampoco se podría hablar de calidad en una batería sino se toman en cuenta otros aspectos como la capacidad de arranque en frío o CCA. “Y es que entre más capacidad, mejor su desempeño”, agrega Ricardo.

Céspedes dice que de acuerdo con la oferta que mantienen en la que compiten con precios y garantías, ostentan cerca del 25% del mercado, lo que es de esperarse por sus más de 35 puntos de venta.

Dexxa, LTH, Velox, son algunas de los productos que esta empresa comercializa. “Por ejemplo, en LTH, en la rejilla positiva contamos con la tecnología Power Frame, un marco reforzado, pues es la placa que sufre el mayor desgaste”.



Ricardo Céspedes, Jefe Comercial de Super Baterías, dice que solo para dar una idea de la agresividad que mantienen en el mercado, en la categoría Premium y super Premium, sus baterías rondan hasta un 20% menos en precio que sus competidores.

### **Estas tienen plata**

Desde que nos sentamos en las oficinas en Madisa, sí que nos dejaron en claro que sus baterías Bosch iban enfiladas para el segmento de usuarios alto - medio de clientes especializados, con vehículos europeos, asiáticos y otros que poseen un consumo más fuerte, por la multiplicidad de accesorios con que cuentan y que son sensibles a picos de voltaje.

¿Y por qué así? Según Luis Gamboa del Área de Ventas y Servicio Técnico de Bosch, la razón es muy sencilla, “pues no son baterías que compiten en precio sino en rendimiento. Están construidas con plata y cada placa está protegida individualmente, los postes son libres de mantenimiento y están en un solo bloque, y si hablamos de capacidad de rendimiento, estamos entre un 15% y 20% por encima de la competencia”.

Y con suprema observancia señala que “en garantía otorgamos 14 meses al 100%”.

Carlos Murillo, el Gerente de Ventas de la empresa, dice que en el mercado se podría hablar de Rocket y Koba como un competidor, “pero aún así somos superiores”.



Carlos Murillo y Luis Gamboa de Bosch dicen que poseen la gama completa de baterías para cualquier vehículo.

### Sólo 12 horas

“80,000 kilómetros o 3 años de garantía”, fueron las primeras palabras de Armando Fallas, Gerente de Ventas para Costa Rica de Gonher, cuando le preguntamos sobre lo que diferenciaba sus baterías con las de la competencia, y casi de inmediato agregó: “nuestros acumuladores son fabricados con tecnología americana, son libres de mantenimiento y adaptados para soportar las inclemencias del clima tropical”, dice Fallas.

En el tema de la garantía Fallas ahonda y aclara que está estructurada en un sistema de prorrateo en el que al comprador se le reconoce el 100% hasta los 12 meses, pero a partir del 13, la empresa reconoce solo un 64%, a los dos años un 33% y un 3% en el último mes.

Este gerente sabe que en el país hay mucha competencia, y que ganar un solo cliente puede hacer la diferencia o dar pie para conquistar toda una zona, por eso dice que contrario a muchos “somos fabricantes directos y no representantes de otras casas lo que nos permite satisfacer las necesidades de los usuarios en tiempo real sin esperar largos periodos de consulta”.

Y sobre el servicio, saca una de sus cartas para indicar que “contamos con una flota de camiones de reparto y sucursales en puntos estratégicos del territorio nacional para responder a sus pedidos en un plazo no mayor a 12 horas”.

En la parte técnica, argumenta que sus baterías cuentan con una alta capacidad de arranque gracias a la tecnología Advance Plate System, que ofrece una aleación de calcio - plata y una mayor cantidad de material activo en la rejilla”.



Armando Fallas, Gerente de Ventas para Costa Rica de Gonher, dice que por si fuera poco, la empresa se caracteriza por hacer del reciclaje una costumbre. “Recolectamos las baterías usadas para enviarlas y reciclarlas en nuestra planta, en México”.

### Otras con Q

En tema de capacidad de arranque, Jonathan Brealey, Gerente de Mercadeo de Grupo Q, defiende sus baterías “a capa y espada”, al indicar que “contamos con un equipo digital de la marca Snap-On con el que podemos determinar este factor. La mayoría de las marcas: Raider, Autocraft, Dexxa, Record tienen su capacidad de arranque más baja”.

Precisamente, los productos que esta empresa distribuye son: Rocket, Diener, Energizer y Dynamo.

De 24 a 48 meses es la carta que Grupo Q, lanza en el tema de garantía y afirma que esto lo sustentan gracias a que “contamos con nuestros centros de servicio en el área metropolitana, además de nuestros distribuidores certificados en todo el país”.

Brealey afirma que no se trata simplemente de baterías comunes y corrientes, pues presentan características como fabricadas con aleación de plomo/calcio, libres de mantenimiento, y en el caso de Rocket, éstas son totalmente selladas.



Estas son las baterías que Grupo Q distribuye en el mercado, y según Brealey, son reconocidas por más de 20 años.

# ¿Y qué hay de nuevo, BTICINO?

PERFIL

Juan Carlos Delgado, de Ferretería Rojas, desconocía que no tenía que esperar a que pasara de nuevo el agente vendedor de productos eléctricos de Bticino, para aclarar las dudas sobre las interrogantes que más de un cliente le había transmitido. “No sabía que esta empresa tenía un departamento de servicio técnico con atención por teléfono”, dijo Delgado.

**P**recisamente, uno de los objetivos de Bticino, según nos contó su Director General, Federico Calderón, “queremos retomar el contacto con las ferreterías porque son parte vital de nuestro negocio”. Sobre éste y otros temas, conversamos largo y tendido con Calderón, y esto fue lo que nos compartió:

**- ¿El cierre de operaciones a nivel de fábrica, el año anterior, no significó darle más fuerza a los competidores como Eaton, Schneider o Eagle?**

- La verdad no. En realidad, fabricantes como tal, quedan muy pocos, al punto de que son casi limitados. Del 100% de la venta nuestra, el 40% se manufacturaba aquí en Costa Rica, o sea que el 60% se traía de México, Francia, y otros países. Fue la menor proporción de la operación la que se afectó.

**- ¿Y ahora cómo hacen, de dónde están importando los productos?**

- Desde México, pues ahí hay una planta que está a nivel de las fábricas de Italia, de primer mundo. Ellos tienen mayores medios de producción que los que teníamos aquí. “No es una pérdida de mercado, es solo que le dimos a una filial la tarea de

producir y nosotros nos estamos especializando en distribución y comercialización.

**- En distribución y comercialización están todos, incluyendo sus competidores. ¿Entonces, en qué estarían marcando diferencia?**

- Nos estamos enfocando 100% en el negocio. Tenemos los ojos puestos en el servicio al cliente.

**- ¿Es que acaso antes, se tenían puestas las miradas en otra cosa?**

- No. Lo que pasa es que si antes había 5 ó 6 variables a considerar, la mitad era del área productiva y la otra parte era de comercialización, y hoy el 100% está enfocado a la relación con el cliente y en el desarrollo de nuevos negocios con ellos.

**- ¿Esta estrategia, de no tener fabricación directa en el país, les ha permitido ampliar la porción de mercado?**

- Es difícil medirlo porque estamos en un momento donde el mercado se está recuperando de la caída que sufrió, pero sí le puedo decir que el resultado es bueno, por encima de lo esperado, pero no le podría decir si estamos ganando mercado.

“No somos una variable de precio”

**- Usted habla de un incremento en las ventas. ¿Qué han**

**hecho para vender más?**

- Ampliamos el mix de productos, lo que no significa que hemos dejado de vender unos por otros. Hemos crecido en la venta de líneas tradicionales y otras nuevas que antes reportaban movimientos marginales.

**- ¿En este momento, con tanta oferta, por qué un ferretero tiene que vender Bticino?**

- Es que el cliente debe tener surtido para ofrecerle opciones a sus compradores. Bticino es una marca que por más de 50 años ha estado en el país, lo que lo hace un producto confiable y bien respaldado, y que no le va a dar problemas a los clientes de los ferreteros.

**- ¿Cuándo el precio es una variable muy fuerte en el mercado ferretero, cómo entra a jugar Bticino?**

- Nosotros no somos una variable de precio. “Por ejemplo, el interruptor de menor precio en el mercado anda por los ₡500 y uno nuestro tiene un precio de ₡750, que en términos porcentuales es una diferencia de un 50%, y en absolutos de ₡250, que le pueden evitar al usuario tener que buscar a un electricista para que se lo cambie, recibir una descarga eléctrica u otra consecuencia. Entonces, es importante que el ferretero aclare y tenga claro lo que vende”.



Federico Claderón, Director General de Bticino, asegura que el hecho de no tener fabricación directa de productos en el país, no hizo que la empresa perdiera fuerza en el mercado.

## EL DEPENDIENTE

## ¿Cuando un cliente le pide un producto para tapar goteras, cuál recomienda primero? ¿Por qué?



**Edwin Salazar, Encargado de Compras, Ferretería Escazú, Escazú Centro, 29 años de experiencia**

Lo primero que recomiendo es la cinta tapagoteras porque tiene muy buena adherencia, es fácil de aplicar, y siempre contamos con este producto. Aquí manejamos Sista.



**Jeffrey Obando, Proveedor, Maderas Camacho, Escazú, 19 años de experiencia**

Todo depende del tipo de cliente y de lo que requiera. Por ejemplo, si es una gotera común, fácil de solucionar, recomiendo la cinta tapagoteras porque es más limpia y el cliente no se va a ensuciar. Pero si ya es una gotera que genera un problema más grande, como en una canoa, recomiendo hacerlo con Duretán.



**Rocío Argüello, Encargada de Ventas, Ferretería Arpe, Alajuela, 16 años de experiencia**

Por lo general, recomiendo Duretán por la eficiencia, y sobre todo porque atendemos muchos clientes especializados, que buscan este tipo de productos. Un ejemplo, son los que se dedican a la instalación de canoas que lo usan para sellar goteras, además es pintable y tiene muy buena adherencia. En el caso de la cinta, ésta presenta algunos problemas como que llega a derretirse.



**Alonso Segura, Administrador y Encargado de Compras, Almacén Eléctrico Indudi, La Maravilla de Alajuela, 14 años de experiencia**

Lo primero que recomiendo es la cinta tapagoteras, pues la mayoría de los clientes entran directamente pidiendo este producto. Cuando el comprador advierte de que se trata de una gotera mucho más grande y que requiere mucho más atención y más trabajo, recomiendo el Duretán.

# ATLAS

100% TECNOLOGÍA MONOBLOCK  
LAS ÚNICAS QUE NO BOTAN PELOS !!



www.rosejo.com  
800-rosejo1



## TIPO DE CAMBIO DE REFERENCIA, VENTA, AL PRIMER DÍA DEL MES

	Ene	Feb	Mar	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Set	Oct	Nov	Dic
2008	499.74	499.29	497.92	497.04	522.89	522.75	556.61	556.77	559.07	560.51	536.75	560.85
2009	565.16	570.13	568.35	570.51	578.07	581.63	579.90	591.04	593.16	591.56	586.31	563.07
2010	571.81	565.11	558.45	528.09	515.56	546.38	541.02	522.71	511.26	515.73	519.18	512.84
2011	518.09	509.08	506.72	505.24	506.44	513.20	508.95					

Fuente: Banco Central. <http://www.bccr.fi.cr> (indicadores económicos / información diaria)

## TASA DE VARIACIÓN DEL TIPO DE CAMBIO EN ÚLTIMOS 12 MESES (%)

	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Set	Oct	Nov	Dic
2008	-4.09%	-4.22%	-4.42%	-4.51%	0.49%	0.39%	3.89%	6.92%	7.27%	7.55%	6.88%	11.85%
2009	13%	14.19%	14.14%	10.53%	16.23%	11.24%	10.92%	6.15%	6.43%	5.78%	4.59%	4.90%
2010	1.95%	-0.01%	-2.05%	-7.44%	-10.81%	-6.06%	-6.70%	-11.56%	-13.81%	-12.82%	-11.45%	-8.92%
2011	-9.39%	-9.91%	-9.26%	-4.33%	-1.77%	-6.07%	-5.93%					

Fuente: Banco Central. (Estimación Ecoanálisis)

## LIBOR A 6 MESES AL PRIMER DÍA DEL MES (%)

	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Set	Oct	Nov	Dic
2008	3.186	2.96	2.63	2.75	2.8	3.21	3.14	3.12	3.25	4.13	2.59	1.75
2009	1.66	1.80	1.72	1.55	1.23	1.23	1.09	0.90	0.73	0.63	0.57	0.48
2010	0.43	0.38	0.38	0.44	0.53	0.76	0.75	0.65	0.50	0.46	0.46	0.47
2011	0.45	0.46	0.46	0.46	0.43	0.40	0.39					

Fuente: Banco Central. <http://www.bccr.fi.cr> (indicadores económicos / tasas de interés)

## INFLACIÓN DEL MES Y ACUMULADA

	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Set	Oct	Nov	Dic
I-2010	1.63%	0.69%	0.24%	0.06%	0.52%	0.24%	0.32%	0.20%	-0.08%	0.47%	0.66%	0.74%
A-2010	1.63%	2.32%	2.57%	2.63%	3.16%	3.41%	3.75%	3.95%	3.87%	4.36%	5.04%	5.82%
I-2011	0.68%	0.44%	0.25%	0.15%	0.67%	0.56%						
A-2011	0.68%	1.12%	1.37%	1.53%	2.21%	2.78%						

Fuente: Banco Central. <http://www.bccr.fi.cr> (indicadores económicos / índices)

Proyección: **TYT**

15%

## INFLACIÓN DE LOS ÚLTIMOS 12 MESES

	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Set	Oct	Nov	Dic
2010	5.23	5.48	5.71	5.44	6.08	6.15	5.55	5.10	4.91	5.15	5.97	5.69
2011	4.74	4.49	4.50	4.59	4.74	5.06						

Fuente: Banco Central. <http://www.bccr.fi.cr> (indicadores económicos / índices)

## TASA BÁSICA PASIVA AL PRIMER DÍA DEL MES (%)

	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Set	Oct	Nov	Dic
2008	7	7.25	5.5	5.25	4.25	5.0	5.5	7	8.5	9.25	10.75	11
2009	11.50	11.25	12.0	11.75	11.50	11.25	11.00	12.00	11.50	11.50	9.00	9.25
2010	8.25	8.00	8.00	8.50	7.75	8.50	8.25	8.00	8.25	7.50	7.50	7.00
2011	8.00	7.75	7.50	7.50	7.00	7.25	7.25	7.25				

Fuente: Banco Central. <http://www.bccr.fi.cr> (indicadores económicos / tasas de interés)

## PRIME RATE AL PRIMER DÍA DEL MES (%)

	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Set	Oct	Nov	Dic
2008	6.5	6.0	5.25	5.25	5.0	5.0	5.0	5.0	5.0	4.5	4.0	3.25
2009	3.25	3.25	3.25	3.25	3.25	3.25	3.25	3.25	3.25	3.25	3.25	3.25
2010	3.25	3.25	3.25	3.25	3.25	3.25	3.25	0.00	3.25	3.25	3.25	3.25
2011	3.25	3.25	3.25	3.25	3.25	3.25	3.25					

Fuente: Banco Central. <http://www.bccr.fi.cr> (indicadores económicos / tasas de interés)

## EXPORTACIONES FOB EN MILLONES DE EUA DÓLARES

	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Set	Oct	Nov	Dic
2007	697.33	697.23	857.30	731.93	864.85	817.45	732.75	805.61	748.95	855.72	813.18	714.73
2008	722.48	848.25	837.07	886.99	842.59	791.39	798.49	794.00	811.48	904.93	658.09	607.92
2009	619.12	686.42	775.52	733.27	759.99	747.69	740.22	743.96	747.47	792.64	753.39	688.73
2010	729.50	748.40	918.70	781.40	834.30	776.20	754.40	745.20	759.5	757.7	752.10	717.10
2011	689.60	808.60	955.60	885.60	880.30	855.20						

Fuente: Banco Central. <http://www.bccr.fi.cr> (indicadores económicos / externo)

# De trailerero a ferretero

Un día Erick Chaves, un poco cansado del ir y venir de los camiones, hizo una parada en la luz roja, para arrancar con el sueño de tener un negocio propio, y hace 5 años inició con la Ferretería El Cacao. Su competencia, habla de que es un “adversario” a tomar en cuenta.



Erick Alfaro inició un pequeño negocio junto a su esposa Victoria, y hoy cuenta con una ferretería y depósito de 270 m2 y con potencial para ser de 600 m2. A diario, los visitan cerca de 200 compradores en promedio.

Un día de tantos, después de tanto trajín, cuando ya había pasado la frontera de México, y atrás había quedado el viaje hasta Georgia, me di cuenta que ya estaba cansado, muy cansado de esta vida, de no ver a mi familia, y de estarme perdiendo el crecimiento de mis nietos.

Así, mientras hacía fila para atravesar la frontera, sobre una larga línea de trailers, recordé las palabras de mi yerno, quien en reiteradas ocasiones me había hablado de que me metiera en el negocio de la ferretería.

Y casi, al instante, cuando el camionero de atrás me tocó la pitoreta para que avanzara, tomé la decisión, y al llegar a casa, conversaría con Victoria, mi esposa, para que me acompañara en este sueño e instalar la ferretería, directamente en la casa.

Así lo hice, mandé, como dicen, el camión a volar, y ya tenemos 5 años con este negocio, aquí en el Cacao de Alajuela.

Así lo hicimos, pero antes de abrir, me fui a pedir consejo de uno de mis yernos que ya tenía tiempo de tener un negocio de estos, allá en el Coyol de Alajuela -Materiales Guzmán-, y como le pareció la idea, decidió ayudarme, y me hizo una lista con los principales productos con los

debía iniciar.

Asimismo, recuerdo que también me dijo claramente que no llamara a ninguna empresa mayorista al inicio, y que sería el mismo quien me empezara a manadar agentes para que no llegara cualquiera a tratar de vendernos “pegas”. Sabía que al comienzo había que andar con mucho cuidado, pero ya voy aprendiendo.

Otra de las recomendaciones de mi yerno fue que arrancáramos con algo pequeño, 16 m2, pero con mente positiva, decidí hacerlo con algo un poco más grande, y a pesar de que notaba temor en las miradas de mi esposa, sabía que si el negocio daba resultado, después, más bien, nos haría falta espacio.

### **Pasión especial**

A los días, decidí recibir a los primeros vendedores, luego de que empezaron a llegar los clientes. El primero en visitarme fue Importaciones Vega, y de seguido, Acuña y Hernández. Más de la mitad de la mercadería que les compré debí acomodarla en la sala de mi casa, pero siempre algo me decía que las ventas iban a andar muy bien.

Esto de la ferretería encierra una pasión especial, sobre todo porque uno sabe que se trata un negocio propio. Todavía me

acuerdo cuando a los dos nos daba más allá de las 10 de la noche empacando, marcando y acomodando mercadería, para otro día estar en pie antes de las 4 de la mañana, “echar” los pedidos en un camioncito que teníamos, y salir a repartirlos. Es más o menos por ahí donde empezamos a tomarle más cariño al asunto.

A los cuatro meses de operar, nos dimos cuenta que la ferretería se había convertido prácticamente en nuestro sexto hijo, y por la demanda de los clientes, necesitaríamos ayuda. Ahí me di cuenta que si bien es cierto, mi vida de camionero fue uno de mis amores, encontré el amor ferretero, pero como dicen “amor con amor se olvida”.

Como nos iba bien con las ventas, decidimos contratar otro de los yernos para que nos ayudara, y hoy ya somos 6 los que estamos a cargo.

### **Números ordenados**

Recuerdo que al inicio, me topé con el “problema” de que al ser muy conocido por la gente del pueblo, muchos llegaban, por la confianza, y tomaban los productos para pagarlos después. A mí no me parecía tan mal, hasta que mi hijo Rodrigo, que es especialista en números, nos

llamó la atención y nos indicó que los negocios deben mantenerse con orden y por más confianza que haya, si se otorga un crédito, hay que hacerlo formalmente. Ahí fue donde aprendía a decir “no” y aún recuerdo sus palabras: “si seguimos así, tarde o temprano habrá que poner candado”.

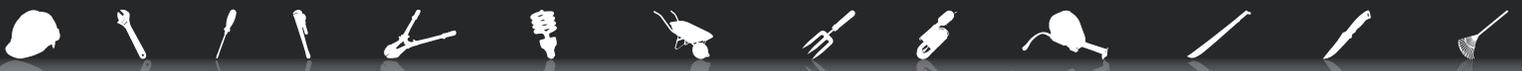
Sabía que nuestra ferretería tiene algo de especial, y creo que siempre ha sido el trato, porque incluso, aunque tratamos de tener precios competitivos, hemos ganado clientes sin tomar en cuenta este detalle. Cuando nos hemos dado cuenta que algún precio lo tenemos más alto, tenemos la ventaja de tener un camión propio, por eso no cobrar el flete, ha sido un valor importante para ganar buenas cotizaciones.

Abro a las 5:30 de la mañana porque me di cuenta que los constructores inician su trabajo a las 6 de la mañana, entonces si el día anterior se dieron cuenta de que algo iban a necesitar, simplemente pasan y compran, sin alterar el horario de su trabajo, y vieras como hemos vendido con este horario, con decirle que solo hoy, antes de abrir ya tenía 3 maestros de obra esperándome, y con la venta que les hice casi que hicimos el día. Esto es de aprender y de todos los días.

Sección patrocinada por:



FUERZA EN SU TRABAJO



## LISTA DE ANUNCIANTES

Empresa	Contacto	Cargo	Teléfono	Fax	Apartado	Email
Abonos Agro	Michael López	Mercadeo	2212-9417		N.D	mlopez@abonosagro.com
Conductores Monterey	Mauricio Soto	Gerente Comercial	2589-1335	2589-2126	N.D	viakoncr@gmail.com
Dicolor	Edgar Rodríguez	Gerente General	2433-2727	2433-2423		erodriguez@pinturasdicolor.com
Distribuidora Reposa	Raúl Pinto	Gerente General	2272-4066	2272-1693	N.D	rpinto@disreposa.cr
Henkel de Costa Rica	Marvín González	Gerente Ventas	2277-4800	2277 48 83	101-3007	marvin.gonzalez@cr.henkel.com
Imacasa Costa Rica	Andrés Zamora	Gerente General	2293-2780	2293 46 73	N.D	azamora@imacasa.com
INCO	Tania Martínez	Gerente Exportaciones	(503) 2207-6100	(503) 2201-0077		N.D region4@inco.com.cv
INTACO	Roger Jiménez	Gerente Comercial	2211-1717	2221-2851	N.D	roger.jimenez@intaco.com
Kativo Costa Rica	Adriana Brenes	Mercadeo	2518-7300	N.D	N.D	adriana.brenes@hbfuller.com
Lanco Harris Manufacturing	Ignacio Osante	Gerente General	2438-2257	2438-2162	7898 1000	lancoyharris@racsa.co.cr
Rosejo	Rodrigo Martínez	Gerente Ventas	2296-7670	2232-7708	N.D	rmartinez@rosejo.com
Sistemas de Almacenaje	German Valverde	Presidente	2223-8672	2221-7895		german.valverde@me.com
Sur Química	Eduardo Fumero	Gerente General	2260-8840	2260-8895	N.D	fvillalobos@ternium.com
Ternium	Fabio Villalobos	Gerente Comercial	2211-3400	2256-0690	N.D	e.fumero.l@gruposur.com
Torneca	Maurico Gazel	Gerente General	2277-7723	2201-7700		mgazel@torneca.com
Tornicentro	David Sossin	Gerente General	2239-7272	2239-2828		dsossin@tornicentro.la
Universal de Tornillos	Oscar Castellanos	Gerente General	2222-7676	2256-4090	4569-1000	gerencia@unitorni.com
Vertice	Arturo Garcia	Gerente Comercial	2256-6070	2258-5857		agarcia@verticecr.com

# ¿Cómo ser un líder de líderes?



¿Está a cargo del Recurso Humano de su empresa? Entonces Congente, el Congreso Internacional de Recursos Humanos es para usted

- ✓ 2 días de conferencias
- ✓ Desayunos de discusión
- ✓ Más de 20 charlas y mesas redondas
- ✓ Almuerzos con colegas
- ✓ Área de exhibición de proveedores

**con gente**  
El congreso Internacional de RRHH

9 y 10 de noviembre, 2011  
Hotel Crowne Corobici

Para más información:  
Astrid Madrigal. Tel: 2231-6722 ext.124  
astrid.madrigal@eka.net

vea todas las conferencias en [www.congente.org](http://www.congente.org)

**EMPRESA TELEFONO FAX**

**ABRASIVOS**

3M COSTA RICA	2277 11 60	2260 38 38
ABONOS AGRO	2212 93 00	2255 33 38
CAPRIS	2519 50 00	2232 85 25
CEL INTERNACIONAL	2432 58 68	2440 18 39
DISTRIBUIDORA REPOSA	2272 40 66	2272 16 93
TRANSFESA	2210 89 00	2291 0731
ROSEJO	2296 76 70	2232 00 48

**ACABADOS Y CONSTRUCCIÓN**

ABONOS AGRO	2212 93 00	2255 33 38
FORJAITAL	2244 86 86	2244 76 76
FUENTES ORNAMENTALES	2282 10 39	2203 82 23
INTACO	2211 17 17	2221 28 51
LATICRETE	2233 41 59	2221 99 52
DISTRIBUIDORA DE HIERRO Y ACERO	2233 99 25	2223 11 01
IMPERSA	2218 11 10	2218 11 07
RENTECO	2257 43 73	2257 43 87
PLYCEM	2575 43 00	2553 25 80
DISMATEC	2430 65 40	2430 65 40

**ACCESORIOS ELÉCTRICOS E ILUMINACION**

ABONOS AGRO	2212 93 00	2255 33 38
AEA	2255 36 19	2257 31 55
EATON ELECTRICAL	2247 76 09	2247 76 83
ILUMINACIÓN TECNOLITE	2256 89 49	2248 98 60
CONINCA	2231 75 36	2231 74 81
ELECTROVÁLVULAS	2285 26 85	2285 28 85

**AUTOMOTRIZ**

CAPRIS	2519 50 00	2232 85 25
MADISA	2233-6255	2257-1761
SUPER BATERIAS	2214 54 54	2250 44 02
ARFOSA DE LA UNIÓN	2285 22 60	2285 22 60
MISTRAL	2573 70 12	2573 70 79

**BOMBAS Y TANQUES PARA AGUA**

ALROTEK	2452 10 46	2452 10 79
CEMIX	2254 32 00	2254 34 00
LA CASA DEL TANQUE	2227 37 22	2226 52 18

**CABLES Y ELECTRONICA**

AUDIO ACCESORIOS	2218 14 39	2219 27 18
CONDUCTORES MONTERREY (VIKON)	2589 13 35	2589 21 26

**CERRAJERÍA, CERRADURAS**

ATIKO WORLD	2296 28 15	2220 44 27
-------------	------------	------------

**CLOSETS**

HOGGAN INTERNACIONAL	2256 86 80	2233 33 95
----------------------	------------	------------

**DECORACIÓN**

CANET	2225 22 95	2225 73 24
-------	------------	------------

**ESTANTERÍA INDUSTRIAL**

VERTICE	2256 60 70	2257 46 16
ATOX	2223 86 72	2221 78 95

**EMPRESA TELEFONO FAX**

**FERRETERÍA**

DISTRIBUIDORA REPOSA	2272 40 66	2272 16 93
PROVEDURÍA TOTAL FERRETERA	2219 32 32	2259 12 96
TRANSFESA	2210 89 00	2291 07 31
UNIDOS MAYOREO	2275 88 22	2275 06 47
ROSEJO	2296 76 70	2232 00 48

**GRIFERÍA**

ICEC	2213 50 50	2213 50 51
TRANSFESA	2210 89 00	2291 07 31
COFLEX	(52)81 8389 2800	(52)81 8389 2810

**HERRAMIENTAS**

IMACASA	2293 36 92	2293 46 73
MADISA	2233-6255	2257-1761
TRANSFESA	2210 8900	2291 0731
COFERSA	2205 25 25	2205 24 26

**HERRAMIENTAS PARA JARDINERÍA**

VEDOBA Y OBANDO	2221 98 44	2223 32 16
SUVA INTERNACIONAL	2257 55 50	2257 55 51
IMACASA	2293 36 92	2293 46 73

**MEZCLADORAS DE CONCRETO**

MEZCLADORAS VIQUEZ	2430 27 27	2430 29 82
--------------------	------------	------------

**PINTURA**

CELCO DE COSTA RICA	2227 95 55	2279 77 62
LANCO HARRIS	2438 22 57	2438 21 62
SUR QUÍMICA	2211 34 00	2256 06 90
KATIVO	2518 73 00	2216 61 84
GRUPO SÓLIDO	2215 23 03	2215 26 39

**PINTURAS EN AEROSOL**

DISTRIBUIDORA REPOSA	2272 40 66	2272 16 93
MEGALÍNEAS	2240 36 16	2240 26 29
ROSEJO	2296 76 70	2232 00 48

**PLASTICOS**

 **PLASTIMEX S.A.** Tel. 2453-1251 Fax. 2453-1873  
Servicio • Variedad • Calidad  
ventas@plastimexsa.com • www.plastimexsa.com

**SALUD OCUPACIONAL**

SUNNY VALLEY	2290 58 20	2290 58 20
--------------	------------	------------

**SILICONES Y ADHESIVOS**

MEGALÍNEAS	2240 36 16	2240 26 29
DISTRIBUIDORA REPOSA	2272 40 66	2272 16 93
ROSEJO	2296 76 70	2232 00 48

**TORNILLERÍA**

TORNILLOS LA URUCA	2256 52 12	2258 39 09
TORNECA	2207 77 77	2207 77 02
TORNICENTRO	2239 72 72	2239 28 28
UNIVERSAL DE TORNILLOS	2222 76 76	2256 40 90

**Información: Andrey Mora. Tel. 2231-6722 ext. 136  
email: andrey@ekaconsultores.com**



Cubrimiento perfecto  
Acabado perfecto  
Mantenimiento perfecto  
ahora en oferta  
el galón **¢13.000**

**LA BALANZA SE INCLINÓ AÚN MÁS A SU FAVOR**



\*Precio regular ¢20.314. Aplican restricciones. Promoción válida hasta el 30 de setiembre de 2011.