



# 32 años, y en Arpe ni ven el "zarpe"

Víctor Argüello, Gerente General de Materiales Arpe tiene la fórmula para que en un solo día visiten su negocio en Alajuela, no menos de 700 clientes, además, a base de confiar y delegar funciones maneja dos negocios más en Guanacaste.

- 16 Especial: Productos Innovadores
- 22 Unidos Mayoreo: Carnaval de sorpresas
- 24 Especial: Morteros
- 29 Huembes: un mercado ferretero en Nicaragua

**expo**  
**FERRETERA**  
*su herramienta de negocios*  
31 MAYO, 1 Y 2 JUNIO 2013



Revista TYT



Innovación en Morteros para Construir



Calidad constante y controlada



Control de peso en cada saco



Sus morteros ahora se fabrican en la planta de morteros **más moderna** de Centroamérica



**LANCO**<sup>®</sup>

**7** años de garantía,  
años de **RELAX**



A sólo  
**₡8.900** i.v.i.  
por galón

Promoción válida hasta el 28 de febrero de 2013

**MI MUNDO ES MEJOR CON LANCO**

Teléfono: 2438-2257 • [www.lancopaints.com](http://www.lancopaints.com) • Síguenos en 





Nicaragua sigue en la búsqueda de cómo surgir en el área ferretera. Ferreteros saben que deben contar con el máximo inventario y distribuidores buscan aliados con productos novedosos.

## CONTENIDO

### 10 PINCELADAS

### 14 MERCADEO

#### Los clientes actuales y las ventas

Los Planes de Mercadeo se hacen siempre a inicio de año. El énfasis que se hace en ellos es conseguir nuevos clientes y aumentar la tasa de conversión. Para conseguirlo, es necesario hacerse la pregunta: ¿dónde y con quiénes podemos conseguir nuevas ventas?

### 24 ESPECIAL: MORTEROS

### 38 EXPOFERRETERA

### 40 EL FERRETERO

Con 32 años, Arpe está lejos del “zarpe”. En Arpe han dado en el clavo con la administración eficiente de sus negocios, incluso con dos que se encuentran a más de 100 kilómetros de distancia: la delegación de tareas y responsabilidades responde como clave.

Envueltos en todo tipo de productos, los ferreteros del mercado Huembes en Nicaragua, no se pueden dar el lujo de decir que “no” a los clientes, pues la fuerte competencia se los arrebató.

### 18 EN CONCRETO

#### Especial: Productos Innovadores

Este 2013 arrancó de la mano con la innovación, pues los proveedores preparan un arsenal completo de tecnologías para seducir al mercado, y otras sorpresas que estarían en la próxima edición de Expoferretera.

### 22 PERFIL

#### Unidos Mayoreo

La feria de Unidos Mayoreo volvió a “tirar la casa por la ventana” y esta vez lo hizo más en grande con descuentos, promociones, novedades en productos, y mucha diversión para sus clientes ferreteros que acudieron desde todos los rincones del país.



CUANDO ELEGIR  
UN COLOR  
SIGNIFICA LLEVAR  
TANTOS BENEFICIOS  
A TU HOGAR



PINTURA ANTIBACTERIAL  
100% ACRÍLICA  
MÁXIMA DURABILIDAD  
MÁS DE 6000 COLORES  
PINTURA SIN OLOR



## 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

### Directora Eventos

Carolina Martén  
carolina.marten@eka.net

### Periodista Nicaragua

María José Uriarte  
mariajose@ekaconsultores.com

### Asesor Comercial

Braulio Chavarria  
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

### Circulación

Andrea Moodie  
andrea@ekaconsultores.com

## Reciba una Suscripción Anual de Cortesía\*

Llámenos al Tel.: (506) 2231-6722 ext 152, o ingrese a [www.tytenlinea.com](http://www.tytenlinea.com) y complete el formulario, o escribanos a [suscripciones@eka.net](mailto:suscripciones@eka.net) y le enviaremos la revista impresa.

\*Aplican Restricciones

Más información



## CARTAS

### Desde La Pampa

Mi nombre es Brenda Frontera y los contacto dado que somos una empresa en Argentina, que vende en Latinoamérica productos para ferreterías, y somos representantes de fábricas de China.

Nos interesaría poder conocer un poco más el mercado en su país y ver si hay alguna feria en este 2013, donde podamos ir a conocer clientes potenciales.

Estaremos a la espera de su respuesta.

Un Cordial Saludo y Gracias de antemano.

Atte.

Brenda Frontera

MSN

Global Business Services

### Aclaración

En ediciones pasadas, se publicaron erróneamente los contactos empresariales de SUR. Los correctos son los siguientes:

- Arturo Tello, Gerente Ventas SUR. Email: [a.tello.s@gruposur.com](mailto:a.tello.s@gruposur.com) / Teléfono: 2211-3741

- Carlos Peraza, Gerente Ventas KORAL. Email: [c.peraza.m@gruposur.com](mailto:c.peraza.m@gruposur.com) / Teléfono: 2211-3761 ó 2211-3601.



XXXXX vistas en [www.tytenlinea.com](http://www.tytenlinea.com)

## Encuentre ejemplares de TYT en nuestros puntos de distribución



# CABLES THHN/THWN

Tecnología e Innovación  
que respaldaran tus nuevos Proyectos

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

Su construcción de 19 hilos en los calibres 14 AWG al 2 AWG, garantiza una mayor flexibilidad facilitando su instalación y debido a su recubrimiento RAD (Recubrimiento Altamente Deslizable) en calibres a partir de 8 AWG y mayores, obteniendo un considerable ahorro de tiempo y esfuerzo al momento de su instalación.

Nuestros cables y alambres THHN cumplen satisfactoriamente la normativa americana **UL** y la característica certificada **RoHS**. Además contamos con el respaldo del Colegio de Ingenieros Electricistas, Mecánicos e Industriales (CIEMI) organismo que avala el cumplimiento de nuestros cables y conductores con el nuevo Código Eléctrico de Costa Rica para la Seguridad de la Vida y de la Propiedad.

**Viakon, compromiso que da vida a tus proyectos.**



Distribuido en Costa Rica  
por Importaciones Vega, SA.

IMPORTACIONES  
**VEGA**  
LA RESPUESTA DEL FERRETERO



**VIKON**®  
CONDUCTORES MONTERREY  
*da vida a tu proyecto*

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

Información y Servicio: [contactenos@viakon.com](mailto:contactenos@viakon.com) Costa Rica: Tel.: (506) 8993-5687 [viakoncr@viakon.com](mailto:viakoncr@viakon.com)

# De metas y metas



Hugo Ulate Sandoval  
hugo.ulate@eka.net

¿Qué pasa cuando nos forjamos propósitos de principio de año y en el trajín de los días, no se pueden cumplir? Acaso estaremos condenados al fracaso... O más bien nos frustraremos en el intento. Porque conozco de gente que inicia el año diciendo que no comerán más galletas, que tomarán más vino y menos cerveza, que harán más ejercicio y que dormirán un tanto menos como para sacar más provecho a las horas.

En fin, muchas de estas metas se quedan en las primeras de tanteo. Y ni qué se diga de las metas laborales. Esas son, de las que menos llegan a cumplirse.

Me van a perdonar, pero soy de los que menos cree en las metas de principio de año, primero porque para qué esperar a que pasen los 365 días de un año para trazarse objetivos, y segun-

do, por lo general, este tipo de metas no conlleva ningún tipo de métrica que haga posible su medición.

“Atender mejor a los clientes”, o bien, “bajar de peso”, por ejemplo... En el primero, ya siendo de por sí una obligación, cómo saber cuál es la mejor forma de atender si no se tiene un parámetro, si no hay un punto de comparación, sino tenemos la retroalimentación previa con los compradores para determinar una medida en la que quieran ser atendidos.

En el segundo, solo para tocar una de las metas que muchos por salud o belleza se trazan, sigue siendo completamente subjetivo hasta que no digamos cuánto queremos bajar, y sigamos un procedimiento sin sacrificios extremos para lograrlo.

Ahora bien, si se trata de trazar objetivos en el trabajo, porque

tan solo no nos dedicamos a revisar los resultados a fin de mes. Hable al menos con 5 clientes al día, por ejemplo, sobre lo que consideran podrían ser las mejoras en el servicio, y de seguido, cuando tenga 25 opiniones en una semana, implemente en las dos siguientes y luego vuelva a preguntar. Esta estrategia, puede perfectamente, darle una medición clara de cómo ir mejorando poco a poco en el servicio.

No importa las metas que usted se proponga, no espere a fin o principio de año para hacerlo. Tenga en cuenta que los proyectos salen en todo momento y el negocio necesita reinventarse, de ser posible, a diario. Eso sí, establezca metas alcanzables porque de lo contrario, por más esfuerzo, siempre será en vano, e inevitablemente, viene la frustración.

## En nuestra próxima edición

MARZO / TYT 201

### Especial: Tornillería y fijación

¿Cuáles mayoristas ofrecen más novedades y ventajas en esta área? ¿Cuáles son los productos más rentables y que no pueden faltar en el inventario ferretero? ¿Cuáles proveedores hacen la diferencia? Un especial que incluye un catálogo con los principales y más novedosos productos de estas áreas.

### Especial: Electricidad, accesorios e iluminación

Generadores eléctricos y plantas eléctricas, cable, accesorios, bombillos, lámparas, sistemas inteligentes de control eléctrico, plaquería, conduit, accesorios de audio y video, comunicación de datos (cables USB y productos electrónicos), dimmer y controles de iluminación, centros de distribución de carga y breakers, porteros e intercomunicadores, cajas eléctricas, canaletas y conductores eléctricos, extensiones eléctricas, accesorios para trabajos eléctricos, alarmas, bombillería, conectores, plaquería, cable coaxial.

Cierre Comercial: 18 de febrero

## Anúnciese en TYT



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

Da rienda suelta a la imaginación con ....

# Pinturas CELCOLOR

- Pinturas arquitectónicas e industriales.
- Pinturas para tráfico.
- Recubrimientos para madera.
- Acabados automotrices.
- Revestimientos.
- Estucos y más.



**CELCO**  
es calidad

Tel.: 2279-1271 / 2279-9993



Expoautomotriz es la feria donde los distribuidores y mayoristas del sector automotriz exponen las innovaciones y soluciones en todo lo que haga al vehículo funcionar y verse bien.

- Químicos y Aditivos (acétes, lubricantes, grasas)
- Autopartes (llantas, repuestos)
- Accesorios (pintura, escobillas, alfombras)
- Herramienta manual y Equipo hidroeléctrico
- Electricidad e iluminación y mucho más...

**31 Mayo, 1 y 2 Junio 2013, Costa Rica**

Viernes y Sábado de 11 a.m a 8 p.m  
Domingo de 11 a.m. a 6 p.m.

Visítenos en:  Centro de Eventos  
**PEDREGAL**

**Entrada:**

Regístrate anticipadamente en:

[www.expoautomotriz.net](http://www.expoautomotriz.net)

Entrada sin registro €3.000

**Reserve su stand:**

Braulio Chavarria, Asesor Comercial

[braulio.chavarria@eka.net](mailto:braulio.chavarria@eka.net)

Tel.: (506) 2231-6722 ext 137

Cel 7014-3611

Organiza: PASIÓN

**automotriz**



[ExpoautomotrizCostaRica](https://www.facebook.com/ExpoautomotrizCostaRica)

[www.expoautomotriz.net](http://www.expoautomotriz.net)



### Ojo al Código Sísmico 2010

Esta es una información que interesa no solo a los que construyen sino a los ferreteros que son los que comercializan con materiales de construcción, y así asesorar a sus compradores. ¡Cuidense de que los temblores no lo tomen descuidado!

El Código incorpora ajustes en los mapas de zonificación sísmica e incluye actualizaciones en el diseño de estructuras con acero, concreto, mampostería y madera.

Las actualizaciones se basan en investigaciones de la Comisión Permanente de Estudio y Revisión del Código Sísmico, del CFIA, sobre el comportamiento de los materiales e investigaciones analíticas y experimentales, con respecto a los suelos, la sismicidad y la práctica de la construcción.

Según se indica en el nuevo código, algunos sismos recientes han permitido resaltar la importancia del desempeño adecuado de las estructuras, como el sismo de Chile en 2010 o el de Cinchona en 2009.

Este último, “enseñó de manera clara las consecuencias de realizar obras sin la consideración de los conceptos básicos del diseño y de la práctica constructiva”, indica el texto. “Particularmente, el colapso de viviendas construidas con el sistema prefabricado de paneles verticales con deficiente amarre de solera o viga corona ha provocado cambios en el método de diseño simplificado de viviendas”.

El Código Sísmico 2010 se encuentra a la venta en la sede central del CFIA y en sus sedes regionales.

Para acceder a las principales novedades que incorpora este código, puede consultarlas en [www.tytenlinea.com](http://www.tytenlinea.com)



El Código Sísmico del 2010 destaca una actualización en la forma en que se clasifican las irregularidades de las estructuras, en planta y en altura. (Fotografía con fines ilustrativos).



### ¿Quién será el Ferretero del Año?

Ya está puesto en marcha el certamen del Ferretero del Año, y precisamente se encuentra en la etapa de nominar o hacer propuestas por un candidato.

Pueden proponer candidatos cualquier persona que este ligada o trabaje en el sector ferretero. La fecha límite para nominar es el 01 de marzo.

El Ferretero del Año es un reconocimiento que premia la labor y la trayectoria de éxito de un empresario ferretero, elegido así por todo el sector y es dado a conocer en Expoferretera.

Para proponer candidatos ingrese a [www.expoferretera.com](http://www.expoferretera.com)



Nothing but **HEAVY DUTY**

# M12 FUEL

■ Taladro Percutor de 1/2" Atornillador  
**MOTOR SIN CARBONES**

¡El más eficiente del mercado!

MODELO  
2404-22

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

**2X** MÁS  
**POTENCIA**

**4X** EN TIEMPO  
DE **EJECUCIÓN**



Incluye:

- 1 Batería REDLITHIUM™ 2.0
- 1 Batería REDLITHIUM XC4.0
- 1 Gancho para cinturón

Lanzamiento en **MARZO**

Para más información visita  Grupo Torneca

Distribuido por  
**TORNECA**

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

## A México con Imacasa

Imacasa “metió” mano en la alineación de la Sele, y quiere poner a “patear” el balón a 5 ferreteros en el juego eliminatorio de Costa Rica, en México.

¡Así es! Para celebrar su 20 aniversario de estar en el país, la empresa quiere premiar a 5 ferreteros con 5 viajes a México a ver a la Sele jugar en el Azteca ante la Selección Mexicana. El premio incluye: pasaje ida y vuelta, hospedaje por 4 días y 3 noches, alimentación, tours por la ciudad, Según explicó, Silvia Salazar, Gerente de Mercadeo de Imacasa, por cada ¢250 mil en compras, el ferrerero recibe una acción electrónica que lo pone a participar por uno de los premios.

En mayo, se estaría realizando el sorteo final y la entrega de los premios se hará en el marco de Expoferretera.



Imacasa está cumpliendo 20 años de estar en Costa Rica y quiere celebrarlo a lo grande premiando a 5 ferreteros para que vayan a ver la Sele a México.



### EXPO OFICINA

Es el evento donde exhiben más de 50 empresas proveedoras de servicios, productos e inmuebles para las empresas y oficinas. Asisten más de 2,000 Ejecutivos de Compras, Gerentes, Directores y Dueños de empresas, Ejecutivos de Compras del Gobierno, Gerentes Administrativos y de Finanzas e Ingenieros de Mantenimiento.

**Lunes 5 y Martes 6 de Agosto**  
11 am a 8 pm

Organiza:



Visitenos en:



### Categorías de Expositores:

Desarrolladores de oficinas y áreas comerciales, Proveedores de equipo y mobiliario para oficinas, Tecnología, Comunicación, Servicios Generales, Alimentación, Finanzas y Seguros, Salud, Servicios al Personal, Outsourcing, Reclutamiento, Transporte, Educación y Servicios a empresas, y mucho más.

Adquiera su entrada gratis en [www.expooficina.net](http://www.expooficina.net)

Reserve su stand:

Astrid Madrigal / Asesora Comercial  
Tel: (506) 2231-6722 ext.124 o (506) 7014-3607  
[astrid@ekaconsultores.com](mailto:astrid@ekaconsultores.com)



Roy Abarca, Propietario de la Ferreteria R Y R Florencia, dice que para salir adelante se requiere esfuerzo, actitud y mucho trabajo, “y por supuesto el apoyo de mi gente”. Hoy es un ferretero más que feliz.

## Florece RYR Florencia

Un viaje a San Carlos, cerca de Florencia, hizo que nos detuviéramos casi en raya cuando vimos en detalle que verdaderamente la Ferreteria R Y R Florencia, en realidad era otra...

Aquello de lo que habíamos hablado, en otra nota, de que el Ave Fénix de San Carlos empezaba a levantarse de las cenizas, parecía no solo haberse levantado, sino “echar” vuelo, casi supremo.

Una ferretería altamente remozada combinando el autoservicio con atención personalizada ponían el nuevo sello que Roy Abarca, su propietario, ha querido imprimirle.

Aquella tarde nefasta, del 26 de abril del 2011, en que R Y R Florencia ardió... Hoy, al recordarlo, Abarca dice que “Dios sabe por qué hace las cosas. Estamos muy bien y cada día que pasa mejoramos más”.

Donde estaban postradas anteriormente, las antiguas instalaciones, son usadas, ahora, como patio para material pesado.

Al consultarle a Abarca cómo un empresario puede levantarse de las cenizas, cómo se puede volver a empezar desde cero y no solo empezar, sino tener y encontrar las fuerzas y herramientas para hacerlo, nos indicó que “todo se logra con trabajo, con esfuerzo, actitud y con el apoyo de la gente que está con uno. Es cuestión de mirar al frente y ponerse la camiseta. Es duro, pero había que hacerle frente si queríamos estar de nuevo en el negocio”.

Afirma que igual, desde que volvió a abrir las puertas, el calor de los clientes no le ha faltado. “Incluso podríamos decir que ahora son más los compradores que atendemos”, recalca Abarca. Asegura que con este sistema nuevo de exhibición, han “apuntalado” aún más “la atención personalizada que siempre nos ha identificado”.

**IMACASA**  
FUERZA EN SU TRABAJO

**FUERZA  
EN SU TRABAJO**

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

Por Jorge E. Pereira

Los Planes de Mercadeo se hacen siempre a inicio de año. El énfasis que se hace en ellos es conseguir nuevos clientes y aumentar la tasa de conversión. Para conseguirlo, es necesario hacerse la pregunta: ¿dónde y con quiénes podemos conseguir nuevas ventas?

Es corriente olvidar, cuando se hacen proyecciones de venta, un principio conocido: 'los mayores ingresos provienen de los clientes actuales'. Estos son siempre los que generan los mayores ingresos de la empresa, a un muy bajo costo. Generar nuevos compradores requiere un esfuerzo, tiempo, personal y cantidades importantes de dinero. En épocas no tan fáciles de sobrevivir, como las que vivimos, los esfuerzos y el dinero es mejor invertirlos donde se puede conseguir mayores utilidades. Esto es dedicando mayor tiempo a atender a los clientes actuales, que conocen la empresa y que han comprado alguno de los productos o servicios de la misma. Cuando se trata de generar un sostenido incremento en las ventas, el primer lugar para comenzar es la actual base de clientes.



Esto si se tiene una base de datos con la información de los clientes. En caso que no se tenga esos datos es necesario comenzar de inmediato a crearla. Es en esos datos, donde hay mucho dinero escondido.

### Información sobre los clientes

Es indispensable hacerse la pregunta: ¿conocemos las necesidades del cliente? Es posible que se afirme, con mucha seguridad, que se conoce bien al cliente. Esto es un tema que genera muchas dudas. Muchas de las ventas se hacen sin siquiera hacer una pregunta al cliente, sobre la razón por la que compra un producto o servicio. En otras ocasiones, no se sabe quién es, dónde vive, menos el teléfono o el email.

Las necesidades del cliente cambian

El contacto permanente y renovado con el cliente es indispensable. Permite conocer lo que el cliente requiere hoy, no lo que requería hace varios años, cuando era joven y tenía sus hijos

pequeños. Conocer al cliente, en las ventas B2B, significa conocer todos los actores: los que toman decisiones, usuarios, y otras personas de la empresa.

### Capacitación y entrenamiento

Los empleados de línea frontal, que interactúan con el cliente, son los que tienen la responsabilidad de incrementar las ventas a los clientes actuales. Si no saben cómo hacerlo – lo que es corriente – el objetivo no se puede cumplir. Si no saben la forma de hacerlo, los empleados no pueden retener al cliente. El personal, en general, debe ser entrenado adecuadamente para que entienda y aplique la forma de atender las necesidades del cliente.

### Servicio al cliente

Un cliente es un socio de la empresa, forma parte de la misma desde que hace la primera compra. Es un capital al que se debe servicio excelente y productos de calidad. Las deficiencias deben enmendarse y se debe hacer todo lo posible por

dar buen servicio. Ello tiene dos aristas: comunicación permanente y respuesta oportuna

### Enfocarse en los clientes para vender más

Fortalecimiento de la relación con su base de clientes existentes, es la mejor manera de aumentar las ventas. Si no hay una cuidada relación con el cliente, es como dejar la puerta abierta, para que se cuelen los competidores, a robárselos.

### Respuestas oportunas

Ser sensible a la necesidad del cliente, es un claro indicio del compromiso de la empresa para satisfacer y superar las expectativas del cliente. Si hay deficiencias en la rapidez de respuesta, los clientes se cuestionan – de inmediato – el servicio que se ofrece.

Ser sensible, sin embargo, es sólo parte de la ecuación de servicio. El otro elemento es comunicar lo que se hace para abordar y entender las necesidades del cliente.

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

# Los clientes actuales y las ventas



Central: (506) 2243-1700 • Directo: (506) 2243-1745 • Fax: (506) 2243-1735  
Esquina noroeste de la plaza de Deportes, La Uruca, San José, Costa Rica.



- *Financiamiento disponible.*
- *Entrega Inmediata.*
- *Alto stock de repuestos.*
- *Servicio de taller.*



**Grupo Indianópolis pone a su disposición su línea de motocicletas de trabajo pesado de entregas y mensajería para el sector ferretero**

**SUKIDA**  
motocicletas



# PLASTIMEX S.A.

CALIDAD • SERVICIO • VARIEDAD

**"Líderes en Costa Rica en ventas de Tablilla de PVC"**



 **Costa Rica**

Tel.: +506 2453-9270  
Fax: +506 2453-1873

 **Panamá**

Tel.: +507 244-55-22  
Fax: +507 244-54-06

**[www.plastimexsa.com](http://www.plastimexsa.com)**

TABLILLA DE PVC

AGRÍCOLA

INDUSTRIAL

AVÍCOLA

HOGAR

JARDÍN

MESAS Y SILLAS

ACABADOS CONSTRUCCIÓN

## EN CONCRETO

Este 2013 arrancó de la mano con la innovación, pues los proveedores preparan un arsenal completo de tecnologías para seducir al mercado, y otras sorpresas que estarían en la próxima edición de Expoferretera.

productos novedosos



**Maximix®:** Mortero para nivelaciones de pisos de 5 mm a 50 mm. Mortero cementicio de gran trabajabilidad, para nivelar y restaurar pisos de concreto.



**Repemax® Capa Gruesa:** Mortero para repellos de 5 mm a 20 mm. Mortero cementicio de gran trabajabilidad, modificado con polímeros, fibra y aditivos de alta calidad.



**Bondex® Plus Cerámica:** Mortero adhesivo para azulejo y cerámica. Mortero adhesivo para pegar azulejo, cerámica y otras piezas de alta absorción.



**Maxiseal® Plus:** Mortero impermeabilizante para detener filtraciones de humedad moderadas.

Distribuye: INTACO Costa Rica S.A. • Tel: (506) 2211-1717



**Manguera reforzada:** tres capas, presión de trabajo 100 psi, y conexiones de latón. Medidas en 1/2 x 7,6 mts, 1/2 x 15,2 mts, 1/2 x 22,8 mts, 1/2 x 30,4 mts

Distribuye: Imacasa • Tel.: (506)



**Atomizadores y rociador:** atomizadores de 1/2 litro y 1 litro con cuerpo robusto de polietileno, con gatillo antifugas. Rociador de presión de 2 litros.



**Pistola metálica con recubrimiento de hule:** diseño ergonómico, para un agarre más confortable.



**Accesorios para manguera:** conectores hembras, machos, "Y" y reparadores. Productos fabricados de polipropileno de alto impacto.



**Esmeriladora 7" y 9".** 15 amperios. 4.2 HP. Motor de alta potencia y protección de sobrecarga para aplicaciones difíciles. 6.000 RPM, óptima de velocidad de rueda para la eliminación de material.

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



**Taladro percutor inalámbrico 1/2"** sin carbones. 18 voltios. Esfuerzo de torsión: 725 en libras. 2 velocidades. 0-550 / 0-1,850 RPM. 31,450 BPM. Chuck Tipo: metal sin llave. Modelo: 2604-22.



Espuma de poliuretano Dap. Alta potencia. Ideal para separaciones grandes, plomería, piezas eléctricas. Resiste el agua, evita la pérdida de energía, etc.



Dry Dex de Dap. Masilla con indicador de tiempo de secado para uso interior y exterior. Se torna púrpura al aplicarla y blanca cuando seca. es lijable y pintable.



Sellador adhesivo multiuso. 100% silicón. Para uso en vidrio, cerámica, metal, vidrio, madera, plástico, fibra de vidrio, cuero, entre otras superficies.

Distribuye: Mas Ferretero  
Tel.: (506) 2235-7601



Caja Herramientas Plástica. Medidas (largo-ancho-alto) 22" X 11" X 14". Compartimento interno grande para herramientas, espacio superior dentro de la misma. Tapa con 3 espacios para piezas pequeñas y 2 gavetas al frente para mayor comodidad.



Estante organizador metálico doble #MS-2M202. Medidas (largo-ancho-alto) 560 X 690 X 1460 mm. En una de sus caras, 46 gavetas plásticas de diferentes tamaños que se ajustan a cualquier necesidad, y en la otra, una lámina metálica para exhibición de mercadería en ganchos con ruedas para mayor movilidad y uso fácil.



Estante organizador metálico con ruedas y gavetas CTCH-5086. Medidas (largo-ancho-alto) 500 X 873 X 880 mm. 3 Gavetas metálicas con seguridad para guardar todo tipo de herramientas y accesorios.

Distribuye: Universal de Tornillos y Herramientas • Tel.: (506) 2243-7677



Tanques Torre Ecotank. Este es un tanque compacto desarrollado pensando en ahorrar espacio. Su geometría permite que pase por el ancho de una puerta convencional y se puede instalar incluso dentro de una vivienda. Tiene una capacidad de 1000 litros.

Distribuye: La Casa del Tanque • Tel.: 2227-3722



Pilas de lavado. Estas novedosas pilas desplazan a los sistemas tradicionales porque están fabricadas de polietileno, lo que las hace livianas, resistentes a los impactos, a la humedad, y a los rayos solares. No se resquebrajan con el tiempo y se instalan de una manera sencilla ya que no requieren la construcción de soportes adicionales.



Tanques cisternas subterráneas Ecotank. Su diseño esférico (tipo cúpula) permite que una vez instalado el tanque logre soportar las presiones ejercidas por el terreno. Cuenta con un 20% más de material en todo el cuerpo del tanque, principalmente en el fondo y primer tercio del mismo, garantizando así mayor fortaleza y seguridad.

## EN CONCRETO



Kit de alarma para 3 ventanas, 1 puerta, teclado inalámbrico 51107 G.E. La alarma suena cuando la ventana o la puerta se abre. Fácil de instalar - No se necesita cableado.



Protector de picos con timer G.E. Modelo 14024. Para proteger los artículos eléctricos y ahorrar energía, automatizar las luces y cualquier otro artefacto eléctrico para cada día de la semana. Elimina la serva de energía en los 4 puntos de temporizado. 4 salidas controladas.



Alarma sensor de movimiento 45412 G.E. 360° de cobertura de detección de movimiento. Detecta el movimiento de hasta 18 pies, con un diseño único que proporciona una presencia discreta que es fácil de instalar.

Distribuye: Avelec • Tel.: (506) 2227-0174

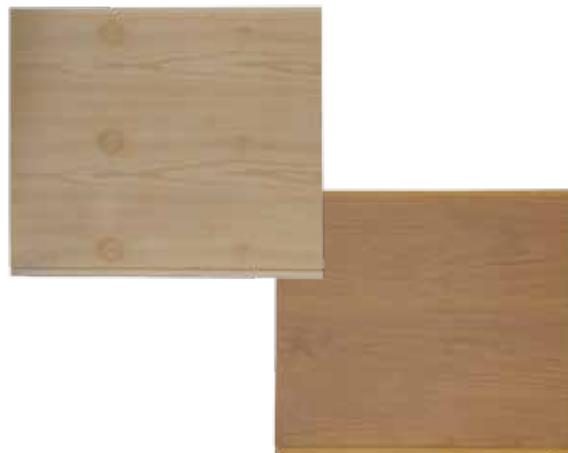


Cepillo Perfect para pintar techos. Economía y más recubrimiento. Se adapta al ondulamiento de los techos. Fibras de cerda natural, lavable y reutilizable. Adaptable a cualquier extensión.

Distribuye: Distribuidora Arsa, Megalineas, Unidos Mayoreo, Importadora América, Cosmac, Duarco, Acuña y Hernández y Distribuidora Re-Re.



Felpa antigoteo Perfect de última generación y alta especificación antigoteo. Fabricada bajo sistema de termofusión.



Tablilla 6,5 mm. Cotta 1,48 m. Largo 5,90 m, ancho 25 cm, grosor 6,5 mm. Código: 02006086500.

Distribuye: Plastimex • Tel.: (506) 2453-9270

Tablilla 6,5 mm. Café caoba. 1,48 m. Código: 02006000900.

productos novedosos



Bombillo de 12 voltios.



Lámpara para exterior tecnología LED.



Lámpara decorativa para espacio interno.



Reflector de exterior tecnología LED protección IP65.

Distribuye: Tecolite • Tel.: (506) 4031-1040



Kit de Circuito Cerrado Nueva solución de seguridad Bticino- kits de Circuito Cerrado de Televisión (CCTV) de 2 y 4 cámaras



Cablofil: sistema de canalización tipo canasta metálica, Sistema seguro, limpio y fácil de instalar.

Distribuye: Bticino • Tel.: (506) 2298-5600



Calentador de ducha. Serie AHS. Diseñada para ser utilizada en lugares difíciles para obtener agua caliente, este producto soluciona obstáculos simplemente conectando la ducha a cualquier acoplamiento macho.



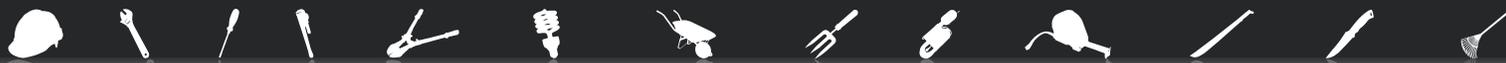
Calentador en línea. Serie M. Calentador eléctrico sin tanque y diseñado para que consuma energía únicamente cuando esté en uso y que el usuario lo regule manualmente hasta alcanzar la temperatura deseada.

Distribuye: Evonet Evolution Network S.A. • Tel.: (506) 8380-3213

Sección patrocinada por:



FUERZA EN SU TRABAJO



# Mucho más que

La feria de Unidos Mayoreo volvió a “tirar la casa por la ventana” y esta vez lo hizo más en grande con descuentos, promociones, novedades en productos, y mucha diversión para sus clientes ferreteros que acudieron desde todos los rincones del país.

Unidos Mayoreo, como es usual todos los años, no se guardó nada para recibir a sus clientes que llegaron de todo el país, a una fiesta, de esas que solo se les hace a los amigos.

Así entre amigos, los compradores encontraron novedades y descuentos por doquier, mucha diversión con comparsas, mascaradas, bailes, mucha comida, humoristas y como siempre, el trato amable de una empresa que cada vez más, se gana el cariño y aprecio de quienes integran el sector ferretero.



Los compradores de Ferretería Brenes también se dieron cita.



Los clientes de Unidos Mayoreo, Manuel Barrantes Suárez, Doña Marta Venegas Valverde y Juan Diego Barrantes Venegas de Materiales Const Samara y Ferretería Nosara, no escatimaron en distancia para unirse a la fiesta ferretera.



Gran cantidad de clientes de muchas ferreterías del país, acudieron a la Feria de Unidos Mayoreo.



Y no pudieron faltar la Cimarrona con Mascaradas para imprimir aún más felicidad y disfrute entre los ferreteros.



Los negocios estuvieron a la orden del día en Unidos Mayoreo. La oferta de productos y marcas fue en grande.

# una feria



Carlos Jenkins, Gerente de Compras de JR Vargas, en Atenas, casi llegó de primero a la feria, pues afirmó que es importante agradecer el apoyo de Unidos Mayoreo, apoyándoles en este tipo de actividades.



La fuerte llegada de clientes hizo vibrar nuevamente la Expo Unidos. Los descuentos, promociones y actividades de entretenimiento marcaron la diferencia.



La comparsa de Unidos Mayoreo, puso a bailar a ferreteros y proveedores y puso mucho sabor en la feria.



De todo y más, hubo en la feria de Unidos Mayoreo. Desde descuentos especiales, hasta entretenimiento al por mayor.

## PERFIL

Importaciones Vega siempre se ha identificado como distribuidor de cable en el mercado, solo que ahora viaja de la mano con Viakon.



# Viakon ahora viaja con Vega

“De hecho nuestros clientes nos han visto siempre como una solución en cable, pues es un producto de primera necesidad en las ferreterías”, dice Rafael Vargas, Gerente General de Importaciones Vega.

¿Y por qué con Viakon como nueva marca? Vargas dice que apostaron a esta marca por su reconocimiento en el mercado, y porque posee valores importantes como innovación, con tecnología de punta y una inversión en desarrollo muy fuerte con una capacidad de planta instalada con capacidad de abastecer el mercado nacional con toda facilidad.

### Todo el impulso

“A pesar de que se trata de una marca reconocida y fuerte por su calidad, hay que reconocer que le ha faltado publicidad y mercadeo efectivo, y nosotros como sus representantes buscaremos darle todo el impulso que productos como Viakon requieren”, dice Vargas.

El gerente dice que desde el arranque con Viakon en el setiembre del 2011, ya hay más de 600 ferreteros que se han apuntado con la marca. “Desde que estuvimos en la planta madre en San Luis Potosí, Monterrey, México, los dueños de Viakon constataron las ventajas de tener en el país, un representante como Vega del lado de ellos”.

El gerente general dice que sabe que hay muchos más ferreteros que quieren contar con Viakon en sus negocios, “por eso, vamos a convertirnos en su solución, en su respuesta ferretera”.

**Rafael Vargas, Gerente General de Importaciones Vega, dice que siempre han sido reconocidos como una solución en cable eléctrico, y que ya más de 600 ferreteros se han apuntado con Viakon, la nueva marca que la empresa representa.**

### Fiesta Ferretera Vega

Este 2 y 3 de marzo, más vale que se aliste para pasarla bien y se “ponga extremo”, pues en las instalaciones de Importaciones Vega, en Grecia, lo esperan con su Fiesta Ferretera.

Como todos los años, Vega se pule para recibir a todos sus amigos clientes y familias, y este año los recibirá con una temática de deportes extremos con paredes para escalar, inflables, premios, descuentos, promociones, productos nuevos, comida, y mucha diversión y entretenimiento.



# En Sur también tienen morteros...

William Víquez, Gerente de Desarrollo de Nuevos Negocios de Sur, habla sobre los productos de Sur para la construcción.

Por SUR

## - ¿Cuáles son los principales productos que posee Sur en esta área de negocio?

- En realidad, Sur está presente prácticamente en todos los sectores. Tenemos una participación destacada en el mercado, en la colocación de líquidos y aditivos para la construcción, así como en los morteros cementicios, dentro de los que tenemos una amplia variedad para satisfacer las más altas exigencias del mercado, tales como morteros para repello: el MPR 120 L, MPR 130, MPR 140, MPR 150 y el MA 450, Morteros Adhesivos para pisos como: MPI 700, MPI 720 y el MPI 740, fragua para pisos y especialidades como el mortero impermeabilizante MI 560, Mortero para reparación MR 520, Mortero para pega de bloques MP 230 y otros. También tenemos otra gama que consta de productos decorativos tanto en cementicios como en líquidos, tipo concretos estampados, tintes para concreto y ácidos colorantes para concreto.

## - ¿Cuál es el elemento diferenciador de los productos de Sur en el mercado?

- Estoy seguro que la calidad y la innovación responsable, ya que por estos elementos nos hemos podido ganar el respeto de nuestros competidores y clientes, logrando participar activamente con nuestros productos para construcción en los proyectos más relevantes a nivel nacional,

tales como Paseo Metrópoli Cartago, Paseo de las Flores Heredia, Condados del Parque y Torres del Lago en La Sabana, Oficentro Cedral 2,3 y 4, Condominio Vistas de Nunciatura y Lincoln Plaza.

## - ¿Cuáles son las ventajas y beneficios de los morteros de Sur, con respecto a los de los competidores que también tienen su posición en el mercado?

- Las principales ventajas son que nuestros morteros no requieren de una previa aplicación de promotores de adherencia o lechadas para que el producto logre una adherencia adecuada sobre la superficie, ya que nuestros morteros traen diferentes aditivos incorporados dentro de su estructura formulativa que mejoran su adherencia, lo que incide en una disminución del costo económico para el cliente final, al tener que utilizar un solo producto, así como una amplia disminución en las posibilidades de error por parte de los aplicadores.

“Por otra parte, nuestros morteros presentan dentro su estructura de diseño “retenedores de agua” que actúan liberando paulatinamente las cargas de agua incorporadas a la mezcla, mejorando ampliamente su trabajabilidad y disminuyendo el riesgo de pulverización y fisuramiento por contracción de los morteros”.

## - ¿Por qué la red de distribución debería contar con los productos de Sur y no los de la competencia?

- La red de distribución debería contar con los productos SUR porque es la única empresa de la región que refiriéndonos a repellos y aditivos puede ofrecer al consumidor una garantía inte-

gral entre la superficie de soporte recubierta con mortero y el acabado decorativo final. También somos una empresa innovadora y dedicada a la investigación y al desarrollo de productos, por lo que nos convertimos en una opción competitiva y económicamente muy atractiva.



William Víquez, Gerente de Desarrollo de Nuevos Negocios de Sur, dice que los productos SUR han estado en proyectos como Paseo Metrópoli y Paseo de las Flores, entre otros.

## PERFIL

Impersa se lanzó con todo al mercado y esta vez lo hace con sus productos: Concre y Pega, y que según su Gerente General, Mauricio Orozco, “tenemos el mejor precio, con un 20% por debajo de la competencia”.

Precisamente, al consultarle sobre la diferencia de sus productos y los de la competencia, ya que para este tipo de artículos, los demás mortereros cuentan con sus versiones, Orozco indicó que “nuestras bolsas son de 40 kilos y mantenemos una calidad controlada con arenas y piedras que conforman una granulometría perfecta, además que usamos cemento de alta calidad”, dijo Mauricio.

### Servicio técnico

Cuando le preguntamos a Orozco sobre quién consideraba era el mejor morterero del país, casi sin terminar de formular, contestó: “sin duda es Impersa”. Y como para creer lo que nos decía, le pedimos que sustentara su respuesta, y se basó, según su criterio, en tres factores: “la rapidez de nuestras entregas, la calidad de los productos y el ahorro”, indicó Orozco.

No contentos con eso, le pedimos ampliar su respuesta y fue cuando nos explicó que en el

# Impersa se lanzó fuerte con el Concre y el Pega

caso de las entregas, tienen un tope máximo de 24 horas, después de emitida la orden de compra, igualmente en esta área interviene la facilidad y rapidez con la que se aplican los productos. En segunda instancia para subrayar lo de la calidad, afirmó que poseen una tecnología de fabricación a nivel mundial y en la parte de ahorro sustentó que por las características de los produc-

tos y por su precio, hace que el distribuidor no solo obtenga mayor margen de utilidad, también pueda trasladar este beneficio al comprador.

Bueno, y en qué le gana Impersa a la competencia -fue nuestra segunda consulta-. “Tenemos más servicio técnico en el punto de venta y en el proyecto”, aseguró. Sin embargo, Orozco fue un poco más allá, al asegurar que

“nosotros no nos bricamos al distribuidor, respetamos la red de distribución porque no vendemos de forma directa al consumidor final”.

Asegura que mientras algunos en el mercado “coquetean” con tener capacidad para producir 41 toneladas por hora, no tiene nada que envidiar, pues su planta modestamente tiene para 39 toneladas.



Mauricio Orozco, Gerente General de Impersa, asegura que mientras algunos en el mercado “coquetean” con tener capacidad para producir 41 toneladas por hora, no tiene nada que envidiar, pues su planta modestamente tiene para 39 toneladas. Aquí con el Concre y el Pega.

**NUEVAS !!**

# YELLOW LINE

FELPA TEJIDO ACRILICO



## MEDIDAS DISPONIBLES

**9" X 1/4" (6,0mm) - 9" X 3/8" (9,5mm) - 9" X 1/2" (13mm) - 9" X 3/4" (19mm)**

cod: 445810

cod: 445812

cod: 445814

cod: 445816

**3" X 3/8" (9,5mm) - 4" X 3/8" (9,5mm)**

cod: 445830

cod: 445832

# MICROFIBER

FELPA TEJIDO MICROFIBRA



## MEDIDAS DISPONIBLES

**9" X 3/16" (5,0mm) - 9" X 3/8" (9,5mm) - 9" X 5/8" (16mm) - 9" X 3/4" (19mm)**

cod: 445910

cod: 445912

cod: 445914

cod: 445916

A quality product made by:

# HandyMan

Distribuidor exclusivo  
**ROSEJO**  
www.rosejo.com 2286-7670

**HM**  
Professional Quality

## PERFIL

Probablemente, si a Marcos Dueñas, Presidente de INTACO, le pudiéramos ver el corazón, de seguro observaríamos que por sus válvulas corre cemento del más fino, y arena clasificada y diríamos, sin equivocarnos, que es un morterero de corazón.



# Corazón de mortereros

¿Y por qué decimos esto? Porque sabe y conoce que un mortero, no es mortero por sí solo, hay que ponerle cariño, que la red de distribución comprenda y conozca realmente sus beneficios, su aplicación, su dosificación y que pueda trasladar este conocimiento a los compradores.

Por eso, no nos resulta para nada extraño que hace algún tiempo, INTACO, mediante un acuerdo de conveniencia con Holcim, adquiera la fabricación y distribución del Concremix y Pegamix. “Precisamente, nuestro primer movimiento fue pensado en el usuario, al cambiar la unidad de 50 a 40 kilogramos, además de sacar una bolsa de 25 kilogramos, - dice Dueñas- y las presentaciones vienen en papel de 3 capas para que tengan más protección de la humedad”.

Y es que en INTACO la fama y aceptación del Concremix, por ejemplo, ha ido tan allá, que en la

empresa decidieron ampliar su familia y ahora cuentan también con el concreto para relleno de celdas para mampostería reforzada.

“Nuestros productos cumplen con las normas que exige el Código Sísmico del 2010”.

Dueñas dice que con la diversificación de producto que han alcanzado, el distribuidor tiene el beneficio de consolidar todas sus compras, “pues somos una solución integral”.

En este sentido, también afirma que la empresa no vende directamente a proyectos, pues busca trasladar este beneficio a la red de distribución. “Si detectamos un negocio, podemos ir a hacer las demostraciones del producto, pero la compra se le traslada al distribuidor inmediato del área de influencia”, añade Dueñas.

### Pioneros

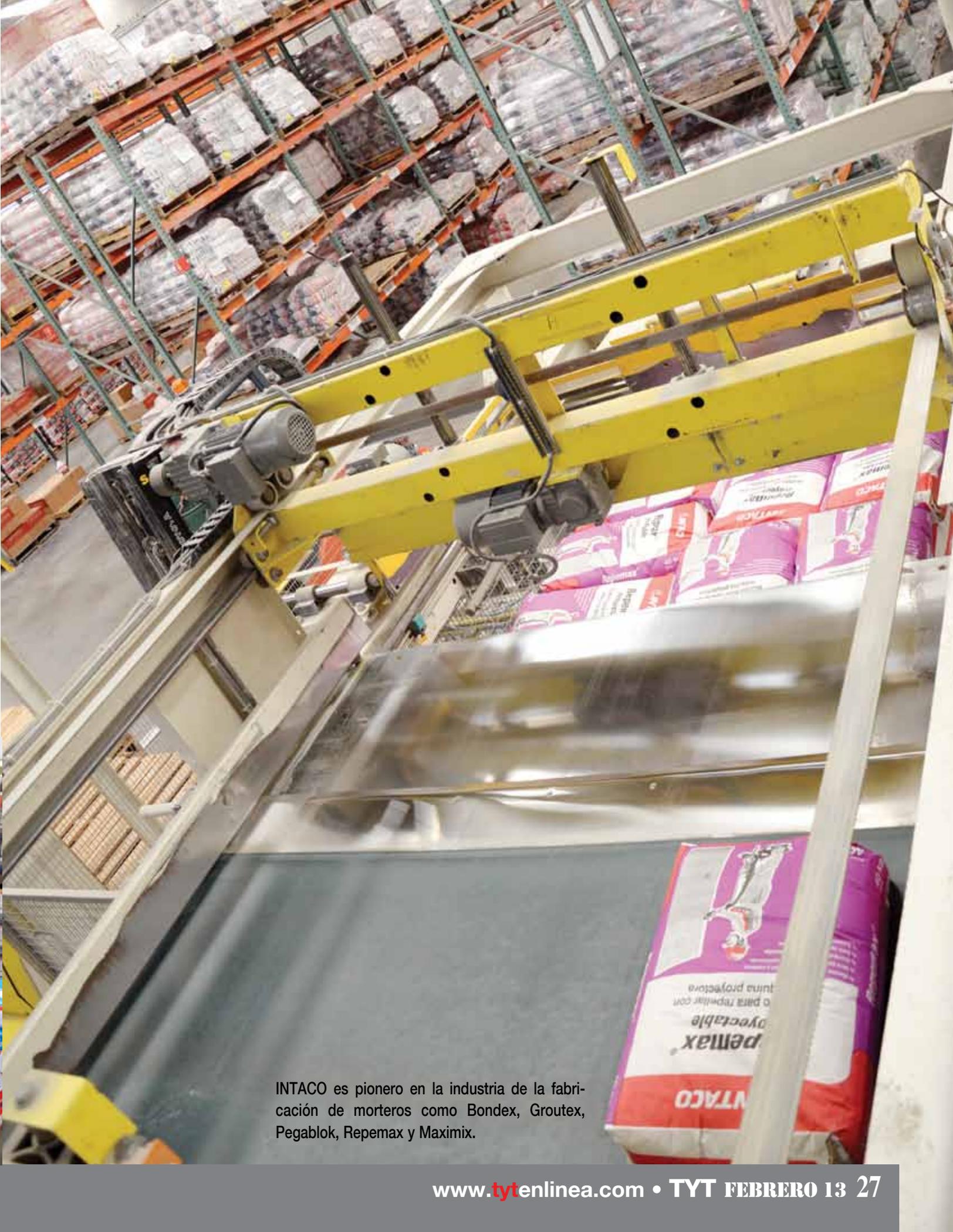
Al lanzar la pregunta sobre quién era el mejor morterero del país,

Dueñas afirmó que “la pasión por la calidad, nos ha hecho líderes en el mercado”.

Además agregó que esto se sustenta porque INTACO es pionero en la industria de la fabricación de morteros, “nuestras marcas son las marcas con mayor posicionamiento y reco-

nocimiento en el mercado. Incluso muchas de ellas se han convertido en genéricas, como: Bondex, Groutex, Pegablok, Repemax y Maximix. También en adhesivos, hemos logrado posicionarnos al Plasterbond y al Maxicril, como las marcas más conocidas dentro de su categoría”.





INTACO es pionero en la industria de la fabricación de morteros como Bondex, Groutex, Pegablok, Repemax y Maximix.

## PERFIL

Quienes pensaba que Cemix estaba “dormido en los laurales” en el mercado de morteros, pues según su nuevo Gerente General, Fernando Marroquín, simplemente estaban tomando impulso para entrarle con todo a la red de distribución.

# ¡Más que vivos...!

Y es que según afirma Marroquín, una de las mayores ventajas que puede tener un distribuidor es contar con una empresa que sabe producir adhesivos, que tiene experiencia internacional de estar en Guatemala, México, El Salvador y Costa Rica. “Ser regionales, desde hace 37 años, hace que tengamos procesos muy firmes y estandarizados de producción, por lo que cumplimos con lo que decimos”, dice el ingeniero.

En el mercado de los morteros, Cemix tiene dos productos estrella: Cemix Plus y Cemix Estándar.

Afirma que en este momento la empresa posee una participación cercana, en el mercado ferretero, de más o menos un 15%, “y sin temor a equivocarnos, podríamos decir que este 2013, de acuerdo con nuestras estrategias, es probable que estemos cerrando entre un 28% y 30%”, dice Marroquín.

Asegura que aquí la competencia es sumamente fuerte y agresiva, pero “tenemos muy buenos productos y muy buenos precios para iniciar una competencia mucho más fuerte”, concluye.



Fernando Marroquín, nuevo Gerente General de Cemix, dice que para este 2013, la empresa va con todo y tratará de aumentar su participación de mercado, en el canal ferretero.



## MÁQUINAS DE LAVADO

Soluciones integrales para su negocio



### MODELO 520 S

Uso Industrial, portable  
Agua fría  
GPM 5 GPM  
Presión 2000 PSI  
Motor 6 HP  
Voltage 230 V  
Manguera 3/8 x 15 mts  
Fase 1 PH  
Ruedas Llantas Neumáticas de 12"  
Bomba Tres Pistones cerámicos  
bañados en aceite

**12 meses de GARANTIA**



### MODELO 2000-3EE

Uso Industrial, portable  
Agua fría  
GPM 3 GPM  
Presión 2000 PSI  
Motor 4 HP  
Voltage 230 V  
Manguera 3/8 x 15 mts  
Fase 1 PH  
Ruedas Llantas Neumáticas de 10"  
Bomba Tres Pistones cerámicos  
bañados en aceite

**12 meses de GARANTIA**

ENCUÉNTRALAS EN  
**Central de mangueras**  
s.a.

ISO 9001:2008

SEDE CENTRAL - URUCA  
Central 2256-1111 / Ventas 2010-5500  
ventas@centraldemangueras.com  
www.centraldemangueras.com



/centraldemangueras



# Especial de Nicaragua

# Mercado Roberto Huembes: casa de ferreteros

El pago del treceavo mes del 2012 se convirtió en un aliciente para el mercado en Nicaragua. Los trabajadores tanto de instituciones estatales como de empresas privadas, invirtieron el pago de su aguinaldo, en su mayoría, en mejorar sus viviendas.

**Managua, Nicaragua.** - Es por esa razón que los ferreteros ubicados en el mercado Roberto Huembes, uno de los centros comerciales de la capital, esperaban mejorar sus ventas a partir de los últimos días de diciembre.

En un recorrido realizado por TYT, se pudo constatar las expectativas de los comerciantes, que han fortalecido sus inventarios y han establecido ofertas para ser tomados en cuenta todos los días por los compradores.

Durante la época navideña, los nicaragüenses tienen la costumbre de mejorar o remodelar sus casas, por lo que invirtieron en pinturas, materiales de construcción, azulejos, juegos de lavamanos y sanitarios, entre otros productos.

La propietaria de la Ferretería La Perseverancia, Alba Luz Loaiciga, asegura que las ventas han estado un poco bajas, aunque espera que empiecen a mejorar en este 2013.

“Gracias a Dios hemos vendido, pero esperamos que mejoren las ventas en los próximos días”, expresó quien asegura que atienden un promedio de 40 clientes al día, y otras veces esa cantidad puede subir un 50% más, dependiendo de la temporada.

Un poco más abajo, en La Perseverancia, encontramos en su tramo a Rosalío de Jesús Pérez, quien dice tener 18 años de ser ferretero, aunque tiene un poco más de estar en ese mercado capitalino, ya que según cuenta empezó vendiendo agua helada, y con orgullo, ahora muestra como poco a poco ha crecido su negocio ferretero.

Pérez insiste que el negocio ferretero es una buena fuente de ingresos, gracias a la expansión de proyectos que financian organismos internacionales o instituciones del Gobierno, lo que ha permitido a ese sector mejorar sus ventas.



Los ferreteros del Mercado Huembes, aunque con sus negocios pequeños, viven felices porque saben que para el comprador nicaragüense es toda una tradición venir a comprar a este mercado.

## Pérez trabaja en su pequeño negocio junto a su esposa.

Informando sobre el precio del galón de pintura, encontramos a Alina Morales, Propietaria de la Ferretería Duarte, quien estima que las líneas en pinturas que más se venden son Corona y Sherwin Williams, por considerar que son las más económicas. A eso se agrega la búsqueda de brochas, diluyentes, thinner.

En Ferretería Duarte, también se ofrece pinturas de las líneas Protecto y Modelo, pero se venden en menor cantidad, según su dueña.

Se quejó de que a pesar de que esperaban que las ventas mejoraran desde el mes de octubre, dijo que no fue así, y tienen cifradas sus esperanzas en este 2013.

Martha Johanna Duarte, es otra mujer que está al frente de su negocio ferretero, llamado Ferretería Hermanos Martínez y coincide que las ventas empezarán a mejorar este año por lo que invirtió en artículos relacionados con pinturas, zinc, productos de fontanería, que es por lo que, según su percepción, más se inclina el cliente en estos días.

Duarte atiende al día unos 40 clientes y señala con una sonrisa que al menos “le da para la comida del día”.



Los ferreteros consultados por TYT en este mercado, coinciden en que si quieren aumentar las ventas, deben pulirse mucho en la atención y en tener un esquema completo de los productos más buscados por los clientes.

## Bendición de Dios

Ericka Guerrero Morales es la propietaria de la Ferretería Bendición de Dios, quien atiende a sus clientes con algunos miembros de su familia. Guerrero dice tener 10 años en el negocio ferretero, pero antes de decidirse por involucrarse en el mismo, pensaba poner una Sala de Belleza, lo que no se realizó por factores como estar en un andén, cuyo movimiento económico era el de artículos ferreteros y al observar que éstos tenían una buena rotación en sus ventas, se decidió por entrarle a este negocio.

Guerrero al igual que otros de sus colegas comerciantes, espera una buena venta en los próximos días, y surtió con un “poquito de cada cosa, para poder dar una buena atención al cliente”.

## De bajas

“En éstos días, las ventas han estado muy bajas”, lamentaba Virginia del Carmen Paniagua, durante la visita de TYT, sin perder la esperanza de que las mismas mejoren. Entre lo que más vende en su Ferretería llamada Danny, están los artículos eléctricos, pinturas, tuberías, servicios higiénicos, lavamanos.

Paniagua, quien hizo a un lado su almuerzo para atender la revista, es del criterio, que en comparación a años anteriores, las ventas estuvieron bastante bajas, por lo que espera que este 2013 le traiga por fin un repunte.



Ferretería La Perseverancia tiene 18 años de estar en el Mercado Huembes, en Managua Nicaragua, y posee todo tipo de productos, pues la competencia es alta.

## \$400

Jorge Luis López, manifestó que tiene 3 años de estar en el negocio ferretero y coincidió con su vecina de Ferretería Danny, que las ventas han disminuido en comparación a los dos años anteriores.

López de la Ferretería Cristo es el Rey, atribuye el bajón a factores como las elecciones municipales que se celebraron en noviembre pasado en Nicaragua.

Un poco más allá, en la Ferretería Daniel, encontramos a Daniel Lorío negociando la venta de un compresor valorado en 400 dólares, y preparaba a su vez, una estrategia de descuentos en la línea de pinturas acrílicas o agua para ofrecer ese producto a precios competitivos a sus clientes.

Las líneas que manejan son Modelo, Protecto, Lancos entre otras. El descuento a aplicar variaba del 10 al 15%.

Ya al final del recorrido dimos con Nubia Leitón de Ferretería La Económica, y quien comentaba mientras daba un cambio a uno de sus clientes, ser fundadora del mercado Roberto Huembes, y que inició con la venta de productos plásticos, no obstante, ante la demanda de personas que pasaban por su negocio preguntando por artículos ferreteros, optó por invertir en esa línea.

Ferretería Rodríguez de su propietario Roberto Enrique Rodríguez Guevara.

Las pinturas y en variedad de marcas, es un producto que abunda en el mercado y en toda ferretería. Ferreteros de este lugar afirman que es lo que más buscan los compradores a principios de año.



# ABS comercial la pegó fuerte en Nicaragua

La marca Poxipol era una línea de pegamentos desconocida para Nicaragua en la década de los 90, sin embargo, llegó al país para quedarse en el año 1998, de la mano de ABS Comercial, una empresa que surgió como un sueño para Atilio Bravo de encontrar una forma de sacar adelante a su familia, después de regresar del exilio obligado, al que muchos nicaragüenses se enfrentaron durante los 80.

**Managua, Nicaragua.-** En la actualidad, ABS Comercial se mantiene como distribuidor exclusivo de los productos Poxipol, aunque también manejan otras líneas de productos de marcas reconocidas a nivel mundial, como 3M, y otras menos conocidas como Green Labs de Nicaragua, que manufactura productos automotrices.

Otros de los proveedores de ABS Comercial son WD-40 Latinoamérica, fabricante de aceites y lubricantes de uso común (no automotriz); Stanley - Black&Decker en lo relacionado con herramientas eléctricas y Pinturas en Spray Ultra Color.

Alexandro Bravo, Gerente de Ventas de ABS Comercial, recuerda que la idea de introducir al mercado nacional los productos Poxipol, ya que sólo se conocía el Epoximil, surgió después que un amigo de la familia de origen costarricense, les preguntó si no sabían dónde podía adquirirlo, ya que en Costa Rica su uso era bastante común y al explicarle sobre la calidad del mismo, resolvieron ponerse en contacto con la compañía

Alkapol S.A., en Argentina.

La respuesta llegó 15 días después de enviada la solicitud de información, vía fax, en la que señalaban que tenían proyectado buscar un distribuidor en otros países de Centroamérica, gracias a que en ese momento solo tenían presencia en Costa Rica y después de algunos encuentros, inició la importación de Poxipol y ahora distribuyen 10 categorías del pegamento.

## Nada fácil

La introducción del producto al mercado nacional no fue fácil, porque tenían algunos factores en contra como que los productos Poxipol tenían un costo de 1.5% más alto que el de la competencia y era nuevo en comparación con los 30 años de presencia en Nicaragua del Epoximil, sin mencionar que los volúmenes de importación diferían entre ambas distribuidoras.

Bravo destacó que llegaron a invertir hasta un 800% en publicidad y la ganancia no era visible porque el producto era dejado en consignación, pero tenían el deseo de sacar adelante la



Alexandro Bravo, Gerente de Ventas de ABS Comercial, recuerda que la idea de introducir al mercado nacional los productos Poxipol, surgió ante la sugerencia de un amigo costarricense.



empresa, por lo que no desistieron fácilmente, y más que contaban con el respaldo de la empresa argentina.

La llegada de 3M a ABS Comercial se debió por la necesidad de incrementar el inventario de la distribuidora, ya que los productos Poxipol eran ofertados en los diferentes negocios en pequeños vehículos, y que capacidad no era utilizada en un 100% por lo que se convirtieron en subdistribuidores de la marca 3M con productos como lijas, cintas adhesivas o "masking-tape", en sus distintas presentaciones hasta convertirse en distribuidores directos.

La decisión de incluir productos automotrices al inventario de ABS Comercial, fue por sugerencia de los mismos clientes, porque sus negocios de ferreterías también eran compartidos con talleres de mecánica y muchos de ellos adquirirían Poxipol o "masking-tape" para la reparación de vehículos, por lo que les consultaban si también tenían productos como lubricantes, lo que les pareció una buena idea para ofertarlo.

### Más de 1000 clientes

Los tres canales de distribución que maneja ABS Comercial son ferreterías, Centros de Auto Servicio y Lubricantes y Centros de Repuestos. Manejan una cartera de unos 1100 clientes a nivel nacional, y el 80% son ferreteros. En lo que se refiere al mercado nacional, Bravo estima que cubren el 92% del mercado urbano.

El área de ventas es atendida por 5 ejecutivos y un supervisor, todos ellos trabajan bajo la coor-

dinación del gerente de ventas. Manejan un sistema de pre-venta y luego se envía la mercadería en un lapso de 1 a 2 días después de hecho el pedido.

Por el momento, no tienen planes de introducir una nueva línea, debido a que el año pasado empezaron a traer productos de la marca Stanley-Black&Decker y ante la constante innovación que mantiene por citar un ejemplo la marca 3M, conocida como una empresa líder en patentes, prefieren ampliar los productos que ofertan con los proveedores con los que ya trabajan.

El año pasado introdujeron la cinta tapa gotera que obtuvo una importante aceptación en el mercado nacional, a pesar de que a juicio de Bravo, las ventas estuvieron bajas en comparación a otros años.

Esta baja en el mercado la resienten desde hace unos dos años, según él por el descenso en la construcción, aunque hay ferreteros que estiman que el sector mantiene porcentajes positivos en lo que se refiere a ventas.

"El flujo del dinero ya no rota tan rápido, no hemos tenido crecimiento aunque tampoco voy a decir que se me cayeron las ventas, los clientes tienen mercadería y hay un atraso en las cuentas por cobrar", observó Bravo.

Por lo general, el trimestre más alto en ventas de ABS Comercial es Noviembre, Diciembre, Enero, pero al comparar con años anteriores el movimiento lo perciben como bastante lento, prueba de ello, es que por lo general trabajan en las fechas navideñas y el recién pasado 2012, antes de las mismas ya estaban de vacaciones.



**La empresa ha conseguido vender los productos Poxipol en una cartera de más de un millar de clientes en todo Nicaragua, incluso los han llevado al sector automotriz.**

Otro factor que considera pudo incidir, es que ante la entrada en vigencia de la nueva Ley Fiscal, tuvieron que realizar en un año dos cierres fiscales. El cierre fiscal que por lo general, se efectuaba entre junio y julio, meses en los que adquirirían menos productos, con la entrada en vigencia de la nueva legislación, tuvieron que realizar otro cierre en diciembre con inventarios mayores, por la temporada, sin que ninguna de las organizaciones gremiales de la empresa privada se haya preocupado por explicarles en qué consiste la nueva normativa que aún no es reglamentada.

Durante los inicios de la distribuidora, la mayoría de miembros de la familia se involucró en el negocio, Alexandro empezó a trabajar como mensajero-bodeguero, su padre Atilio era el gerente general, su madre trabajaba en la administración, una de sus hermanas era la contadora, uno de los agentes vendedores era un primo de Atilio. Actualmente, además de Alexandro como Gerente de Ventas, su hermano César Bravo ostenta el cargo de gerente financiero y se mantienen en sus puestos otros miembros de la familia, como es el caso de su mamá Sonia Bravo.

# Suministros integrales va con todo

Suministros Integrales arrancó en este 2013, con la introducción de nuevas marcas y productos en su inventario y para ello, trabajan en la elaboración de un catálogo en el que incluirán todas las marcas que manejan y los principales productos para que sus clientes ferreteros e industriales compren más.

**Managua, Nicaragua.-** Eddy Bermúdez, Responsable de Importaciones e Inventario comentó a TYT que con la introducción de nuevas marcas y productos, decidieron hacer un catálogo, decisión tomada después de un sondeo realizado por sus ejecutivos de ventas, quienes se dieron a la tarea de recopilar información en aspectos como el comportamiento del mercado nacional, calidad y competitividad de productos.

En este país son pocas las empresas que han empezado con la implementación de esta estrategia.

Otro objetivo del catálogo es que el comprador sepa si cuentan con un producto en bodega, ya que en ocasiones a los ejecutivos de ventas se les puede olvidar mencionar alguno, porque a juicio de Bermúdez es comprensible que no puedan retener mentalmente, todo el inventario que se maneja en la empresa.

El catálogo contará con imágenes de los principales productos con sus respectivas marcas y un

listado del resto de inventario y prevén tenerlo listo y distribuirlo entre sus clientes ya en este febrero.

El responsable de Importaciones comentó que las nuevas marcas con las que empezarán a trabajar este año son Hitachi en lo relacionado a herramientas eléctricas, aunque saben que esa marca es más cara que otras y ha tenido un lento movimiento en el mercado nacional, en lo que se refiere a ferreterías, pero si tienen mayores ventas en lo que es la industria.

Mikel's es otra de la nueva marca introducida por Suministros Integrales, y cuenta con herramientas, gatas, conos, sin marginar las líneas orientadas a la seguridad industrial.

Esta marca se empezará a distribuir en febrero, debido a que el primer pedido de productos está previsto para llegar en cualquier momento.

Las líneas que ya tenían en sus inventarios son Permatex, Bernardo Ecenarro, con productos dirigidos al sector automotriz,



**Eddy Bermúdez, Responsable de Importaciones y Darling Gaitán Sotomayor, Administradora de Suministros Integrales, están más que felices, pues además de introducir nuevas marcas para el canal ferretero de Nicaragua, implementarán un catálogo de ventas.**

además de 3M, Fibro Centro, Fandeli, Eskubi y tienen algunos productos que son exclusivos.

Ejemplo de ello, es que en la venta de productos de 3M, son distribuidores exclusivos de alfombras para empresas u oficinas, las que incluso son personalizadas si lo solicita el cliente; se le pone el logo o la leyenda y se hace al tamaño que requiere el comprador. También importan abrasivos de esa marca y artículos de seguridad industrial. Algunas de las empresas que solicitan alfombras de material de caucho son el Aeropuerto Internacional, Supermercados Palí, instituciones bancarias, hoteles. La alfombra tiene un

período de vida útil de un año.

## Segunda bodega

Ante el crecimiento que refleja la empresa, Bermúdez comentó que trabajan en la construcción de una segunda bodega, ya que la actual está resultando pequeña para la expansión de productos que oferta Suministros Integrales. En lo que se refiere a ventas, Bermúdez precisó que en el inicio de año sintieron recuperar el nivel de ventas normal, contrario a diciembre que observaron una baja, lo que atribuye a que en el sector industrial hay menos movimiento y el sector ferretero prefiere copar sus inventarios con pinturas que es lo que más se vende



## Atiko de lleno en el Sur y quiere Nicaragua

Atiko se puso su traje de luces y participó en el Gran Fin de Semana Rojo, que se realizó el 14,15 y 16 diciembre del año anterior, en el Grupo de Materiales, en Coto Brus.

Atiko actualmente, posee 15 metros cuadrados de exhibición en cada punto (San Vito, Sabalito y Agua Buena) 5 metros cuadrados de exhibición en Potrero Grande, para un total de 50 metros cuadrados de autoservicio, y donde los clientes pueden escoger entre cerca de 100 modelos diferentes de llavines cerraduras y candados, de acuerdo con sus necesidades, ya sea residencial, comercial o proyectos.

Estas exhibiciones están conformadas por las 4 marcas que importa y distribuye Atiko y son: Lucky, Travex, Enlace y Front.

Según Carlos Espinoza, Gerente de Ventas de Atiko, "con este tipo de exhibición "el que sale ganando es el cliente final, y se logró gracias a la alianza de estas dos empresas, y en una relación ganar-ganar". Para este año 2013, los planes de Atiko, están guiados a incrementar su cartera de productos en la línea de cerrajería en 20 modelos más, así como dar sus primeros pasos en Nicaragua, en donde están próximos a tocar puertas para que el pueblo nicaragüense empiece a beneficiarse de la calidad y seguridad de las marcas que distribuye.



**En herramientas eléctricas, la empresa le apuesta fuerte a Hitachi, aunque sabe que es de mayor precio que muchas en el mercado, piensan no dar el "brazo a torcer".**

en esa época del año. "El cliente es más cauteloso en el manejo de sus facturas, por lo que no les gusta sobregirarse y al adquirir pinturas, optan por no pedir más productos", observó Bermúdez.

Darling Gaitán Sotomayor, Administradora de Suministros Integrales, expresó que la empresa se encuentra registrada como Compañía Limitada y está integrada por dos socios, padre e hija; Guillermo Vargas, Gerente General y Regina Vargas, aunque ella administra un centro de pinturas y que aclaró es independiente a la distribuidora.

Suministros Integrales fue creada en el año 2003, y actualmente

logra una cobertura de casi un 80% de ventas en el territorio nacional. Las visitas se enfocan en el sector urbano y rural.

Gaitán expresó que además de la entrega del catálogo, analizan el comportamiento de sus clientes en años anteriores, ya sean grandes o pequeñas ferreterías, para implementar diversos mecanismos, entre ellos brindarles descuentos para incentivar la relación comercial. Estima la cartera de Suministros Integrales en unos 500 clientes fijos.

Cuentan con un grupo de 7 ejecutivos de ventas que se movilizan por todo el país, cuatro de ellos orientados a ferreterías y los otros tres al sector industria.



**Atiko mantiene una presencia fuerte, con sus productos en la Grupo de Materiales, ubicado en San Vito de Coto Brus.**

# 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
- Pabellón de Productos Nuevos

- Demostraciones de productos en vivo
- Entrenamientos para niños

**31 Mayo, 1 y 2 Junio 2013 • Costa Rica**

Visítenos en



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

**Entrada:** Regístrese anticipadamente para adquirir su entrada gratuita en [www.expoferretera.com](http://www.expoferretera.com)  
Precio de la entrada en la feria sin registro o invitación: ₡3,000

#### Reserve su stand:

Braulio Chavarría, Asesor Comercial  
[braulio.chavarría@eka.net](mailto:braulio.chavarría@eka.net)  
Tel.: (506) 2231-6722 ext 137 Cel (506) 7014-3611

#### Servicio al cliente:

Tel.: (506) 2231-6722 ext. 144  
[revistatyt@ekaconsultores.com](mailto:revistatyt@ekaconsultores.com)



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

Organiza:



Expositores  
2013\*



\*Confirmados al 31 de enero, 2013

# Obtenga su entrada gratuita

Regístrese anticipadamente en <http://expoferretera.com/entrada/> y le estaremos enviando su entrada a su correo electrónico con la que podrá ingresar a la feria los tres días. Registre también a sus acompañantes. Precio de la entrada sin registro o invitación ₡3,000



# ¿Qué trae?

Empresas empiezan a mover sus cartas buscando recibir a los ferreteros con novedades y con propuestas de negocios basadas en productos de alta rotación.

**expo**  
**FERRETERA**  
*su herramienta de negocios*



John Secada volvería a Expoferretera a presentar las innovaciones de Evonet Evolution Network S.A., y de paso, incluso podría cantar alguno de sus temas.

Cuando Alvaro Gutiérrez, de la empresa Evonet Evolution Network S.A., que posee productos como el calentador de ducha, una ducha que se puede ubicar en cualquier parte o el calentador en línea tomó la decisión porque dice que “es una oportunidad para lanzar estos productos, pues sabemos que a los ferreteros les gusta lo novedoso”.

Y es que si recuerdan que el año anterior, esta empresa llevó también al cantante John Secada que es socio de esta compañía, para este año realizan esfuerzos para que el artista se “mande” con un par de temas, y solo para los ferreteros que estén en ese momento en la feria.

“Es importante innovar para atraer compradores, por eso vamos a entrar en Expoferretera con estos productos y que en su diseño, aún no hay en el sector”, dice Gutiérrez.

## En PVC

Otra de las empresas que confía en seducir a los ferreteros en Expoferretera con sus productos es Plastimex, y en ese sentido, Alvaro Castro, Gerente de Ventas de la empresa, dice que preparan una buena gama de lámina y tablilla de PVC, en una diversidad amplia de colores y diseños.

“Son tablillas muy novedosas que tienen ventajas de ser resistentes a la humedad, requieren poco mantenimiento, no as afecta las termitas o el comején, y es un material que en su instalación produce poco desperdicio y es más limpio”, anuncia Castro.

Asegura que la empresa siempre busca dar a conocer sus productos nuevos en el sector “y la Expo es ideal para mostrar estas tablillas y que el ferretero las pueda conocer más de cerca”.



Alvaro Castro, Gerente de Ventas de Plastimex, muestra las tablillas de PVC que estarían exhibiendo en la próxima feria.

**Descuento en Hoteles para nuestros asistentes y expositores**



Detalles en: [www.expoferretera.com/hoteles](http://www.expoferretera.com/hoteles)  
Tel: (506) 2231-6722 Ext. 136  
[alejandra@ekaconsultores.com](mailto:alejandra@ekaconsultores.com)

**NUEVO**

**ARKIPLAST**

**PRESENTA**

## Todo en Tablilla Plástica

- Alto control de calidad
- No propaga el fuego
- Abastecimiento oportuno y garantizado
- Atención directa y personalizada

**CieloPlast**

**Hecho en Costa Rica**

Tel: 2475 5111

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



### Transforma tu mundo con Luz

Ahorradores de Energía

- Luz cálida y fría
- Duran hasta 10,000 horas
- Ahorran hasta 80% de energía
- Mayor brillo

[www.centralamerica.lighting.philips.com](http://www.centralamerica.lighting.philips.com)

**PHILIPS**

sense and simplicity

# Con 32 años,

## Arpe está lejos del “zarpe”

En Arpe han dado en el clavo con la administración eficiente de sus negocios, incluso con dos que se encuentran a más de 100 kilómetros de distancia: la delegación de tareas y responsabilidades responde como clave.

**A**lajuela.- Era un día como cualquiera, de esos diciembrinos, pero en los que aún el frío no ha cortado... Cuando llegamos a la ferretería, de principio, nos sorprendió la cantidad de clientes y lo largo del mostrador, pensado, diríamos, exclusivamente para esa proporción y más de compradores. Y es que en el canal ferretero, a los clientes, aún les hace falta escuchar esa voz que les diga de primer entrada: “¿en qué le

puedo ayudar...? aunque tampoco como lo demuestra esta ferretería, tampoco es mala idea tener un poco de autoservicio como para que los compradores entren en contacto con los productos o se generen compras por impulso. Pero, volviendo a nuestra historia, que se remonta a la ferretería Materiales Arpe, en el centro de Alajuela, quisimos entre otras cosas, saber cómo se hace para administrar con éxito 4 puntos de venta, e incluso dos de ellos a

más de 100 kilómetros de distancia, y cómo se logra tener el tránsito tan alto en una zona de tanto suburbio en la que todo mundo parece llevar mucha prisa.

“Tenemos un rol de visitas a los negocios, en la que en una semana está la gerencia general, luego es visitado por las personas de inventarios, contabilidad y soporte financiero y eso nos permite tener un control eficiente”, cuenta Víctor Argüello, Gerente

General de estos negocios.

Arpe tiene negocios en Alajuela centro, en San Rafael de Alajuela, y dos en Guacaste: uno en Tamarindo y otro en Huacas de Santa Cruz.

“Hay que acostumbrarse y entender que hay administradores buenos y que dan resultados”, agrega Argüello.

La empresa acumula 32 años, y Víctor dice que “hemos pasado también por las más feos también. Hace 10 años estuvi-



En Materiales Arpe, en Alajuela centro, priorizan su servicio en el sistema de mostrador, pues según Víctor Argüello, Gerente General, el cliente confía mucho en la asesoría que se le brinda.

mos en una situación financiera difícil, pero la perseverancia nos ayudó a salir”.

Afirma que le encanta este negocio, pero hay que cuidarlo porque a veces se piensa que el flujo de caja es total de la ferretería, pero “en realidad a la tienda solo le corresponde una pequeña parte de ganancia, pues el resto es para pagar las cuentas de los proveedores”.

#### **Fuerza desde el mostrador**

Al consultar con Víctor cómo hacía con el negocio que estaba en el centro de Alajuela, sobre la calle ancha, y en un mercado en el que cada 100 metros hay un competidor, aseguró que “es duro y más cuando se empieza a crecer.

Ahora con el retiro, por ejemplo, de Casa Ferreterías, quedó gente muy experimentada que montó sus unidades de ferretería propias y eso incrementó la competencia. Lo que hemos hecho es aprovechar las temporadas, como el “Viernes de Locura” para sacar provecho al Viernes Negro y hemos estado en una campaña de descuentos”.

Víctor es muy claro y dice que las cosas no solo se logran a base de buenas ideas, aunque eso es una dosis, pero que igual de importante es rodearse de gente buena, como “los proveedores que han estado en las buenas y en las malas”. También piensa en la modernización del negocio, pues dice

que la tienda central se va a remodelar y que incluso piensa incorporar un autoservicio controlado, “pero eso sí nunca quitar la parte de mostrador que es de consulta y asesoramiento”, y sin duda esto les resulta bien, pues cerca de 700 visitas diarias lo dicen.

Dice que no hay nada que le guste más que atender a sus clientes, revisar cotizaciones, visitar algunos proyectos, y otras tareas.

“El contacto con el cliente no se puede perder. Con 32 años, ya la gente algo tiene que confiar en nosotros”.

Sobre la pregunta de si el ferretero tiene algo de loco, Argüello dice que “sí” y agrega que también es muy “arriesgado”.

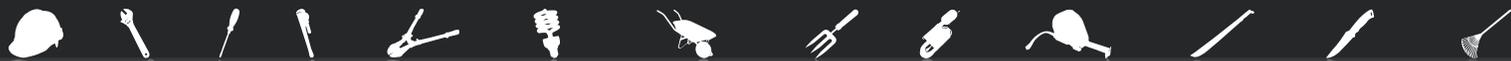


Víctor Argüello, Gerente General de Materiales Arpe, dice que para perdurar en el negocio es indispensable mantener una buena relación con los proveedores. Aquí con Miguel Fernández, Asesor de Ventas de Importaciones Vega.

Sección patrocinada por:



FUERZA EN SU TRABAJO



## LISTA DE ANUNCIANTES

Empresa	Contacto	Cargo	Teléfono	Fax	email
Celco de Costa Rica	German Obando	Gerente General	2279-9555	2279-7762	gobando@celcocr.com
Central de Mangueras	Dorelena Brealey	Gte. Administrativa	2256-1111	2222-8513	dbrealey@centarldemangueras.com
Cielo Plast	Herberth Alfaro	Gerente General	2475-5111	2475-7696	aherbert@cieloplast.com
Imacasa Costa Rica	Andrés Zamora	Gerente General	2293-2780	2293 46 73	azamora@imacasa.com
INTACO	Roger Jiménez	Gerente Comercial	2211-1717	2221-2851	roger.jimenez@intaco.com
Imacasa Costa Rica	Andrés Zamora	Gerente General	2293-2780	2293 46 73	azamora@imacasa.com
Gree de Costa Rica	Junior Monteri	Administrador	2297-5656	2235-2929	jmontero@greecostarica.com
Importaciones Vega	Rafael Vargas	Gerente General	2494-4600		rvargas@importacionesvega.com
Indianapolis	Diego Estrada	Gerente General	2243-1710	2248-1698	diego.estrada@grupoindianapolis.com
Kativo Costa Rica	Adriana Brenes	Mercadeo	2518-7300	ND	adriana.brenes@hbfuller.com
Lanco Harris Manufacturing	Ignacio Osante	Gerente General	2438-2257	2438-2162	lancoyharris@racsa.co.cr
Philips Lighting Central América	ND	ND	2526-6700	ND	www.luz.philips.com
Plastimex	Alvaro Castro	Gerente Mercadeo y Ventas	2453-9270	2453-1873	acastro@plastimexsa.com
Koral	Carlos Peraza	Gerente Ventas	2211-3761		c.peraza.m@gruposur.com
Sur Química	Arturo Tello	Gerente Ventas	2211-3741		a.tello.s@gruposur.com
Rosejo	Rodrigo Martínez	Gerente Ventas	2296-7670	2232-77068	rmartinez@rosejo.com
Torneca	Mauricio Gazel	Gerente General	2207-7723	2207-7700	mgazel@torneca.com
Unidos Mayoreo	Erick Berrios	Gerente General	2275-8822	2275-0647	eberrios@aunidos.com

## ¿Le interesa venderle a un Hotel o Restaurante en Construcción o Remodelación?

Exponga sus productos o servicios en

**EXPHORE**  
EXPO-HOTELES Y RESTAURANTES

Es el centro de negocios donde proveedores nacionales e internacionales exhiben sus productos y servicios para el sector de gastronomía, hospitalidad y afines. Nos visitan más de 4,000 profesionales del sector, provenientes de todas las zonas del país y de América.

**18 al 20 de Junio 2013**

Visítenos en

 Centro de Eventos  
**PEDREGAL**

 facebook.com/Explore

Reserve su stand:

Guillermo Rodríguez  
Asesor Comercial  
guillermo.rodriguez@eka.net  
Tel.: (506) 8997-1651

Organiza:  **Apetito**  
La revista para hoteles y restaurantes

# Llegó a Costa Rica una nueva opción...

GREE COSTA RICA entra al mercado como una opción nueva, ofreciendo sistemas de almacenamiento y exhibición. Ofrecemos soluciones de Góndolas, Racks, Estantería, Exhibición y Láminas Ranuradas con sus respectivos accesorios.

Somos una empresa regional en quien los clientes encuentren un socio estratégico al momento de buscar soluciones concretas en equipos de exhibición y almacenaje.

Proveemos equipo buscando la mejor relación costo - beneficio - calidad del mercado regional, cumpliendo con los requisitos de los clientes para lograr su preferencia de alta calidad.



Góndola • Rack • Estantería • Exhibición

# **GREE** **DISPLAY**

☎ 2297-5656 | [greecostarica.com](http://greecostarica.com)  
[ventas@greecostarica.com](mailto:ventas@greecostarica.com)  
Colima de Tibás, San José, Costa Rica

# SERÍA RIDÍCULO PINTAR CON OTRA COSA

- › Cubre como ninguna
- › Aguanta más limpiezas

... Y AHORA ESTÁ EN  
**OFERTA**

**₡8.500\***  
i.v.i

Antes ₡15.120 i.v.i **EL GALÓN**



\*Promoción válida por tiempo limitada. Esta promoción no aplica con otras promociones ni descuentos.

Todo queda mejor con

**Pinturas  
Coral**