Suscríbase en: www.tytenlinea.com

tuercas y tornillos
TYT
LA REVISTA FERRETERA

Un año para ella...

Ella es Grettel Barrios, Jefe de Mercadeo de La Ferre de Pavas y la Ferre de Coronado, en Costa Rica, es la Ferretera de Año, elegida por todo el sector.

www.facebook.com/Revista TYT

14 Nicaragua: Ya estamos en ese país
22 Sensación: Chica Ferretera
26 AEspecial: Herramientas eléctricas

CORREOS DE COSTA RICA
PORTE PAGADO
PORTE PAYÉ
PERMISO Nº 130

AGOSTO 2012 AÑO 16 / NO. 194

INTACO

Innovación en Morteros para Construir

Morteros de nivelación INTACO

Para instalaciones de revestimientos cerámicos y minerales, los morteros de nivelación INTACO garantizan un trabajo más rápido y seguro, además de ser más económico que la nivelación con el mismo mortero adhesivo.

Maximix®

Mortero para nivelaciones de pisos de 5 mm a 50 mm

Maxilevel®

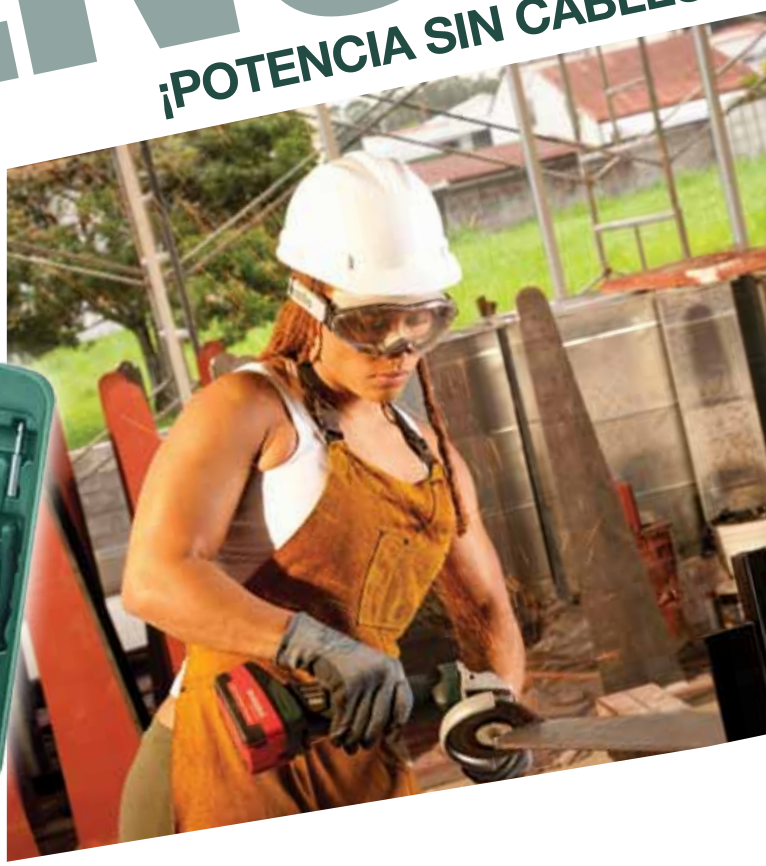
Mortero autonivelante de pisos de 0 mm a 10 mm

Para instalaciones libres de problemas, recomiende el sistema completo de instalación de pisos INTACO

www.INTACO.com • Centro de Atención al Cliente: **2205-3333**

AGILIDAD POTENCIA

¡POTENCIA SIN CABLES!



Cód. 102211
Taladro a batería con juego de herramientas

metabo®

METABO presenta los nuevos equipos a batería.
La calidad y potencia de siempre, ahora sin cables.

- Soluciones innovadoras para la industria.
- Calidad y robustez en cada equipo.
- La mayor seguridad para el usuario.

MOVILIDAD DESTREZA

TECNOLOGÍA Y CALIDAD

Cód. 102279
Esmeriladora angular

8000 CAPRIS (227-747) • www.capris.cr

Capris

3 en 1
Sella, impermeabiliza y pinta

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**

Síganos en

28 EN CONCRETO

Un producto que sostiene...

¿Quién iba a decir que un administrador de empresas, gracias a su empuje y tenacidad, lograría en una de las expoferreteras el premio al Producto más Innovador, con un invento que empieza a revolucionar en el país, la industria de la sujeción?

CONTENIDO

10 PINCELADAS

10 MERCADEO

Transformación del Marketing en la era digital
Estamos viendo enormes transformaciones que se encuentran afectando al mercadeo. Lo comentamos desde hace mucho tiempo, insistiendo en que solo el cambio, la transformación son permanentes. Hay estar preparándose para adaptarse, aceptar y cambiar estrategias, e incluso la forma de pensar.

13 ESPECIAL NICARAGUA

¡Bienvenida Nicaragua a TYT!

Ya estamos en Nicaragua: desde todos los departamentos, hasta el centro de la capital, ahí estaremos para informar sobre el acontecer ferretero y de la construcción de este país hermano.

30 ESPECIAL DE HERRAMIENTAS ELÉCTRICAS

Una guía con los principales oferentes para esta categoría y sus novedades.

24 CHICA FERRETERA

Muy de cerca con la Chica Ferretera 2012, en un calendario coleccionable.

44 EL FERRETERO

Grettel Barrios es la Ferretera del Año

Firme para los negocios

Ni se anda por las ramas con nada, y es mejor que un proveedor lleve de antemano una buena negociación, una propuesta insuperable porque de lo contrario, terminará prácticamente con las manos vacías, y yéndose por donde entró...

GRUPO KATIVO

POR UNA PROTECCIÓN MÁS NATURAL

NUEVA LÍNEA MADETEC FAST DRY

Conservá la belleza de tus maderas y la del medio ambiente.

BAJO OLOR

FÁCIL APLICACIÓN

SECADO RÁPIDO

BASE AGUA

PARA INTERIORES Y EXTERIORES

WWW.DIFICILDECREERLO.COM

madetec FAST DRY

En nuestra próxima edición

SETIEMBRE / TYT 195

Especial: 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.

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: 20 de agosto

Anúnciese en TYT

Braulio Chavarría
braulio.chavarria@eka.net
Tel.: 2231-6722 ext.137
Apartado 11406-1000
San José, Costa Rica
Cel: 7041-3611

Reciba una Suscripción Anual de Cortesía*

Llámenos al Tel.: (506) 2231-6722 ext 152, o ingrese a www.tytenlinea.com y complete el formulario, o escríbanos a suscripciones@eka.net y le enviaremos la revista impresa.
*Aplican Restricciones

Más información

CARTAS

Cerraduras peruanas

Un éxito esas cerraduras, realmente las recomiendo, tienen años en Perú brindando seguridad a las familias peruanas, tanto así que la barra de seguridad en Perú es conocida como el "Cantol". ¡Muy buena elección, éxitos!
Pilar Lizarraga
pilar_lizarraga@hotmail.com

Quisiera saber el precio y si se pueden abrir por medio de sistema eléctrico. O sea por medio de un botón para no usar la llave.
Ivonne
ivonnetx2006@yahoo.com

Calentador de Campos Rudin

Qué bueno el calentador favor enviarme información.
AnaniasGarro
agarromendez@gmail.com

De Nicaragua

Quiero información sobre las franquicias de Construrama. ¿cuáles son sus números telefónicos aquí en Nicaragua?
Saludos
Juan Ramón Díaz
jrdiaz81@hotmail.com

R/ Estimado señor Díaz, las franquicias que existen en Nicaragua son Construmás, y los puede contactar a través del Facebook: http://facebook.com/Construmas

Nuestros puntos de distribución

Encuentre ejemplares de TYT en:

4.044 vistas en www.tytenlinea.com

Pinturas Coral
RAIN BLOCK
Impermeabilizante
MAYOR
IMPERMEABILIDAD
Y ELASTICIDAD ÚNICA
antes ¢13.529 i.v.i
AHORA EN
OFERTA
¢7.000 i.v.i
Pinturas Coral
La mejor pintura al mejor precio.
*No aplica con otros descuentos y promociones.

DIRECTOR EDITORIAL

Entre tendencias y movimientos

Hugo Ulate Sandoval
hugo.ulate@eka.net

Hace días, y sin que nos sorprenda su dinamismo, venimos observando algunos cambios que se dan en el mercado, algunas tendencias que apuntan hacia, diríamos, un mayor desarrollo y competencia.

Por ejemplo, la inminente llegada de Comex al canal ferretero, lo que suma mayor competencia al área de pinturas con un oferente más.

¿En este sentido, habrá espacio para un oferente más? En asuntos de mercado, éstos siempre tienen lugar para uno más, depende de los participantes enfrentar la nueva competencia y ampliar o no la cartera de clientes.

Otra tendencia marcada se viene dando en el área de herramientas eléctricas, con marcas con nuevos representantes como el caso de Black & Decker donde Rosejo se convierte en un distribuidor más para estas herramientas, además del ya conocido Indudi.

Igualmente, nos encontramos a Reposa estrenando línea de herramientas eléctricas y hasta gerente de ventas con Craftsman y Rodrigo Segura, y la llegada de Milwaukee a la sombrilla de productos de Torcasa.

Posteriormente, a finales de julio, la Cámara Costarricense de la Construcción nos anuncia que el sector creció casi un 14%, en metros cuadrados, con San José a la cabeza.

Y por ahí, nos dicen, algunas fuentes cercanas, que muy cerca de la frontera con Panamá, del otro lado, en territorio panameño, empieza a levantarse con fuerza un David del cemento y que aquello de la desaparición de un tercer oferente para este producto en el mercado, podría cobrar nuevamente fuerza y ser algo más que una mera ilusión…

Es que esto de que los mercados son dinámicos y que se mueven todos los días y que la liebre salta constantemente, es totalmente cierto y a veces, lo que nos parece muy descabellado o hasta increíble por la mañana, en la tarde cobra hasta vida, o simplemente muere en el intento y no pasa de un rumor, y las piedras que traía el río dejan de sonar.

Vayan ustedes a saber si cuando repasen estas líneas, nos hayamos quedado cortos con estos movimientos y tendencias, y más bien a esta hora, ya este dinamismo sea historia y seamos producto, más bien de otras sorpresas del mercado.

CRÉDITOS

Presidente
Karl Hempel Nanne
karl.hempel@eka.net

Directora General
Michelle Goddard
michelle.goddard@eka.net

Director Editorial
Hugo Ulate Sandoval
hugo.ulate@eka.net

Asesor Comercial
Braulio Chavarría
braulio.chavarria@eka.net
Cel.7014-3611
Tel.: 2231-6722 ext.137

Directora de Arte
Nuria Mesalles

Diseño y Diagramación
Irania Salazar Solís
Daniel Piedra Brenes

The Greatest Name In Sheet Metal Necessities
DURO DYNE
CoolSpot
TIENDA PROFESIONAL DE AIRE ACONDICIONADO
MULTIFRIO
Aire, Vida...sin límites
2455-1700
www.multifrio.com

AHORA
TODAS LAS SOLUCIONES EN UNA SOLA LLAMADA SIN COSTO
LINEA 800
800.BTICINO
800.2842466
Asesoría técnica
Servicio post-venta
Información
Cotizaciones
www.bticino.cr
Síganos
Bticino MidAmerica
CHAT ON LINE
bticino
service

Ferretera todo terreno

Si les dijera que se levanta a diario, a las 4 de la mañana, para correr en promedio 20 kilómetros y estar lista ya a las 7 para abrir la ferretería, probablemente sería para muchos bastante…

Sin embargo, para ella, apenas el día empieza pues debe distribuir el tiempo en atender clientes, llevar la contabilidad, hacer pedidos, atender proveedores, manejar el cargador de arena y piedra, hacer pagos, facturar y hasta comprar.

Esta mujer, ferretera todo terreno es Maricruz Murillo, Propietaria junto a su esposo Fernando Cortés, de la Ferretería Murillo y Cortés de San Bosco de Santa Bárbara de Heredia.

Con decirles que mientras atendió nuestras preguntas, también recibió un proveedor y tomó varios pedidos por teléfono y tenía encima el "goteo" constante de los clientes.

"Es que aquí tratamos a todos con cariñito", dijo Maricruz, cuando le preguntamos cómo hacían diferencia en la zona.

Advierte que aunque no se pueden descuidar, no le preocupa mucho la competencia. "Buscamos que no se nos vaya nada, sabemos que hay que tener de todo porque quien viene y no lo encuentra es un cliente más para los competidores", asegura.

A diario realizan cerca de 600 unidades de venta, y Murillo dice que han llegado a tener clientes hasta en Orotina. "Hasta allá hemos ido a dejar material", comenta, al tiempo que dice que el crédito está cerrado, "pero a veces hacemos alguna excepción con los más conocidos".

Junto a ella trabaja su esposo y 3 personas más y el negocio posee una superficie cercana a los 500 m2.

Maricruz Murillo, Propietaria de la Ferretería Murillo y Cortés, atendió a TYT, mientras tomaba un pedido de un cliente.

Pinta otro “remezón” en pinturas

Tal parece que los “temblores” no cesan en el sector de pinturas, y esta vez es el turno de Pinturas Comex que quiere pedir espacio para llegar a la red de distribución de todo el país con sus productos.

“Queremos estar en las ferreterías, pero no queremos hacerlo en una guerra de precios, más bien queremos llegar con una oferta diferenciada”, indicó Diego Foresi, Director General LATAM.

Foresi dice que la cantidad de competidores, a los que califica de buenos y fuertes, no le preocupa, lejos de eso más bien lo motiva a seguir con el proyecto. “No es temor, pero tampoco soberbia: nuestro objetivo es que a un plazo de uno o dos años seamos el jugador número 1 ó 2 del mercado. Que hayan muchos jugadores en el mercado, da la posibilidad de tener “gimnasia” para ser más creativo”.

Detección de necesidades

Sobre cómo piensan llegar a la red de distribución, cuenta que Comex tiene un portafolio muy amplio y es cuestión de detectar las necesidades de cada zona para atacar con aquellos productos de mayor potencial. “Queremos estar donde el cliente final busque pintura”, sentencia Foresi.

Comex en este momento tiene 6 tiendas en todo el país, y al preguntarle a Foresi cómo evitarían que por ejemplo, el ferretero las pudiera ver como competidores directos, Foresi indicó que “nuestras tiendas manejan otro concepto diferente, con un mayor grado de especialización y para clientes que requieren una asesoría más detallada. Además, se trata únicamente de 6 tiendas”.

Horacio Dobal, Gerente de Mercadeo y Marca, Bárbara Rivas, Encargada Red de Distribución y Diego Foresi, Director General Latinoamérica de Comex, apuestan a tener éxito en el canal ferretero.

Transformación del Marketing en la era digital

Por Jorge E. Pereira

Estamos viendo enormes transformaciones que se encuentran afectando al mercadeo. Lo comentamos desde hace mucho tiempo, insistiendo en que solo el cambio, la transformación son permanentes. Hay estar preparándose para adaptarse, aceptar y cambiar estrategias, e incluso la forma de pensar.

En un estudio del IBM Institute for Business Value, confirma que más de la mitad de los Directores y Gerentes de Mercadeo (llamados en inglés CMOs) no se encuentran preparados para enfrentar los nuevos cambios que se encuentran produciendo y la creciente complejidad de los mercados.

El estudio se basó en conversaciones personales con más de 1.700 CMOs (Chief Marketing Officers) de todo el mundo. Los CMOs entrevistados están conscientes de los retos a los que se enfrentan. Reconocen que el mundo en el que operan es mucho más volátil, incierto y complejo. Los CMOs no se sienten completamente preparados para manejar la situación. Las respuestas de los CMOs identificaron numerosas áreas de debilidad. Esto es interesante no solo para los Gerentes de Mercadeo de nuestros países, sino para las escuelas y universidades que se encuentran preparando los futuros encargados del mercadeo de las empresas.

¿Cuáles son las principales fuentes de preocupación?

El estudio ha tratado de averiguar en profundidad si los CMOs se consideran capaces de gestionar el impacto de factores clave de mercado. Los factores claves analizados en el estudio fueron: explosión de datos, redes sociales, proliferación de canales y dispositivos, cambios demográfi-

Las redes sociales ocupan el segundo puesto en términos de la ansiedad que genera. “La comunicación a través de las redes sociales es completamente diferente de las herramientas o canales de comunicación tradicionales’, dijo un CMO del sector de productos de consumo de Polonia.

cos en los clientes, restricciones financieras, menor fidelidad a la marca, oportunidades en mercados emergentes, responsabilidad en el ROI, colaboración e influencia del cliente, cuestiones de privacidad, outsourcing global, normativa y cuestiones regulatorias, transparencia corporativa.

Ha resultado alarmantemente que más del 50% de encuestados piensan que no están suficientemente preparados para gestionar los factores mencionados excepto dos: aspectos regulatorios y normativos y transparencia corporativa.

En el estudio se encontró que muchos CMOs son reticentes o se niegan a adquirir nuevas habilidades tecnológicas y financieras. Cuando se preguntó a los encuestados qué atributos piensan que necesitarían para tener éxito personalmente en el futuro, la competencia tecnológica, la experiencia en redes sociales y la base financiera aparecieron al final de la lista. Siguen dando mucha más importancia a los rasgos de liderazgo tradicional.

El incremento en el volumen de datos ocupa el primer lugar de la lista de preocupaciones. Más del 70% de los CMOs que piensan que es importante afirman que no están totalmente preparados para afrontar su impacto. “Uno de nuestros retos más grandes se encuentra en el análisis de datos. Por la complejidad y el tamaño de nuestra organización, nos hemos quedado atrás”’, admitió un CMO del sector de productos de consumo de Estados Unidos.

Miles de millones

La proliferación de canales y dispositivos que los clientes pueden utilizar se encuentra en tercer lugar de las preocupaciones de los CMOS, que fueron consultados. En efecto, el propio mercado se está fracturando, como apuntan varios encuestados. “Los mercados de masas ya no existen; se han fragmentado”, comentó un CMO del sector asegurador de Australia. Un CMO del sector de los productos de consumo de Singapur comentó en el mismo sentido, “la solución perfecta es dar servicio a cada cliente de forma individual. ¿El problema? Hay miles de millones de ellos”.

Las características cambiantes de los consumidores también aparecen destacadas entre las mayores preocupaciones de los CMOs. El 63% creen que el cambio en la demografía de los consumidores causará un impacto significativo en sus funciones de marketing.

“Está llegando una nueva generación con necesidades y hábitos de consumo totalmente diferentes. Las empresas tendrán que adaptarse a este cambio para poder sobrevivir en el mercado”, observó un CMO del sector asegurador de Turquía.

Fuente: www.mercadeo.com

Congreso
Ferretero
TYT
Hotel Crowne Plaza Corobicí, Costa Rica
28 de Noviembre 9:00 am - 4:30 pm
Expoferretera y la Revista TYT, organizan la primera edición del Congreso Ferretero, punto de encuentro para que el sector se actualice, encuentre ideas para el negocio y amplíe su red de contactos.
Charlas de vital importancia y trascendencia en nuestros días dirigido a dueños, administradores, gerentes y ejecutivos del sector ferretero y de la construcción.
Participación $50
Adquiera su participación contactando a
Mariela Smith Tel: (506) 2231-6722 ext.150
mariela@ekaconsultores.com
Para Patrocinar: Braulio Chavarría Tel: (506) 7014-3611 ó 2231-6722
ext.137 braulio@ekaconsultores.com

¡Bienvenida Nicaragua a TYT!

tuercas y tornillos
TYT
LA REVISTA FERRETERA

Managua, Nicaragua.- ¡Ya estamos circulando en Nicaragua! Desde todos los departamentos, hasta el centro de la capital, ahí estaremos para informar sobre el acontecer ferretero y de la construcción de este país hermano.

Desde el ferretero más pequeño, pasando por el mediano y hasta los más grandes, tendrán cabida en la llegada de TYT a este país centroamericano.

Nuestras investigaciones señala que a pesar de ser un mercado un poco menos desarrollado que el costarricense, está lleno de empresarios deseosos de surgir.

Los ferreteros esperan la llegada de más proveedores a este país, pues reconocen que la competencia es fuerte y solo con inventarios sustentados se puede desarrollar una buena labor.

Manuelito, una ferretería muy chinandegana

Chinandega – Nicaragua.- Jacqueline Aisquel Castellón Martínez, Propietaria de "Ferretería Manuelito", recuerda que el motivo para iniciarse en el negocio del sector ferretero, fue una idea de su esposo Manuel Salvador Alemán Álvarez (q.e.p.d), quien la instaló para brindar respuesta a la necesidad que existía de ofertar productos de calidad y precios cómodos, al cliente chinandegano.

Chinandega, departamento ubicado en el occidente de la capital, cuenta con uno de los puertos más importantes de Nicaragua como es Puerto Corinto, entrada y salida de productos, muchos de ellos, necesarios para el desarrollo del país.

El movimiento propio de una ciudad que no sólo es terminal portuaria, sino también agrícola, motivó a Alemán Álvarez a instalar un negocio ferretero, y para ello estimó como una de las mejores consideraciones para sus futuros clientes, era tener un local ubicado en el centro de la ciudad con las respectivas condiciones de fácil trámite y acarreo.

Sin temor

Aunque el negocio ferretero, es dirigido en su mayoría por hombres, esa condición no amedrentó a Jacqueline, quien sabía que tenía que velar por su familia.

"Un poco antes que él falleciera (Alemán Álvarez), me involucré en la ferretería aunque me costó, porque él era quien viajaba a Managua a traer los materiales y es quien tenía los contactos, pero logré acomodarme, desarrollarme y crecer con un nuevo local, amplio y seguro", expresa Castellón.

La propietaria de Ferretería Manuelito, asegura que uno de los factores que le permite mantener un lugar preferencial entre sus clientes, es que los precios de los materiales y artículos ferreteros, sean cómodos con relación al resto de su competencia para que pueda mantenerse en movimiento.

"Tratamos de mantener ofertas y promociones, que se anuncian en emisiones radiales; programas a diario, en las narraciones deportivas de la temporada de béisbol (deporte que está muy arraigado en los chinandeganos, ya que cuentan hasta con su propio equipo que juega en la liga

Jacqueline Aisquel Castellón, es propietaria de la Ferretería Manuelito en Chinandega, Nicaragua. Dice que para vender más se valen mucho de las promociones de temporada, como el caso de la pintura que se comercializa mayormente a final de año.

Así es Manuelito

Materiales de Construcción Manuelito
Propietaria: Jacqueline Aisquel Castellón Martínez
Año de fundación: 1999
M2 del negocio: Una infraestructura de doble planta con 6 metros cuadrados frontales por 41 de largo.
Número de empleados: 10
Clientes promedio atendidos por día: 120

En Ferretería Manuelito, buscan tener un surtido amplio de productos, combinado con un servicio esmerado. Ya tienen un promedio de visita de 120 compradores diarios.

profesional), y en mantas que colocamos en las calles donde más se mueve el público", precisa la empresaria ferretera.
Castellón, como toda conocedora del movimiento de su negocio, manifiesta que se debe poner especial atención
esta empresariaua0 afiliados. aprovechen los beneficios que la asociaci a las temporadas en las que se mueven determinados productos para impulsar promociones. Cita como ejemplo, que la pintura se mueve más entre noviembre y diciembre, que es cuando las personas optan por mejorar sus casas debido a los ingresos extras que se le reportan, como bonos o el pago de su treceavo mes, por lo que afirma que no pueden fallar con estas promociones.

Diferencia

El buen trato y amabilidad hacia los clientes que visitan Ferretería Manuelito, es uno de los principales aspectos que los diferencia de su competencia, según esta empresaria.
Castellón explica que otro elemento, es que gozan de un buen punto en el casco urbano de Chinandega, en el que hay una circulación frecuente de ciudadanos que advierten sus productos y se detienen a consultar acerca de las ofertas y los materiales que venden.
Destaca que los colaboradores con los que trabaja entienden fácilmente lo que el cliente necesita, y así éstos salen con mucha satisfacción.
Aunque como todo negocio, en algunos momentos ha enfrentado altibajos, Castellón Martínez tiene como principal objetivo a futuro, que la ferretería crezca, así como tener un segundo local en la periferia de la ciudad para ofrecer artículos ferreteros sin que el cliente tenga que ingresar hasta donde se encuentran ubicados actualmente.
No descarta que también más adelante, se reciban solicitudes de productos para tratar de llegar al sitio donde el cliente lo necesite.
En Corinto, señala que se experimentó con un negocio que observó buenas ventas, sin obviar que al inicio la principal dificultad que enfrentó fue el tipo de local que no se adaptó y tuvieron que cerrarlo, pero no descarta poder refundarlo.
Según Jacqueline, al sector ferretero le falta trabajar en equipo para el bien de los clientes, así como ofrecer más calidad con mucha más originalidad.

AFENIC busca nuevos socios

Por María José Uriarte, Pediodista TYT Nicaragua

La cantidad de socios agremiados en la Asociación de Ferreteros de Nicaragua (AFENIC) es mínimo, en comparación al número de negocios dedicados a la venta de artículos de ferretería y materiales de construcción que, en los últimos años, han abierto sus puertas al público y más si se toma el auge que empieza a tomar este sector.

AFENIC fundada en 1974, es una asociación conformada por unos 40 socios en la actualidad, entre los que destacan los propietarios de las ferreterías más influyentes de Nicaragua, así como proveedores y distribuidores, de acuerdo con su presidente Edgard Lugo, quien no descarta iniciar un proceso que logre un acercamiento con los pequeños y medianos empresarios del sector ferretero.
El presidente de AFENIC indicó que uno de los obstáculos que pueden encontrar en el proceso de buscar un acercamiento con los propietarios de ferreterías, es el poco interés que demuestran en agremiarse, ya que no es una mentalidad que esté arraigada en los pequeños y medianos empresarios del país.
Lugo no descarta que la falta de interés por asociarse, se deba quizás a un temor de enfrentar una mayor competencia o que los empresarios crean que tienen que revelar información sobre sus negocios más allá de lo necesario. Pero el presidente esto lo califica de injustificado porque la organización muy por el contrario, puede brindarle mejores herramientas para ampliar sus tiendas.

No solo reuniones de directivos

Estima como una de las principales ventajas de estar con AFENIC, que el socio puede obtener información de primera mano sobre las políticas de importación, el marco legal regulatorio aprobado por el Gobierno para el sector, así como la posibilidad de comprar o vender a otros socios de la organización.
Otra de las ventajas es tener sus instalaciones ubicadas en la sede de la Cámara de Comercio de Nicaragua, lo que les permite además de buenas relaciones con ese sector, acceder a la información que ellos manejan y que puede ser de utilidad para el gremio ferretero.
Lugo asegura que la meta de AFENIC para este año y el próximo, es que la organización no solo sea de reuniones de su Junta Directiva, sino que en los encuentros participen todos sus asociados, para poder abordar los aspectos más importantes o los que preocupan al gremio.
Además, explica que la mayoría de sus miembros se encuentran establecidos en la capital Managua, quizás por ser el departamento con mayor número de habitantes calculado en unos dos millones, lo que deriva en una centralización del comercio, y saben que al interior del país también hay negocios importantes que se beneficiarían con la asociación.
Destacó que la Asociación no rige precios debido a que no existen políticas de exclusividad en la importación de artículos ferreteros, lo que podría provocar una competencia desleal, situación que no descarta ya se registra en Nicaragua.
Lugo asegura que en el mercado nicaragüense existe espacio para proveedores de otros países, esto porque Nicaragua marca una tendencia al crecimiento, sin obviar que existe un

Edgard Lugo, Presidente de AFENIC espera que al igual que él como ferretero, sus otros colegas del sector, aprovechen los beneficios que la asociación les brinda. La entidad espera doblar el número de socios antes de final de año y llegar a 80 afiliados.

déficit habitacional bastante fuerte, y que las autoridades correspondientes tendrán que dar respuesta a esa problemática.

Crecimiento saludable

Desde hace tres años, el sector ferretero refleja un crecimiento bastante saludable a juicio del presidente. Entre los principales proveedores ferreteros de Nicaragua, Lugo enumera a Costa Rica, México, España y Estados Unidos.

La unidad es una de las características que afirma identifica al sector ferretero, sobre todo, aquellos que se encuentran asociados al tener como principio llevar una competencia sana. Agrega que lo importante es que el ferretero que lo considere, si se afilia, puede diversificar su negocio para brindar un mejor servicio a sus clientes.

Representantes de las ferreterías más grandes del país como Richardson; Comfesa; Gallo y Villa; Carlafisa, fueron algunos de los primeros miembros que pertenecieron a AFENIC en sus inicios, recuerda su presidente, algunos de los cuales ya no existen. Entre los nuevos socios se menciona a los que representan Ferretería SINSA; Roberto Morales; y Lugo.

La idea al formar AFENIC fue no sólo la de defender a sus agremiados, sino también fortalecer sus relaciones comerciales, lo que Lugo estima se mantiene vigente hasta la actualidad.

Moncar crece en el norte...

Por Roberto Mora Cárcamo, Colaborador Revista TYT

El departamento de Estelí se encuentra ubicado a 145 kilómetros al norte de la capital Managua. Uno de los principales atractivos del lugar son sus destinos turísticos como el Salto de Estanzuela, la Reserva de Tisay, elementos que quizás un día convencieron a Roberto Moncada Jirón para establecer su negocio ferretero en esta zona.

Estelí - Nicaragua.- Mantenerse por más de dos décadas en el mercado ferretero del norte nicaragüense, es uno de los mayores logros del empresario Roberto Moncada Jirón, Co-propietario de una de las ferreterías más grandes de capital local, en la ciudad de Estelí.

Moncar de Nicaragua S.A., es una referencia en productos ferreteros y materiales de construcción de la región norte, que nació en Estelí en 1990, después de estar por más de 10 años en Costa Rica, donde funcionó Moncar San José.

Para Moncada Jirón, todos los días son un reto para incrementar las ventas, debido a la competencia que existe no sólo a nivel local, sino también a nivel nacional, dado el auge que muestra el sector ferretero.

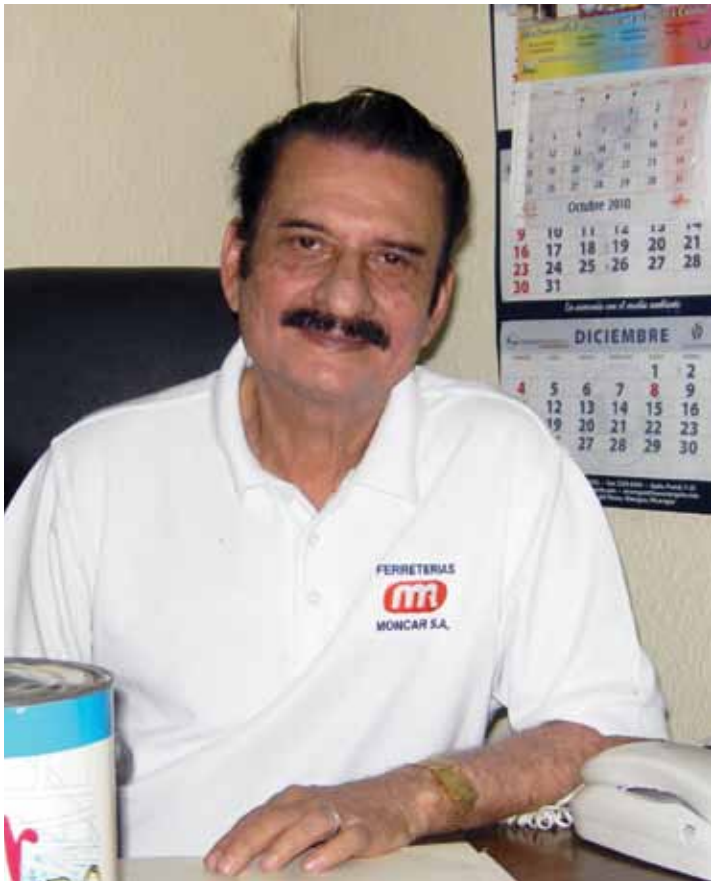
El empresario esteliano es un convencido que la publicidad es un elemento muy importante para llegar a sus clientes fijos y potenciales. Asegura que han sabido vender a través de la publicidad en radios y televisión local, así como por la promoción de ventas a través de agentes en la región norte.

La estrategia de Moncada y sus socios, ha permitido que lleguen compradores de otros departamentos.

"Nosotros tenemos distribuidores en otros departamentos de la región como Nueva Segovia, Madriz, Matagalpa y Jinotega, pero además vienen compradores de los municipios del norte, de los departamentos de León y Chinandega", expresa Moncada Jirón.

Variedad

El empresario ferretero, es un convencido que la diferencia en relación a los propietarios de otros negocios similares al suyo, está en que muchos de los productos que ofertan son importa-



Roberto Moncada, uno de los propietarios de la Ferretería Moncar de Nicaragua, es un ferretero de experiencia que ha ido más allá para hacer crecer su negocio. Cuenta con su marca propia de pintura, Zafiro, que distribuye en todo el país.

A diario la Ferretería Moncar de Nicaragua, en cada una de sus 3 sucursales, recibe cerca de 150 compradores al día. Se especializan en la línea ferretera y materiales para la construcción.

dos, pero de diferentes calidades, medidas y precios.

Explica que además de vender al detalle, también venden como mayoristas, sin dejar de lado la premisa más importante que a su criterio, les ayuda a mantener el liderazgo en ventas, como es considerar que el servicio y la atención son lo primordial para atraer y mantener a sus clientes.

Gracias al repunte que el sector ferretero ha tenido en Nicaragua en los últimos años, el empresario esteliano pretende a futuro abrir más sucursales. Actualmente, cuentan con 3 en Estelí, que incluyen una bodega. También cuentan con una sucursal en el departamento de Nueva Segovia, departamento ubicado a más de 220 kilómetros de distancia de Managua. También son fabricantes de pintura. Moncar de Nicaragua, es la que elabora la pintura Zafiro, la que Moncada afirma, ha tenido mucha aceptación y es la más usada en la región por sus precios competitivos y dice que por su calidad.

"Vea como está la Catedral de Estelí que, por ejemplo, hace 7 años fue pintada con Zafiro y se encuentra en muy buen estado. Actualmente, la pintura Zafiro que fabricamos desde hace 20 años, se distribuye a nivel nacional, pero esperamos mejorar aún más su llegada a más negocios", dice con orgullo éste empresario norteño.

Más unión

Algo que comparte Moncada Jirón, es que al sector ferretero nicaragüense le hace falta mayor unidad en el gremio, y competir en igualdad de condiciones.

En este sentido, se refiere a que todos los ferreteros sean tratados de igual forma, ya que muchas ferreterías no pagan el Impuesto General al Valor (IVA), al escudarse en las cuotas fijas, y eso obviamente, pone a muchos empresarios del sector ferretero en desventaja y se convierte en una competencia desleal.

Con respecto al resto de la región centroamericana, Moncada Jirón estima que tienen muchas desventajas, debido a que el impulso que le da el Gobierno a la construcción en Nicaragua es menor.

Lamenta que en Nicaragua, crezca menos en construcción con respecto al resto de Centroamérica.

A pesar de todo, este empresario mira los días pasar, pero sin dejar de lado, en todo momento, la búsqueda del crecimiento de su negocio.

Muy de cerca

Moncar de Nicaragua S.A.
Empresa familiar
Año de fundación: 1990.
Área del negocio: 3.000 m2 (en 3 sucursales)
Número de empleados: 22
Promedio de clientes atendidos por día: 150 en cada sucursal

Franquicia prepara ferreteros ante llegada de los "grandes"

En tan sólo cuatro años, Construmás se ha propuesto mejorar la calidad de vida de pequeños y medianos empresarios del sector ferretero, a través del establecimiento de alianzas que permiten dinamizar sus ventas, ya que mejoran sus inventarios así como sus establecimientos, lo que les permite brindar una mejor atención y servicio a sus clientes.

El objetivo de Construmás no es solo comercializar los productos que oferta, sino también implementar un plan de negocios con los ferreteros que establecen franquicias, a fin de que transformen y mejoren sus negocios y para ello, les brindan asesoría técnica, explicó Edgar Martínez, su Gerente General de esta empresa.

Dentro de la asesoría que es dirigida no sólo al propietario, sino también a sus empleados, se hace hincapié en que lo más importante es dar un servicio que en muchas ocasiones no brindan ferreterías más grandes, es decir, que se de un servicio casi personalizado al cliente, porque es primordial mantener una imagen positiva ante ellos.

"Les enseñamos una cultura de servicio", indicó Martínez, quien agregó que ese esquema les está funcionando "muy bien".

Hasta el momento, Construmás cuenta con 42 franquicias en 14 departamentos del país, a falta de llegar a dos de la totalidad que conforma la división político-administrativa de Nicaragua. No descartan lograr seis más antes de finalizar el año.

Para vender más...

Además de los créditos que ofrecen a sus "socios" con una diversidad de productos enmarcados en lo que se refiere a materiales de construcción y eléctricos, a precios competitivos, también les apoyan con estrategias para que incrementen sus ventas.

La transformación estructural y de productos, que es asumida por el ferretero y que es facilitada por Construmás, busca que las ferreterías estén preparadas para enfrentar la llegada de grandes compañías.

El gerente general de Construmás destacó que en un estudio realizado sobre los resultados de las franquicias establecidas, el crecimiento del negocio osciló en 40%, lo que incluso superó las metas previstas por ellos.

Según Martínez, el reordenamiento estructural que impulsa Construmás con sus socios, deriva en una mayor exhibición de productos que a la larga es beneficioso para los ferreteros empresario porque esto les permite vender más.

Edgar Martínez, Gerente General de Construmás, dice que esperan cerrar el año con casi 50 afiliados en el cierre de año y que la franquicia le da la posibilidad al ferretero de vender más y de estar preparado para la llegada de los competidores más fuertes.

Actualmente Construmás busca consolidarse en el mercado nicaragüense y de acuerdo con Martínez, las expectativas de crecimiento son muy positivas, aunque la construcción no se centra en este momento, en grandes proyectos, sino en los mantenimientos y remodelaciones de viviendas.

Una de las premisas de Construmás al buscar un potencial socio para establecer una franquicia, es que su negocio esté ubicado estratégicamente como punto de referencia en su departamento de origen, pero sobre todo, que esté dispuesto a someterse a varios cambios, algo así como un ordenamiento total de su tienda.

Mexichem Nicaragua dejó su huella en FERCON 2012

Mexichem Nicaragua fue protagonista en la edición 2012, de la Feria de la Construcción y Vivienda (FERCON 2012), recién celebrada en las instalaciones del Hotel Crown Plaza, evento que reunió a las empresas más importantes del mercado de la construcción y vivienda nicaragüense.

Mexichem Nicaragua ofreció en forma conjunta con la Cámara de la Construcción, el coctel de inauguración a este evento, que contó con un show artístico y musical que deleitó a los invitados, tanto representantes de empresas como constructoras y de gobierno.

A la vez, el stand de Mexichem brindó la posibilidad a los asistentes de FERCON 2012 de conocer y ampliar su conocimiento sobre la gama de aplicaciones de las tuberías de PVC Amanco. También se exhibieron otros productos comercializados por la compañía como la cubierta para techos Teja Decra y la línea de geosintéticos Pavco. Precisamente, el Ingeniero Roberto Madriz, ofreció el sábado 14 de julio una charla de capacitación sobre estos productos y sus aplicaciones en obras de ingeniería.

Mexichem mostró en FERCON 2012 soluciones de alta tecnología, en tuberías de PVC Amanco

Para el cierre de FERCON 2012, una comparsa recorrió los pasillos de FERCON 2012 para concluir en el stand de Mexichem, con lo que se ofreció un show para el disfrute de todos los asistentes a este evento.

Fercon estuvo

Managua, Nicaragua.- La Feria de la Construcción y la Vivienda (FERCON), movió al sector nicaragüense de principio a fin, y mostró que el mercado viene repuntando, pues cada vez son más las empresas que asoman con innovaciones y servicio.

Esta 13 edición de la feria, se desarrolló el 13, 14 y 15 de julio en el Centro de Convenciones Crowne Plaza, con cerca de 100 expositores nacionales e internacionales desde empresas constructoras como distribuidoras de materiales de todo tipo.

Igualmente, nos dimos una vuelta por el mercado oriental de Nicaragua para constatar el dinamismo y productos de los ferreteros nicaragüenses.

La empresa Sinsa de Nicaragua, se hizo presente en la feria presentando sus productos para acabados, así como las pinturas Lanco.

Decocenter de Nicaragua también mostró sus alternativas en pisos y acabados.

Martin Wille de German-Tec también estuvo presente en Fercon con sus representantes en este país.

a todo dar...

Los representantes de Jinfeng (centro), de los pisos removibles, buscaron aumentar sus ventas de este producto.

Schneider mostró sus productos en la feria.

El Mercado Oriental nicaragüense funciona como una vitrina para los ferreteros, para vender más. Aquí los empresarios cuentan con surtidos amplios de productos variados, e incluso algunos de ellos, poseen hasta tiendas especializadas.

Chica Ferretera 2012

expo FERRETERA

su herramienta de negocios

1 de Mayo, 1 y 2 de Junio 2013

www.expoferretera.com

2012

Enero 2012

	Lun	Mar	Mié	Jue	Vie	Sáb	Dom
52							1
1	2	3	4	5	6	7	8
2	9	10	11	12	13	14	15
3	16	17	18	19	20	21	22
4	23	24	25	26	27	28	29
5	30	31					

Febrero 2012

	Lun	Mar	Mié	Jue	Vie	Sáb	Dom
5			1	2	3	4	5
6	6	7	8	9	10	11	12
7	13	14	15	16	17	18	19
8	20	21	22	23	24	25	26
9	27	28	29				

Marzo 2012

	Lun	Mar	Mié	Jue	Vie	Sáb	Dom
9				1	2	3	4
10	5	6	7	8	9	10	11
11	12	13	14	15	16	17	18
12	19	20	21	22	23	24	25
13	26	27	28	29	30	31	

Abril 2012

	Lun	Mar	Mié	Jue	Vie	Sáb	Dom
13							1
14	2	3	4	5	6	7	8
15	9	10	11	12	13	14	15
16	16	17	18	19	20	21	22
17	23	24	25	26	27	28	29
18	30						

Mayo 2012

	Lun	Mar	Mié	Jue	Vie	Sáb	Dom
18		1	2	3	4	5	6
19	7	8	9	10	11	12	13
20	14	15	16	17	18	19	20
21	21	22	23	24	25	26	27
22	28	29	30	31			

Junio 2012

	Lun	Mar	Mié	Jue	Vie	Sáb	Dom
22					1	2	3
23	4	5	6	7	8	9	10
24	11	12	13	14	15	16	17
25	18	19	20	21	22	23	24
26	25	26	27	28	29	30	

Julio 2012

	Lun	Mar	Mié	Jue	Vie	Sáb	Dom
26							1
27	2	3	4	5	6	7	8
28	9	10	11	12	13	14	15
29	16	17	18	19	20	21	22
30	23	24	25	26	27	28	29
31	30	31					

Agosto 2012

	Lun	Mar	Mié	Jue	Vie	Sáb	Dom
31			1	2	3	4	5
32	6	7	8	9	10	11	12
33	13	14	15	16	17	18	19
34	20	21	22	23	24	25	26
35	27	28	29	30	31		

Septiembre 2012

	Lun	Mar	Mié	Jue	Vie	Sáb	Dom
35						1	2
36	3	4	5	6	7	8	9
37	10	11	12	13	14	15	16
38	17	18	19	20	21	22	23
39	24	25	26	27	28	29	30

Octubre 2012

	Lun	Mar	Mié	Jue	Vie	Sáb	Dom
40	1	2	3	4	5	6	7
41	8	9	10	11	12	13	14
42	15	16	17	18	19	20	21
43	22	23	24	25	26	27	28
44	29	30	31				

Noviembre 2012

	Lun	Mar	Mié	Jue	Vie	Sáb	Dom
44				1	2	3	4
45	5	6	7	8	9	10	11
46	12	13	14	15	16	17	18
47	19	20	21	22	23	24	25
48	26	27	28	29	30		

Diciembre 2012

	Lun	Mar	Mié	Jue	Vie	Sáb	Dom
48						1	2
49	3	4	5	6	7	8	9
50	10	11	12	13	14	15	16
51	17	18	19	20	21	22	23
52	24	25	26	27	28	29	30
1	31						

1 enero Año Nuevo
5 abril Jueves Santo
6 abril Viernes Santo
11 abril Día de Juan Santamaría

1 mayo Día del Trabajo
25 julio Anexión del Partido de Nicoya a Costa Rica
2 agosto Día de la Virgen de los Ángeles
15 agosto Día de la Madre

15 Setiembre Independencia de Costa Rica
12 octubre Día de las Culturas
25 diciembre Natividad del Señor

1 2 3
junio

expo FERRETERA
su herramienta de negocios

2013

Enero 2013

	Lun	Mar	Mié	Jue	Vie	Sáb	Dom
1		1	2	3	4	5	6
2	7	8	9	10	11	12	13
3	14	15	16	17	18	19	20
4	21	22	23	24	25	26	27
5	28	29	30	31			

Febrero 2013

	Lun	Mar	Mié	Jue	Vie	Sáb	Dom
5					1	2	3
6	4	5	6	7	8	9	10
7	11	12	13	14	15	16	17
8	18	19	20	21	22	23	24
9	25	26	27	28			

Marzo 2013

	Lun	Mar	Mié	Jue	Vie	Sáb	Dom
9					1	2	3
10	4	5	6	7	8	9	10
11	11	12	13	14	15	16	17
12	18	19	20	21	22	23	24
13	25	26	27	28	29	30	31

Abril 2013

	Lun	Mar	Mié	Jue	Vie	Sáb	Dom
14	1	2	3	4	5	6	7
15	8	9	10	11	12	13	14
16	15	16	17	18	19	20	21
17	22	23	24	25	26	27	28
18	29	30					

Mayo 2013

	Lun	Mar	Mié	Jue	Vie	Sáb	Dom
18			1	2	3	4	5
19	6	7	8	9	10	11	12
20	13	14	15	16	17	18	19
21	20	21	22	23	24	25	26
22	27	28	29	30	31		

Junio 2013

	Lun	Mar	Mié	Jue	Vie	Sáb	Dom
22						1	2
23	3	4	5	6	7	8	9
24	10	11	12	13	14	15	16
25	17	18	19	20	21	22	23
26	24	25	26	27	28	29	30

Julio 2013

	Lun	Mar	Mié	Jue	Vie	Sáb	Dom
27	1	2	3	4	5	6	7
28	8	9	10	11	12	13	14
29	15	16	17	18	19	20	21
30	22	23	24	25	26	27	28
31	29	30	31				

Agosto 2013

	Lun	Mar	Mié	Jue	Vie	Sáb	Dom
31				1	2	3	4
32	5	6	7	8	9	10	11
33	12	13	14	15	16	17	18
34	19	20	21	22	23	24	25
35	26	27	28	29	30	31	

Septiembre 2013

	Lun	Mar	Mié	Jue	Vie	Sáb	Dom
35							1
36	2	3	4	5	6	7	8
37	9	10	11	12	13	14	15
38	16	17	18	19	20	21	22
39	23	24	25	26	27	28	29
40	30						

Octubre 2013

	Lun	Mar	Mié	Jue	Vie	Sáb	Dom
40		1	2	3	4	5	6
41	7	8	9	10	11	12	13
42	14	15	16	17	18	19	20
43	21	22	23	24	25	26	27
44	28	29	30	31			

Noviembre 2013

	Lun	Mar	Mié	Jue	Vie	Sáb	Dom
44					1	2	3
45	4	5	6	7	8	9	10
46	11	12	13	14	15	16	17
47	18	19	20	21	22	23	24
48	25	26	27	28	29	30	

Diciembre 2013

	Lun	Mar	Mié	Jue	Vie	Sáb	Dom
48							1
49	2	3	4	5	6	7	8
50	9	10	11	12	13	14	15
51	16	17	18	19	20	21	22
52	23	24	25	26	27	28	29
1	30	31					

1 enero Año Nuevo
11 abril Día de Juan Santamaría
28 marzo Jueves Santo
29 marzo Viernes Santo

1 mayo Día del Trabajo
25 julio Anexión del Partido de Nicoya a Costa Rica
2 agosto Día de la Virgen de los Ángeles
15 agosto Día de la Madre

15 Setiembre Independencia de Costa Rica
12 octubre Día de las Culturas
25 diciembre Natividad del Señor

31 1 2
mayo junio

expo FERRETERA
su herramienta de negocios

15 años

expo FERRETERA

su herramienta de negocios

La mejor feria de ferretería y construcción de la región

Un encuentro internacional de negocios para fabricantes, distribuidores y ferreteros. En Expoferretera, participan más de 100 empresas exhibiendo productos y servicios. Nos visitan más de 4,000 profesionales del sector, provenientes de todas las zonas del país y de América.

Actividades:
- La Chica Ferretera
- El Ferretero del Año
- Demostraciones de Productos y mucho más...

31 Mayo, 1 y 2 Junio 2013 • Costa Rica

Visítenos en

Centro de Eventos PEDREGAL

Horario: Viernes y Sábado de 11 a 8 | Domingo de 11 a 6

Entrada GRATIS: Regístrese en www.expoferretera.com para adquirir su entrada gratuita.
Precio de la entrada en la feria sin registro o invitación: ¢2,000
Precio del Parqueo ¢2,000

Reserve su stand:
Braulio Chavarría, Asesor Comercial
braulio.chavarria@eka.net
Tel.: (506) 2231-6722 ext 137 Cel 7014-3611

Servicio al cliente:
Mirtha Vargas, Ejecutiva de Eventos
Tel.: (506) 2231-6722 ext. 146
mirtha@ekaconsultores.com

Expoferretera Costa Rica | www.expoferretera.com

Organiza: tuercas y tornillos TYT LA REVISTA FERRETERA

Productos para su proyecto que SI cumplen con lo solicitado en el Nuevo Código Eléctrico de Costa Rica

HUBBELL®

Wiring Systems

UL LISTED

Tomacorrientes de seguridad para niñoss TR, contra manipulación peligrosa.

Tomacorrientes que protegen la vida humana (con protección de falla a tierra incorporada, GFCI.)

Apagadores provistos con borne para la puesta a tierra.

Tomacorrientes con supresor de picos de voltaje incorporado para la protección de sus equipos electrónicos.

SINGE SUMINISTROS EN INGENIERIA,LTDA.

SUPLIDORA

UNA EMPRESA DEL GRUPO DIEZ

Pavas	Alajuela	Belen	Heredia	Huacas	La Uruca
2220-1676	2430-9010	2293-7210	2260-1621	2653-6405	2222-0056

Un producto que sostiene...

¿Quién iba a decir que un administrador de empresas, gracias a su empuje y tenacidad, lograría en una de las expoferreteras el premio al Producto más Innovador, con un invento que empieza a revolucionar en el país, la industria de la sujeción?

Luis Roberto Lang, Presidente de Plastilang, no perdió tiempo para demostrar a los asistentes de una de las Expoferretera el "poderío" de sus expanders, como en este caso, al sostener un automóvil.

Él es Luis Roberto Lang, Presidente de Plastilang, quien luego de mucho darle y darle, casi hasta la necedad, consiguió salirse con la suya e inventar un novedoso expander capaz, como quedó demostrado, en la antepasada feria, de sostener el peso de un automóvil.

¿Pero cómo empieza toda esta historia? Dejemos que sea el mismo inventor que pase a ser nuestro protagonista…

Fue allá por 1987, cuando se me ocurrió fundar una empresa, y me dije que necesitaba apoyarme en un producto que pudiera darme la forma de cómo ganarme la vida.

Pero antes de inventar algo, tuve que "tragarme" todos los cursos de Frank Sauter sobre máquinas, porque lo primero que tenía que hacer era inventar algo que fabricara lo que quería.

Antes de iniciar lo mío, trabajé en La Bilbaina, la fabrica de zapatos. Recuerdo que uno de los gerentes me decía "McGiver" porque siempre me gustaba andar viendo máquinas e incluso arreglaba cosas como radios y otros artefactos.

Llegó un momento en el que La Bilbaina desechó una máquina inyectora de plástico y cuando la iban a botar, junté todos los pedazos, la armé, la modifiqué para que hiciera perfiles y flejes. Construí una extrusora (empaques para ventanería) y como requería que tuviera velocidad variable, le adapté una caja de cambios de un jeep International.

Algo diferente

Ya fuera de la Bilbaina, me dediqué a vender lo que mi máquina producía, en mueblerías, industria en general y empresas instaladoras de vidrio. Fue entonces cuando se dio un "GAP" en el mercado y se vino un bajonazo en las ventas.

Precisamente, con la crisis encima, me dije que tenía que hacer algo diferente, algo que me ayudara a levantar de nuevo la empresa.

Recordé que en Estados Unidos había visto unos expanders extraídos, y fue cuando vi que ahí estaba mi oportunidad.

Empecé a diseñar, y todo fue un proceso de prueba y error. Fueron muchas pruebas hasta que en Estados Unidos me dijeron que el diseño era exitoso y que los expanders eran aptos, y que cumplían todas las normas y pruebas de resistencia.

Ahora ando en el mercado, ya tengo varios distribuidores y ferreterías donde se venden, y si alguien los quiere probar ahí está Plastilang lista para servir.

Voces del mercado

"Aún el producto está muy nuevo y no se vende como uno quisiera, pero ahí lo vamos probando…", dice Mario Granados, Propietario de Ferretería Filadelfia, en Guanacaste.

"Su distribución en el mercado ha sido lenta, pero la aceptación de los expanders ha sido muy buena. Los clientes a nivel ferre-

Los expanders de Plastilang vienen en varios colores para cada tipo de tornillo. Su forma, según Lang, le permite adherirse con más facilidad y fuerza al concreto.

tero, que ya los han probado los ha convencido. Se trata de un producto muy superior a otros expanders del mercado y su precio lo hacen muy competitivo", Óscar Castellanos, Gerente General, Universal de Tornillos.

Trío de potencia

Por Importaciones Vega

Mientras unos tienen una sola marca de herramientas eléctricas, o a lo sumo dos, en Importaciones tienen tres... ¿Y cómo hacen para potenciar este trío? La respuesta la tiene Rafael Vargas, Gerente General de Importaciones Vega.

DeWalt, Neo y Gladiator, son los tres "caballos de batalla" que Vega pone en el sector ferretero, y según Vargas, "como empresa hemos buscado y tenido un fuerte crecimiento sin ser los más grandes y fuertes del mercado y, hoy, somos la compañía que en los últimos 10 años ha tenido el mejor desarrollo tanto en imagen como en marcas". Afirma que ese desarrollo en marcas les ha permitido perfilarse como un proveedor de soluciones integrales para sus clientes.

"Hemos vendido productos y marcas por muchos años, y en las diferentes categorías damos alternativas variadas para los diferentes segmentos de usuarios", agrega Vargas.

Con respecto a las herramientas eléctricas, el gerente indica que esta filosofía no se queda de lado. "Con nuestras marcas abarcamos 3 segmentos: "heavy duty" con DeWalt, trabajo pesado con Neo, y que necesita también "heavy duty", pero con precio menor y el segmento de usuario profesional y doméstico con Gladiator PRO y Gladiator", sostiene Vargas.

Afirma que con estas tres marcas "abarcamos los tres segmentos de clientes que más visitan las ferreterías".

Precisamente, estas tres marcas ha hecho que Importaciones Vega sea el importador más fuerte del país en esta área y por ende la empresa que más vende herramientas eléctricas.

"En suma a nuestras marcas, también está el servicio real de soporte en todo el país", concluye Vargas.

Rafael Vargas, Gerente General de Importaciones Vega, dice que hoy son la compañía que en los últimos 10 años han tenido el mejor desarrollo tanto en productos y marcas. Solo en el área de herramientas eléctricas poseen 3 marcas para diferentes segmentos del mercado.

Rotomartillo DeWalt SDS. Max 1-9/16 12 Amp.

Esmeriladora NEO de 9", 2400 W. Con mango giratorio

Inversor soldadora Gladiator, para soldar. 5100 W. 220 V.

Guadaña Forest & Garden, a gasolina. 33 cc.

Son los **grandes** los que le dan forma a **Costa Rica**

Importaciones Vega, somos los proveedores de herramientas eléctricas #1 en el país.

Contáctenos

IMPORTACIONES VEGA

LA RESPUESTA DEL FERRETERO

www.importacionesvega.com

Tel: (506)2494-4600 / 2494-8351

Indudi busca tomar más fuerza con Stanley

Por Indudi

Mientras unos tienen una sola marca de herramientas eléctricas, o a lo sumo dos, en Importaciones tienen tres... ¿Y cómo hacen para potenciar este trío? La respuesta la tiene Rafael Vargas, Gerente General de Importaciones Vega.

De los 40 años que tiene Indudi en el mercado, 35 de ellos ha estado distribuyendo los productos de la marca Stanley. "Qué mejor carta de recomendación", sostiene Lenin Abarca, Gerente de Marca de Indudi.

Y es que Abarca dice que sin temor a equivocarse, a pesar de que en el mercado existan otros distribuidores, "somos nosotros los que manejamos un surtido más amplio para esta marca" y resalta como ejemplo, el surtido que la compañía mantiene en la línea de herrajería con productos como rieles, bisagras y otros.

"Podemos decir que tenemos la diversidad más completa y la mayor experiencia del mercado con la marca. Dos valores que es difícil que otros los puedan superar", recalca Abarca y quien también afirma que todo esto en suma con el respaldo de años que siempre han brindado al mercado.

Más de 1200

Indica que en este momento Indudi cuenta con más de 1200 ítemes de producto de Stanley, distrbuidos en diversas categorías, en lo que a herramienta manual se refiere.

"Somos el referente del mercado en este momento y por si fuera poco, tenemos un plan de incrementar el surtido aún más".

Incluso dice que alistan varias sorpresas para lo que resta del año para los ferreteros. "En el evento que realizamos todos los años en octubre, vamos a lanzar las nuevas aspiradores industriales Stanley", concluye Lenin.

Lenin Abarca, Gerente de Marca, defiende a "capa y espada" que Indudi tiene el surtido más completo y una mayor experiencia de distribución con la marca Stanley.

Caladora Black & Decker KS650K. 800 - 3000 RPM. 600 W. Montada en roles. 2 años de garantía. Velocidad variable.

Cepillo eléctrico. Marca Black & Decker. 750 W. 16500 cepilladas o cortes por minuto. Montado en roles. 2 años de garantía.

Orilladora. Marca Black & Decker. 4.4 Amperios. 10000 RPM. 120 V - 60 Hz. 2 años de garantía.

LINEA PRO

BLACK&DECKER®

Distribuido por

indudi s.a.

Teléfono 2293 5454

indudi.empresa

Reposa se apodera de Craftsman

Por Reposa

Reposa está estrenando marca nueva de herramientas eléctricas. La llegada de Craftsman entre sus líneas, les da más fuerza, al representar una marca que es líder en Estados Unidos.

Rodrigo Segura, nuevo Gerente de Ventas de la empresa, afirma que "estamos trayendo de todas las categorías de herramientas eléctricas, desde el segmento industrial hasta la línea doméstica, todas con 1 año de garantía y el respaldo de taller y repuestos", dice Segura.

Afirma que Craftsman tiene mucho peso en el mercado, al ser una marca reconocida, sobre todo en el área de motores para portones eléctricos.

"Precisamente, muy pronto vamos a traer los motores para portones y cajas para herramientas, además todas las herramientas para jardinería como motoguadañas, orilladoras y otras", asegura Rodrigo.

Añade que Craftsman, fue la primer marca que dio garantía de por vida en las herramientas manuales, "lo que indudablemente, habla de su calidad".

Estas herramientas, según Segura, son ideales para varias áreas de trabajo del mercado, como el caso del sector mueblero y automotriz.

"Vamos a iniciar un fuerte trabajo de posicionamiento. La ventaja para el ferretero está en que puede contar con una marca reconocida y con todo el respaldo de Reposa".

Craftsman es de distribución exclusiva de Reposa.

Rodrigo Segura, Gerente de Ventas de Reposa, muestra la nueva línea de herramientas Craftsman que distribuirá la emprea en todo el país.

Hidrolavadora Danubio, marca Lavor. Caudal: 450-900 lh / 1.98-3.96 GPM. Potencia absorbida 7000 W-220V - 60 Hz. Depósito detergente: 3.8 litros / 1 Gls. Peso: 45 Kgs / 99 lbs.

Hidrolavadora I Clean Lavor. Potencia absorbida: 110V / 60 Hz. Peso: 13,3 kgr.

Hidrolavadora independent Lavor. Presión real: 160 bar / 2320 Psi max. Potencia: 5.5 Hp. Peso 35 Kgr. 5 boquillas de aplicación. Manguera 8 metros.

Hidrolavadora Skipper Junior Lavor. Presión real 130 bar max - 1885 psi max. Potencia absorbida: 110 V / 60 Hz. Peso: 8 kgr.

Hidrolavadora Mississippi Lavor. Potencia absorbida: 3000 W / 220 V - 60 Hz. RPM: 3400. Peso: 54 Kgr. Largo de cable: 5m.

CRAFTSMAN

LA MARCA #1 EN U.S.A.

Taladros

Esmeriladoras

Routers

Lijadoras

Compresores

Sierras

Pulidoras

Caladoras

Ingleteadoras

Herramienta Manual

Teléfonos: (506) 2272 - 6595
(506) 2272 - 9020
(506) 2272 - 1693
Fax: (506) 2272 - 1693

Representante para Costa Rica:
REPOSA

Email: info@reposa.cr
Website: www.reposa.cr

Torneca lanza taladro sin carbones

Por Torneca

Parece que la tecnología está de la mano de Milwaukee y Torneca con el lanzamiento del nuevo taladro M18 Fuel, sin carbones e inalámbrico, y que ya está en el mercado tico.

Alberto Gamboa, Director Comercial de Torneca, dice que lo escencial con esta nueva tecnología es que además de no tener carbones, el M18 Fuel, posee un 10% más de vida en el motor, es 25 veces más potente, y la batería en condiciones normales, puede durar hasta un 50% con la carga.

"El mantenimiento es mínimo gracias a su avanzado sistema electrónico que previene sobrecargas en el taladro. Funciona a base de una tarjeta digital electrónica inteligente", dice Gamboa.

Afirma que otra de las ventajas que posee este y todos los taladros Milwaukee es que no pasa como otros del mercado que conforme la batería se descarga pierden potencia, "y en el caso del nuestro la sigue manteniendo aunque la batería ya esté a punto de perder toda su carga".

El M18 Fuel es taladro, atornillador y percutor con 24 variaciones de torque.

"Cuando un a un ferretero le piden una herramienta eficiente, debe tener Milwaukee a la mano. Por ejemplo, tener una cuadrilla parada porque la herramienta está en mantenimiento o no funcionó es un lujo que hoy ninguna empresa puede darse", asegura Alberto.

Igualmemente, Torneca otorga una garantía de 5 años y satisfacción garantizada en 30 días en los que si al usuario no le satisfizo la herramienta, se la cambian sin problema.

"Nuestras herramientas son especiales para sectores como electricistas, mecánicos, plomeros y fontaneros", concluye Gamboa.

Alberto Gamboa, Director Comercial de Torneca, muestra la última novedad de Milwaukee: el taladro M18 Fuel con tecnología sin carbones.

Taladro percutor inalámbrico. 12 V. Esfuerzo de torsión: 275 en libras. Velocidad: RPM0-400 / 0-1,500 RPM - BPM 22.500 BPM. Chuck Tipo 3/8 "manga individual

Esmeriladora. Diámetro 5". Voltios sólo 120 AC AMPS / Protección De la Sobrecarga13 Amp Max Watts de salida (de energía) 2100 MWO. RPM 11.000. Tipo de cable 2 hilos. Aislamiento doble.

Milwaukee®

M18 FUEL

Taladro Percutor de 1/2"
Atornillador
Motor sin carbones

HASTA **10** VECES MÁS VIDA EN EL MOTOR

HASTA **25%** MÁS POTENTE

HASTA **50%** MÁS TIEMPO DE EJECUCIÓN

Torsión pico de 725 (pulgadas-libras)

Portabrocas con manguito metálico sencillo de ½"

0 a 550/0 a 1.850 RPM; 0 a 31.450 BPM

Gatillo de velocidad variable

5.0 libras y 8.1" de largo

2 Baterías REDLITHIUM M18 XC de alta capacidad

Modelos
2604-22
2604-22 CT

Distribuido por

TORNECA

Tel.: 2207-7777 www.torneca.com

Bosch a ritmo de 194 innovaciones

Por Cofersa

Ya a estas alturas del año, Bosch ha presentado al mercado 194 productos nuevos en diversas categorías. Cofersa que posee la distribución de herramientas eléctricas, ya puso en el mercado algunas de estas novedades.

Según Ronny Vega, Especialista Comercial de Cofersa, recalca que detrás de toda esta innovación, la empresa ha aumentado sus valores agregados a la marca, de cara a otorgar mayores beneficios a los clientes. Dice que los distribuidores cuentan con la asesoría técnica de un especialista entrenado todos los años en la propia fábrica, así como visitas conjuntas a usuarios para asesorarlos y soportar la venta de los ferreteros, "y por supuesto el potencial de exhibición en el punto de venta", agrega Vega. Afirma que estos valores que giran en torno a la marca ha hecho que en Costa Rica presenten un crecimiento en los puntos de venta. "Bosch llega al mercado con precios muy competitivos y por ende el usuario valora la relación costo - beneficio".

Kick Back Stop

Como ejemplo al valor de la innovación, Vega asegura que "somos la única empresa que tiene una esmeriladora con el sistema "Kick Back Stop" y que se refiere a que la herramienta al detectar un bloqueo apaga la máquina, y ante un corte de corriente, si el usuario olvidó apagarla, al volver la electricidad, ésta no enciende hasta que no se accione el interruptor nuevamente y la guarda protectora viene con mayor seguridad", apunta Vega.

Además, dice que Bosch también ha venido bajando el peso de las máquinas y aumentando su potencia, como en el caso de las esmeriladoras de 9".

"Otra tendencia fuerte de la marca ha sido la incorporación de las herramientas con medición inteligente con medidores a distancia, niveles láser y detectores de materiales, para ser usados en mantenimiento, por instaladores e incluso en el sector construcción", concluye Ronny.

Ronny Vega, Especialista Comercial de Cofersa, muestra una de las últimas tendencias en innovación de Bosch, en lo que se refiere a medición inteligente.

Nueva tronzadora Skil. Motor de 18000 W – 127 V, para cortes en metales de alta dureza. Base reforzada para cortes precisos. Durabilidad: 150 horas de trabajo continuo.

Martillo GBH 2-24 D Professional.
Lo más potente y durable de la categoría.

¡NUEVO! Bosch desarrolló su nueva generación de martillos para superar los estándares de fuerza y durabilidad existentes en el mercado. Con potencia de 800 W y percusión de 2,7 J, comprobadas por rigurosa norma internacional, los martillos GBH 2-24 D proporcionan desempeño incomparable y un 30% más vida útil que la competencia.

De profesionales para profesionales.

BOSCH

Innovación para tu vida

Rosejo entra al mercado de herramientas eléctricas

De la mano de Black & Decker, Rosejo quiere abrirse paso firme en el mercado de herramientas eléctricas.

Manfred Villalobos, Gerente de Proyectos de Rosejo, Johhnny Vargas, Kenia Delgadillo de Black & Decker y José Schifter, Gerente General, de Rosejo.

Dentro de todo el esquema de líneas, esta es la primera vez que esta empresa entra a está área de las herramientas eléctricas y accesorios.

"Tenemos la infraestructura y los clientes para hacer un buen trabajo en esta área", dice José Schifter, Gerente General de Rosejo.

La idea es que Rosejo maneje todas las líneas de la marca. "La empresa es muy conocida en el mercado por asociarse con marcas de calidad y en este caso con Black & Decker no es la excepción. Se trata de una línea ganadora porque lo respalda el trabajo de los encargados y desarrolladores de la marca", dice Manfred Villalobos, Gerente de Proyectos de Rosejo.

23 centros de servicio

Otra de las razones por las que Rosejo se alió con Black & Decker será el respaldo que puede ofrecer con la marca, ya que hay 23 centros de servicio distribuidos en todo el país, y donde los clientes pueden recurrir en cualquier momento a adquirir refacciones, accesorios y por mantenimiento de sus máquinas. "Nuestra idea es potenciar este servicio con el nuestro y no entrar en una guerra de precios en el mercado", indica Schifter.

"Rosejo posee una muy buena cobertura a nivel de país en el área ferretera, además cuentan con el nicho de supermercados, lo que hará que la herramienta también pueda entrar en esa área", Johhnny Vargas, Coordinador de Ventas para Black & Decker.

Sierra circular de 7-1/4". Motor de 1500 W. Empuñadura ergonómica para mayor control. Incluye hoja de 18 dientes de carburo, guía de ajuste para cortes en ángulos, perilla de ajuste de profundidad, llave para cambio de disco, incluye guía de corte.

Caudal 6 litros, 1880 Psi. Potencia 1700 W. Manguera 5,5 metros, lanza turbo, aplicador de detergente, conector para manguera de ¾".

LINEA PRO

BLACK&DECKER®

HERRAMIENTA ELECTRICA

JARDIN

AUTOMOTRIZ

Ahora distribuido por **ROSEJO**

cotize y haga sus pedidos Tel: 2296-7670 E-mail: ventas@rosejo.com www.rosejo.com

Martillo demoledor. 25% menos de vibración. Interruptor a prueba de polvo, fatiga y accidentes. Potencia 2000 Watts. Percusiones 1000 min -1. Tasa de remoción de material 3,2 ton/h. Peso 29,5 kg

Taladro de percusión y atornillador. 195 mm y 1,6 kg. Sistema patentado de engranaje y motor de 4 polos. 18 + 1 configuraciones de torque. 2 velocidades: torque y velocidad ideales para perforaciones y atornillados. 14.4 V.

Distribuye: Cofersa • Tel.: (506) 2205-2525

Taladro de ½". Marca Black & Decker. 2 años de garantía. 730 W. Velocidad variable. Con reversa. Montado en roles. Percutor.

Esmeriladora de 4 ½". Marca Black & Decker. 2 años de garantía, velocidad variable. Montada en roles.

Distribuye: Indudi • Tel.: (506) 2293-5454

Taladro percutor ½". Velocidad variable y reversible, capacidad en acero, madera, concreto. 550 W. Selector de función de percusión o rotación

Lijadora orbital ¼". Velocidad 13500m/min, extractor de polvo, interruptor, sellado contra el polvo. Motor 1880 W. Lijado al ras en tres lados.

Distribuye: Rosejo • Tel.: (506) 2296-7670

Esmeriladora industrial 7", 13 amperios. 800 RPM. Ángulo recto.

Lijadora de banda de 3" X 21". 8 Amp. 1300 RPM. Peso 8.94 lbs, cable de 2.5 metros. Incluye bolsa para polvo y bandeja de lija.

Taladro Percutor Craftsman. ½", 6 Amp, 2600 RPM, reversible. Incluye mango auxiliar y guía de tope.

Ingleteadora. Disco 10", 15 amperios, 4200 RPM, con láser, bolsa, stand y doble extensión. Incluye: disco de 40 dientes, 100% balineras.

Compresor Craftsman libre de aceite 1,5 Hp. 20 galones. Presión Psi: 150 (10.6 BAR). Volumen de entrega: 5.1 SCFM (40 Psi), 3.8 SCFM (90 Psi). Accesorios: Kit especial 10 piezas.

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

Taladro Gladiator percutor. ½”. B 810 W.

Compresor DeWalt 1.8 Hp. 15 G. 200 Psi. Libre de aceite

Aspiradora NEO 2800 W. 60 litros. 18.8 galones.

Lustrapulidora para autos Work. 1200 W - 1/6 Hp.

Sierra Mesa Work 10. 1300 W. Portátil.

Generador a gasolina Forest & Garden. 6500 W.

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

Rotomartillo SDS MAX. 120 V CA. Amperios10,5. Capacidad máxima de bits sólido 1-9 / 16 “. Max Core capacidad de bits 4”. RPM 450 - BPM 3000. Modos: martillo perforador y un martillo sólo.

Taladro percutor inalámbrico. Voltios 18V. Esfuerzo de torsión 725 en libras. RPM 0-550 / 0-1,850 RPM BPM31.450 BPM. Chuck Tipo1/2” solo metal.

Sierra Sawzall. Amperios 12 .0. Longitud de la carrera1-1/8 “. No SPM carga 0-3,000. Longitud 19”. La protección de engranajes embrague: extiende la marcha y la vida del motor mediante la absorción de fuerzas de alto impacto causado por los calabozos de la hoja. QUIK-LOK ™ abrazadera de la hoja: proporciona acceso rápido, sin herramientas cambio de la hoja.

Distribuye: Torneca
Tel.: (506) 2207-7763

Sección patrocinada por:

IMACASA
FUERZA EN SU TRABAJO

shop-vac PRO
10
37.8
4.0
shop-vac PRO
10
37.8
4.0
shop-vac PRO
10
37.8
4.0
shop-vac ULTRA PRO
16
60.5
6.5
FEATURES
BLACK & DECKER
BLACK & DECKER

Grettel Barrios es la Ferretera del Año

Firme para los negocios

Ni se anda por las ramas con nada, y es mejor que un proveedor lleve de antemano una buena negociación, una propuesta insuperable porque de lo contrario, terminará prácticamente con las manos vacías, y yéndose por donde entró...

Ella es Grettel Barrios, Jefe de Mercadeo de La Ferre de Pavas y la Ferre de Coronado, una mujer que sabe perfectamente dónde están las zonas calientes… Pero no me malentiendan, hablamos de las zonas calientes en el negocio, aquellas que tienen más potencial de exhibición y por donde más pasan y miran los compradores.

Nos fuimos a entrevistar con Barrios, precisamente porque fue la elegida por el sector como la Ferretera del Año 2012, premio que se otorga desde hace dos años, en el primer día de Expoferretera.

Una de sus mayores funciones son las compras por volumen para mejorar precios y también determinar qué productos son triple "X" para hacer promociones y aprovechar como dijimos las zonas calientes del negocio.

"También soy la encargada de vender lo que no se ha vendido", dice Barrios, quien afirma que a veces puede haber un producto con rotación baja y que basta con moverlo a otro sitio para que se venda en su totalidad. "Hay que tener cierto ojo clínico y hasta de lince para estas cosas. Pero esto solo lo da la experiencia", asegura esta ferretera con 22 años de dedicarse a estas faenas.

Y claro, también asegura que para comprar bien hay que "agarrarse" de los famosos estudios de mercado. "Hay que hablar con clientes siempre, esto ayuda mucho a determinar las necesidades o no de un producto".

La Ferre de Pavas, un negocio de más de 1000 m2, atiene cerca de 500 clientes diarios en promedio. Aquí Barrios busca sacar el mayor provecho de todas las "zonas calientes" para aumentar las ventas.

"Hagamos negocio"

Como encargada de las promociones, dice haber desarrollado la habilidad para sumar valores agregados a los productos. "Ahora estamos vendiendo por ejemplo, una orilladora con mejor precio que la competencia, pero además la damos con una extensión eléctrica incluida", ejemplifica Barrios.

Precisamente, en ese momento estábamos sentados en una mesa de jardín de la ferretería y cuando nos volteamos a apreciarla un poquito, Barrios no desaprovechó oportunidad para decirnos: "si le gusta, se la puedo dar a muy buen precio. Hagamos negocio…".

Dice que no podría estar en otra cosa que no fuera la ferretería. "Esto despertó mi pasión hace muchos años. Me encanta saber de herramientas, de productos nuevos y después transmitir los conocimientos a los clientes".

Dice que todo es posible venderlo, pero que hay que tener sapiencia para reconocer las épocas y temporadas para cada producto. En eso vuelve a ver hacia fuera y dice: "están haciendo unos días de verano que espero se quiten ahorita porque estoy precisamente con una promoción de paraguas".

Sobre su premio dice que le sorprendió, y se lo toma como un reconocimiento a su labor. "No me gusta como dicen "jugar de peligrosa" con estas cosas, pues soy alguien que solamente ha aprendido un poco de negocios".

Sobre sus espaldas recaen las dos tiendas. La de Pavas con una superficie de 1000 m2 y la de Coronado con 500 m2, y dice no tener preferencias entre proveedores. "Me gusta ser igual con todo mundo".

Sección patrocinada por:

PROART

innovadores en cultura organizacional

Proart de Agorart s.a. grupo de asesores en arte y cultura, le propone las siguientes alternativas de desarrollo:

IDENTIDAD CORPORATVA:

Después de analisis de necesidades proponemos nuevas estrategias creativas para que su empresa crezca y se mantenga en el mercado.

COACHING ARTISTICO:

Formaciones de Desarrollo Personal para Presidentes, Gerentes Recursos Humanos en general. Team Building, Afirmación e Identificación de los Valores, Implementación de herramientas eficaces de comunicación.

info@agorart.org www.proart-agorart.com www.agorart-agorart.com www.coachingartistico-agorart.com

tel/fax +506 / 22 21 77 54 móvil +506 / 89 51 00 18

ARTE Y ECONOMIA
EL CORAZON Y LA RAZON

Proart junto a Expo Ferretera crearon este año un puente para ofrecer a las empresas un espacio creativo durante la feria el 1-2.-3 de junio. La creación de un Totem (foto a la derecha). Actividad que se focalizó en el desarrollo prestigioso de una Identidad Corporativa Colectiva, logrando la promoción exitosa de las empresas participantes e involucrando a los expositores como al público presente en una acción artística noble: la Responsabilidad Social Corporativa.

Ver www.proart-agorart.com

Han llegado al mercado tico

Las 4B Burras-Buenas-Bonitas-Baratas

Cuide su Espalda. Ahorre tiempo y espacio.
Trabaje eficaz y comodamente.

Caballetes de trabajo multifuncionales las 4B

Venta al por mayor

Tel. +506/87 62 57 09 mail: andga63@libero.it

LISTA DE ANUNCIANTES

Empresa	Contacto	Cargo	Teléfono	Fax	Apartado	email
Atiko World S.A.	Carlos Espinoza	Gerente Ventas	2291-7717		N.D	atiko.carlos@hotmail.com
Bticino Costa Rica	Ivannia Morales	Gerente de Publicidad	2298-5600			ivannia.morales@bticino.com
Capris	Gerardo Gutierrez	Director Comercial	2519-5000	2232-8525		gerardo.gutierrez@capris.co.cr
Cofersa	Armando Salazar	Gerente Ventas	2205-2525	2239-5037		asalazar@cofersa.cr
Distribuidora Reposa	Rodrigo Segura	Gerente Ventas	2272-4066			rsegura@reposa.cr
Indudi	Lenin Abarca	Gerente Ventas	2293-5454			labarca@indudi.com
Imacasa Costa Rica	Andrés Zamora	Gerente General	2293-2780	2293 46 73	N.D	azamora@imacasa.com
Importaciones Vega	Rafael Vargas	Gerente General	2494-4600			rvargas@importacionesvega.com
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
Multifrio	Greivin Barrantes	Jefe de Ventas	2455-1700	1446-4329		info@multifrio.com
Mexichem	Laura Segura	Departamento Comercial	2209-3208	2239-0971		laura.segura@mexichem.com
Relieve América PZ, S.A.	Aisen Sánchez	Gerente ventas	2291-5765			asanchez@grupoflamukocr.com
Rosejo	Rodrigo Martínez	Gerente Ventas	2296-7670	2232-7708	N.D	rmartinez@rosejo.com
Singe, Suminiostros en ingeniería	Diego Vargas	Asistente Gerente Comercial	2220-1676	2296-1558		dvargas@singecr.com
Sur Química	Eladio Gamboa	Gerente Ventas	2211-3400	2256-0690	N.D	e.gamboa.s@gruposur.com
Torneca	Mauricio Gazel	Gerente General	2207-7723	2207-7700		mgazel@torneca.com
Universal de tornillos y herramientas	Oscar Castellanos	Gerente General	2243-7676			gerencia@unitorni.com
Vasta Lux	Wilburg Soto	Gerente Regional CAM Mercadeo y Ventas		2450-2424		wsoto@vastalux.com

con gente

El congreso Internacional de RRHH

9a Edición

Encuentro Anual de Recursos Humanos

Innovación y Actualización

Herramientas para el crecimiento

Sea parte de Congente 2012, el Congreso Internacional de RRHH, donde compartirá con los profesionales, académicos y ejecutivos que están cambiando el mundo de los RRHH, entrará en contacto con ideas y tecnologías que le permitirán desarrollar estrategias para mejorar su equipo, organización y ambiente de trabajo.

Lugar: Hotel Crowne Plaza Corobicí
Fecha: 30 y 31 de Octubre

Servicio al cliente:
Silvia Zúñiga silvia@ekaconsultores.com
Tel: 8328-4854

Asesoras Comerciales:
Astrid Madrigal astrid@ekaconsultores.com
Tel: (506) 2231-6722 ext 124
Mariela Smith mariela@ekaconsultores.com
Tel: (506) 2231-6722 ext 150

Para reservar su stand:
Sergio Murillo sergio.murillo@eka.net
Tel: (506) 2231-6722 ext 143

www.facebook.com/ConGente

Berlitz A Global Education Company · ACG RH · BLP Abogados · Colinas del Poas · Searchia · Manpower · Hospital Clínica Bíblica · mudanzas mundiales · Costa Rica Relocation Services · tatum · CROWN · idioma internacional · HayGroup

Organizan:

www.congente.org

EKA REVISTA EMPRESARIAL

Aporta Solutions

Morteros
PARA REPELLOS

Morteros para repello grueso, fino y muro seco. Diseñados para realizar todo tipo de repello, de aplicación manual o por medio de máquina de proyectar. Todos han sido mejorados con aditivos para aumentar la adherencia y un mayor control del curado de la mezcla.

Para mayor información consulte a nuestro Departamento de Asistencia Técnica, **llamando al 800-SUR-2000**

Siempre SUR®

www.gruposur.com