

tuercas y tornillos



Ellas también saben de ferretería...

Para Evelyn y María del Milagro Araya, eso de tener la empresa en Facebook para interactuar con sus clientes, tener un sitio web para cotizar en línea, forman una pequeña dosis en la estrategia de la Ferretería Tucurrique, que les ha traído más ventas y proyectar el negocio más allá de su zona de influencia.

- 10 Mujer agrega valor en Ferretería Jiménez
- 14 Ranking de marcas influyentes
- 18 "Gata" para los negocios en Milanés
- 20 ¿Por qué Velca es ferretería y mayorista?

expo
FERRETERA
su herramienta de negocios

30, 31 MAYO Y 1 JUNIO 2014



Calidad, seguridad y mayor rentabilidad con Repemax®



- ✓ Preparación más rápida que usar arena y cemento.
- ✓ Construcción más segura.
- ✓ Menos desperdicio de material.
- ✓ Precio sumamente competitivo contra el método tradicional.

LLEGÓ A COSTA RICA
LA MEJOR PINTURA
DEL MUNDO



Más info en:



Los expertos recomiendan Lanco

Teléfono: 2438-2257 • www.lancopaints.com • Síguenos en 

CONTENIDO

En Ferretería Velca, cualquier espacio es aprovechable para atraer a los clientes, igualmente, el orden es prioritario.



10 PINCELADAS

12 MERCADEO

¿Cómo contratar agregando creatividad?

Pareciera que hay una tendencia, en administración, que los ejecutivos de alto nivel no son tan amigos de los “yes-men”, conocido como aquellos empleados que dicen siempre “sí”, a todo lo que diga el Jefe, tratando siempre de complacerlo. Esto al menos en la administración de empresas privadas, porque en las instituciones públicas, la historia es muy diferente.

14 EN CONCRETO

¿Qué tiene el ferretero en su mente?

Mediante una muestra al mercado ferretero, los empresarios definen cuáles son las marcas más representativas y que al mismo tiempo, les ayudan a generar mayores ventas.

18 PERFIL

En Milanés hay una “gata” para los nego-

cios...

Comercial Milanés, en Cañas Guancaste, sabe que tiene fuerte competencia en su zona de influencia, pero tiene la estrategia de contar con una ferretera “gata” para los negocios.

20 Velca: en los dos lados de la acera

Javier Velásquez, Propietario de las Ferreterías Velca y una distribuidora mayorista, “echa” mano de su experiencia para salir adelante en el doble negocio ferretero.

22 Un negocio muy eléctrico...

Prai, una empresa experta en automatización y productos eléctricos, ofrece al ferretero innovar en el negocio ofreciendo a los clientes una solución completa de asesoría e instalación

24. Panamá si tiene BOOM en construcción.

26 ¿Cómo eligen los compradores a sus proveedores?

Las empresas en sus áreas de mantenimiento, deben tener al día todas las herramientas, insumos y materiales, para no causar atrasos

en el proceso de producción. Varios grandes compradores de herramientas, por ejemplo, detallan cómo los proveedores se pueden convertir en sus aliados.

30 EXPOFERRETERA

Aumenta la oferta de novedades en Expoferretera

Gines Electric quiere cautivar el mercado ferretero con una oferta de calentadores libres de corrosión, de ahorro energético y con 90 días de satisfacción.

31 PRODUCTOS FERRETEROS

32 EL FERRETERO

Ellas son muy ferreteras...

Eso de tener la empresa en Facebook para interactuar con sus clientes, tener un sitio web para cotizar en línea, forman una pequeña dosis en la estrategia de la Ferretería Tucurrique, y que según sus propietarias les ha traído más ventas y proyectar el negocio más allá de su zona de influencia.

VEA TYT
DIGITAL

- 28 Guatemala: Karen saca la cara por El Petencito
- 30 Guatemala: ¿Cómo llegar al 70% del mercado?
- 32 México: Amutio, una ferretería en todas...

www.tytenlinea.com



Paredes más fáciles de limpiar

Por su calidad
y resistencia
a la humedad,
**mantiene su
color al limpiarla.**



**SIN
OLOR**



AHORA:

₡15.500 I.V.I

ANTES: **₡22.450**

Promoción válida hasta el 31 de enero, 2014.

www.grupokativo.com | /KativoColorFans | /SantosElPintor

PROTECTO

CRÉDITOS

Presidente

Karl Hempel Nanne
karl.hempel@eka.net

Directora General

Michelle Goddard
michelle.goddard@eka.net

Director Editorial

Hugo Ulate Sandoval
hugo@ekaconsultores.com

Directora Eventos

Carolina Martén
carolina.marten@eka.net

Asesor Comercial

Braulio Chavarría
braulio.chavarria@eka.net
Cel. (506) 7014-3611
Tel.: (506) 4011-6726

Directora de Arte

Nuria Mesalles

Diseño y Diagramación

Irania Salazar Solís

Colaboradora

Claudia Montes, Periodista El Salvador
Mynor Martínez, Periodista Guatemala

Circulación

Andrea Moodie
andrea@ekaconsultores.com

Foto Portada

Daniel Piedra

Una producción de

EKA Consultores Internacional

Apartado 11406-1000
San José, Costa Rica
contacto@ekaconsultores.com

Reciba una Suscripción Digital Anual de Cortesía*

Llámenos al Tel.: (506) 4001-6724, o ingrese a www.tytenlinea.com y complete el formulario, o escribanos a suscripciones@eka.net y le enviaremos la revista digital. *Aplican Restricciones



Encuentre ejemplares de TYT en nuestros puntos de distribución



2316 vistas en
www.tytenlinea.com



En nuestra próxima edición FEBRERO 2014 / TYT 212

Catálogo de productos más innovadores del 2014

La oferta del año que los mayoristas tendrán para el sector ferretero.

Pinturas, electricidad, abrasivos, herramientas eléctricas y manuales, bombas y tanques para agua, materiales para la construcción, loza sanitaria, grifería, pisos, madera, iluminación, accesorios para pintar, soldadura, plomería, techos, hierro, aire acondicionado, automotriz.

Especial: productos para repello y cementicios

Productos para repello, morteros, cementos, fraguas, pegamento para cerámicas, aditivos, laminados (Gypsum, fibrolit, siding, plywood), blocks decorativos, bloques, arenas, pigmentos.

Cierre Comercial: 20 de enero, 2014



Anúnciese en:

TYT y esponja en Expoferretera

Braulio Chavarría

braulio.chavarria@eka.net

Tel.: (506) 4001-6726 • Cel: 7014-3611



&

LOCTITE[®]

Que las

**BUENAS INTENCIONES
SE QUEDEN PEGADAS JUNTO A TI**

en este inicio de año



8000-CAPRIS / 2519-5066

www.capris.cr



Hugo Ulate Sandoval
hugo@ekaconsultores.com

La magia del comprador

Un día de tantos, precedido por la fiebre de esas que dan como comprador compulsivo, de esos que compran cosas aunque no las necesiten, decidí adquirir una pantalla, de esas que cuando están encendidas en el escape-rate, las ganas de quedarse ahí, viendo el último gol de Ronaldinho, es prácticamente hipnótico.

Entre a la tienda de electrodomésticos, esa que precisamente anuncian por doquier, desde lo que llaman “muppies” en las paradas, y hasta aparecen en los lomos de los ponis que dan vueltas a los niños en La Sabana.

Cuando me indicaron que debía subir al siguiente piso porque ahí estaban las pantallas, mi soñada pantalla, lo hice rápido y sin mirar otra cosa. Había urgencia y mari-

posas en el estómago.

Al llegar, ante mis ojos: el espectáculo electrónico con pantallas de todos los tamaños y todas las marcas, con imagen en 3D, de plasma y de LED, en fin, por alternativas no había que preocuparse.

Luego de buscar con impaciencia por algún vendedor que me atendiera... Me dije, “...bueno, quizás nadie me pregunta porque me miran con cara de que solo estoy mirando...”.

Pasaron unos minutos cuando apareció Johnatan y como música para mis oídos indicó: ¿le puedo ayudar? Fue cuando le dije quería ver las pantallas, de inmediato me dijo, sí ahí están... Entonces, siguió mi pregunta: ¿Y los precios? – “Ahí están... marcados”, me señaló, y como para que no preguntara más, me hizo

saber que todos los precios eran de contado...

Pasaron no más de 30 segundos cuando le repliqué: “es que entendía que hasta tenían planes de crédito, incluso con plazos sin intereses...”.

Y fue cuando Johnatan ya me miró de verdad, e indicó que iba a revisar en el sistema, y cuál fue la sorpresa. Afirmó que “si se le puede dar el artículo con 6 meses de plazo, y sin intereses”. Todavía estoy esperando a que Johnatan me diga que papeleo debo hacer para acceder a un crédito de este tipo, a que me preguntara si más bien iba a llevar la pantalla de contado para buscar un mejor precio, aunque fuera un 0,00001% de descuento, y mucho menos obtuve la más mínima especificación técnica de por qué, por ejemplo,

aunque fueran del mismo tamaño había una variación en el precio y en la imagen.

Aunque esto que me pasó no tiene que ver exactamente con ferretería, sí tiene que ver con la parte de servicio al cliente, que debe aplicarse en todos los negocios del mundo. A veces los compradores entramos gobernados por una emoción, por un impulso, por esa magia que nos hace entrar a un negocio, y le toca al vendedor hacer que esa magia cobre realidad con una venta.

No me lleve la pantalla y aún así estoy vivo, y para ponerlo más frío todavía, Johnatan se quedó sin una venta, y probablemente, sin su comisión y con un cliente que probablemente, comprará lo que buscaba en su competencia.

¿Cuántas cosas pasan en 2 años?



2190 COMIDAS
730 BAÑOS MATUTINOS
30 DIAS DE VACACIONES
2 NAVIDADES
1 BOMBILLO



Los Bombillos ahorradores Best-Value son los únicos en el mercado con garantía de 2 años a partir de la fecha de fabricación, sin presentar la factura de compra.

Distribuidor exclusivo: **VEGA**



Válvula UNIVERSAL para tanque de sanitario P-B3080



Práctico sistema de ajuste
fino del nivel de agua.
No se desajusta



Flotador protegido para evitar
contacto con el tanque que
impida su libre funcionamiento



Altura ajustable a todo
tamaño de tanque de
sanitario



Filtro removible que impide el
paso de impurezas que
causan obstrucciones



Exclusiva válvula reguladora
para ajustar el nivel del espejo
de agua. **Ahorra agua**

¡FÁCIL DE INSTALAR!

- ✓ Fácil y preciso ajuste de nivel de agua
- ✓ Funciona para:
 - ✓ Baja presión: Tinaco a 2 m de alto
 - ✓ Alta presión: Equipo hidroneumático
- ✓ Contiene válvula reguladora precisa para el nivel del espejo de agua (ahorra agua)
- ✓ Con filtro removible para detener impurezas
- ✓ Ajustable a cualquier tipo de tanque
- ✓ Sistema Anti-sifón*



innovación
en plomería

servicioclientes@coflex.com.mx
www.coflex.com.mx



Líder en
el mercado de
Tubos de Abasto
por más de
25 años.

Gil Coto Navarro Representaciones, S.A.
Tel.: (508) 2224 2278 / (508) 2225 8403 / Fax: (508) 2224 6703
info@gilcoto.com / mundoherra@amnet.co.cr



Andrea Arias y su esposo Esteban Jiménez, forman parte de los propietarios de Ferretería y Almacén Hermanos Jiménez en Cariari, Pococí. El negocio tiene cerca de 3000 m2.

¿Cómo agrega valor una mujer en Ferretería Jiménez?

Por más de 10 años trabajó en el Almacén El Mejor Precio, y fue experiencia, que a como lo relata, para nada en vano, pues hace 4 años, junto a su esposo y familia, fundaron su ferretería, en Cariari de Guápiles, en el Atlántico de Costa Rica.

Para Andrea Arias, de la Ferretería Almacén Hermanos Jiménez, el negocio como tal lo lleva en el corazón. "Esto siempre me gustó y cuando se trabaja para uno mismo, sabe mucho mejor", cuenta.

Andrea, además de atender clientes, también se encarga de tramitar los pagos a proveedores, y dice que respeta mucho el trabajo de los agentes vendedores, por eso, si alguno llega fuera de horario para retirar un cheque o dejar una factura, "igual lo atiendo. Sabemos que estamos en un lugar lejano y hay que considerar el esfuerzo de quienes nos venden sus productos".

Dice que en total son 21 empleados que lidian con la llegada de unos 400 compadores diarios. "Nos cuidamos mucho en la relación con el cliente y tratamos de que quien nos visita se lleve algo, aunque sea una grata impresión porque sabemos que en la siguiente llegada fijo nos compra algo", asegura.

Asegura que para estar actualizada no solo es cosa de leer las etiquetas de los productos o participar en las capacitaciones de los proveedores, sino "tratamos de ir a las ferias de los mayoristas porque sabemos que ahí está la oferta completa de productos y se pueden ver con mayor calma".

Esta empresaria que también asegura encargarse de la parte contable del negocio, cuenta que en la ferretería hay 5 mujeres, esto "porque ya nos hemos ido haciendo un espacio en la atención y hay muchos clientes que nos buscan".

PINCELADAS

Si hay negocios, los clientes llegan...

Siempre que una empresa se asoma al mercado con una feria, y promete promociones y descuentos, los clientes responden... Además que representa la oportunidad para los compradores de conocer más a fondo a su proveedor y observar las líneas con detenimiento, incluso aquellas que por falta de tiempo no había podido observar.

Y esta es parte de la historia que le sucedió a Tornillos La Uruca en su segunda feria ferretera, pues en dos días, antes de diciembre, los clientes llegaron de todo el país para aprovechar las ofertas. "Nos gusta venir y apoyar, y lo hacemos desde temprano para tener más tiempo y mirar con paciencia, y analizar cualquier negocio que nos propongan", asegura Rodolfo Vargas, uno de los Propietarios del Depósito Los Ángeles en Heredia centro.

Además, en la empresa también mostraron a sus clientes todas las instalaciones con una oferta variada en tornillos, herramientas manuales, herramientas Ridgid, entre otras.

Denis Córdoba, de Tornillos La Uruca, aseguró que estas estrategias aumentan los lazos que ya se tienen con los clientes y "nos permite conocerlos mucho mejor para entender sus necesidades".



Rodolfo Vargas (derecha), Propietario del Depósito Los Ángeles, en Heredia, Luis Jiménez, Comprador, se vinieron desde temprano a la feria Tornillos La Uruca. Los acompañó Steven Solano, del Área de Ventas.

CARTAS

Abrazo al amigo

En Revista TYT y la empresa Eka Consultores Internacional, lamentamos con pesar el fallecimiento de doña Ana María Álvarez Alvarado, señora madre de nuestro apreciable amigo y cliente, Rafael Vargas, Gerente General, de Importaciones Vega.

Nos unimos en un abrazo sincero a su estimable familia, pidiendo que el Supremo Creador, les de paz y fortaleza en estos momentos de dolor.

Una fan nos escribe..

Muchas felicidades muy bonita revista. Recibo un ejemplar, me lo envían por correo, ya que trabajo en Ferretería El Progreso, en Boaco - Nicaragua, y siempre la leo. Reintegro mis felicitaciones y que sigan cosechando éxitos.

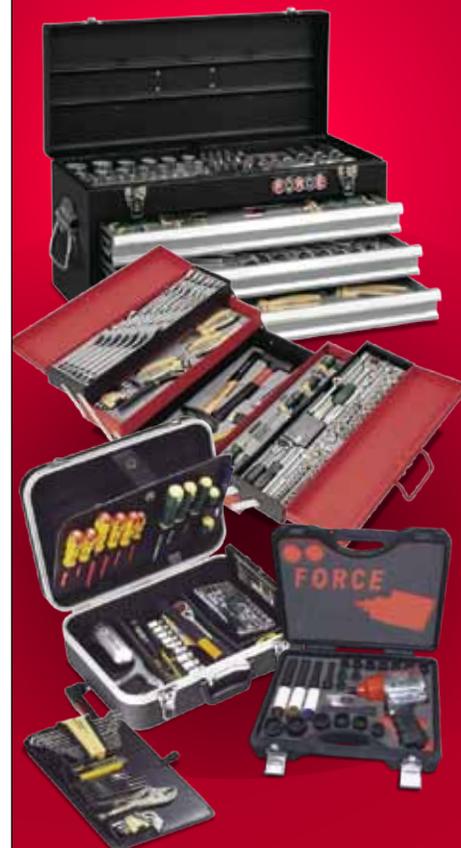
Saludos, *Sadia Hernández*

Aclaración

En la edición 207, en el Ranking de Mayoristas, en la categoría Madera, se consignó a Forestales Latinoamericanos y ProBosque como empresas distintas, sin embargo, aclaramos que ProBosque es más bien una marca que distribuye Forestales Latinoamericanos, lo que hace que la empresa pase al segundo puesto del ordenamiento, con un 9,33% de participación en el mercado, de acuerdo con los parámetros de la publicación.

FORCE®

HERRAMIENTAS PARA UN PAÍS QUE NO SE DETIENE



8000-CAPRIS
2519-5066
www.capris.cr

Contrate y agregue creatividad?

Pareciera que hay una tendencia, en administración, que los ejecutivos de alto nivel no son tan amigos de los “yes-men”, conocido como aquellos empleados que dicen siempre “sí”, a todo lo que diga el Jefe, tratando siempre de complacerlo. Esto al menos en la administración de empresas privadas, porque en las instituciones públicas, la historia es muy diferente.

Varias encuestas, hechas a Gerentes Generales y CEOs, publicadas en revistas de negocios, indican que la principal aptitud de liderazgo, para tener éxito dentro de las empresas, y escalar a posiciones gerenciales es la “creatividad”.

Las personas creativas chocan de frente con los jefes prepotentes y autoritarios, que creen saberlo todo y que jamás aceptan sugerencias de los inferiores. Muchos de ellos han sido “yes-man” en sus carreras dentro de las empresas: solo siguen los principios culturales que les formaron.

Creatividad es la palabra que más se menciona, cuando se habla de competencia, crecimiento, supervivencia y desarrollo empresarial. Si los ejecutivos que administran las organizaciones comerciales no son creativos, las empresas tienden a desaparecer.

Contratar y retener personas creativas, se está haciendo una tendencia en las grandes empresas.

Capacidad de comunicación

Como dijo Albert Einstein: “Si no puedes explicarlo en forma simple, es que no lo has entendido bien”. Sea que se dirija un equipo, atienda clientes o capacite personal, la capacidad de comunicación en forma clara y concisa es una habilidad esencial. Es imprescindible desarrollar la capacidad de manejar los canales de comunicación que usamos, para hacer llegar

nuestros mensajes a superiores, iguales e inferiores, a la vez que a nuestros clientes. Las grandes controversias y malentendidos son originados por fallas en la comunicación.

¿Cómo se puede evaluar la capacidad de comunicación?

Una forma fácil de probar la capacidad de comunicación de alguien que se quiere contratar, es pedir al candidato que explique una tarea sencilla. Si se contrata un vendedor, por ejemplo, puede pedirle algo como: “¿dígame cómo me vendería una manzana”. La pregunta no tiene que ser difícil, solo se trata de tener una visión de la habilidad para comunicarse con claridad del prospecto.

Energía para actuar

Se juzga mucho a las personas que se contrata, basándose en la experiencia que dicen tener. Los currículos tienen como objetivo demostrar experiencia. Sin experiencia, se hace difícil encontrar un empleo. Aunque la experiencia es muy valiosa, en cualquier contratación, hay que profundizar un poco más, en algo que no es fácil de demostrar: energía para actuar. Esto es poner en marcha las ideas y trabajos. Hemos mencionado en artículos anteriores, que hay dos clases de personas, los que hablan mucho de sus ideas y los que no dicen mucho desarrollándolas.

¿Cómo evaluar la energía para

hacer cosas?

Basta con preguntarle, al candidato, cuáles son algunas de las cosas que hicieron por sí mismos, sin que nadie se los ordenara o indicara. Si mencionan en su hoja de vida que tuvieron una empresa, solicitarles que indiquen la forma cómo la comenzaron y los resultados que tuvieron.

Apaga-fuegos

En las grandes empresas los apaga fuegos son a los que se destina para solucionar los problemas que se presentan en las diferentes sucursales o planteles. Es una característica indispensable para surgir a nivel gerencial. Estos son los que entienden y creen firmemente que todo problema encierra una solución. Las personas creativas no ven problemas, ven oportunidades en ellos.

¿Cómo evaluar un apaga-fuegos potencial?

En el caso de contratar un hombre de mercadeo, la pregunta puede ser: “¿Cómo se las arreglaría con un cliente bastante enojado?”.

Curiosidad

El filósofo francés Voltaire decía que se debe “juzgar a los hombres por sus preguntas en lugar de sus respuestas”. Un alto nivel de curiosidad, una mente inquisitiva indica la existencia de otras cualidades: inventiva, ingenio y audacia. Estas características eliminan la apatía –

sentimientos que envenena cualquier esfuerzo creativo.

¿Cómo evaluar la curiosidad?

Se puede hacer preguntas tan simples como: ¿“aparte de su especialización, qué otras áreas le interesan? O “¿cuál fue el último libro que ha leído y por qué lo hizo?”

Toma de riesgos

Estar consciente y no temer de los riesgos que se toman es una característica de las personas creativas. Es una habilidad que solo se aprende y desarrolla, cuando salimos de nuestra zona de comodidad. Muchos empleados se meten en un casillero de la empresa y no quieren salir de ellos, ni ser vistos, hasta que llega la edad de la jubilación. El tomar riesgo, para estos personajes, es contrario a su naturaleza.

Se utiliza mucho pedir al candidato que de un ejemplo de una situación donde tomó un riesgo o aseveró un punto de vista polémico. Otra forma recomendada es consultar al candidato lo que lamenta de no estar haciendo su trabajo anterior. Daniel Gilbert, profesor de psicología de la U. de Harvard, señala que la gente se arrepiente de las cosas que no hicieron, más que de aquellas que hicieron. De esta forma, arrepentimiento y riesgos operan en proporción inversa. A mayor arrepentimiento, menor riesgo y viceversa.

Fuente: www.mercadeo.com

PERFIL



Las salas de acabados son extraordinarias opciones para crear ambientes donde el cliente perciba los productos en su hábitat natural, y se sientan más tentados a comprar.

El negocio de ser diferente

Cuando un comprador visita una ferretería, probablemente las únicas diferencias que encuentre frente a otro negocio, sean leves “distorsiones” en los precios... Y claro, es que para tiendas que manejan productos similares, a veces la única característica que las logra diferenciar una de otra, en definitiva es este factor.

Y si así son las cosas, y si se dice que los compradores son muchas veces impulsados por los mismos negocios, en este caso los vendedores, a aumentar las compras, cuando no hay diferencia palpable, más que en el precio, la única compra que podría realizar un cliente, quizás sea aquella que lleva en su mente. En este sentido, la creación de necesidad para llevarlo a aumentar su porcentaje de adquisición, es casi nula.

Trascender más allá del precio, hacer que el comprador se olvide de este factor como primero en la decisión de compra, no es para nada fácil, pero es posible lograrlo.

“Crear experiencias únicas de compra en su tienda”, sí así entre comillas, pues aquí comprende un concepto donde lo que se busca es que el comprador disfrute cada compra, no solo tocando y viendo el producto, como lo puede hacer en un sistema de autoservicio, sino “viviéndolo”, poniéndolo en contacto con la situación más real y casi fotográfica de su producto.

A la siguiente dimensión

Se habla de que en la siguiente dimensión del cine, ya el espectador no solo va a poder observar las imágenes en las tres facetas que lo hace ahora, porque si viene una escena en la que se observa un restaurante, podrá percibir el olor de la comida, o bien, si está lloviendo en la película, podrá sentir la lluvia...

Pero, ¿y cómo llevar este tipo de experiencias a la compra? En Estados Unidos, muchas tiendas han visto cómo el comprador puede ir más allá de lo que lleva en su mente si lo ponemos en un ambiente directo con los productos... Por eso, no es coincidencia encontrar los productos de camping en un ambiente total de campamento, entre tiendas de campaña, follaje, arbustos, cuchillos, linternas, sonido de grillos y por qué no, hasta con presencia de algunos animales de montaña.

A veces no basta solo con exhibir, hay que dar un paso más allá... “No le diga a su cliente que está lloviendo, hágalo sentir que se moja...”

IRWIN®

**MÁXIMA
DURACIÓN**



capris

8000-CAPRIS
2519-5066
www.capris.cr

¿Qué tiene el ferretero en su mente?

Mediante una muestra al mercado ferretero, los empresarios definen cuáles son las marcas más representativas y que al mismo tiempo, les ayudan a generar mayores ventas.

Especial MARCAS MÁS INFLUYENTES

Aunque no podemos ver con exactitud en la mente empresarial de los ferreteros, sí podemos darnos al menos una idea de qué marcas y proveedores están en su mente, no solo como las que más recuerda sino como las que más le ayudan a generar ventas y las que de ninguna manera podrían faltar en su negocio.

En una muestra al azar, entre 75 ferreteros de todo el país, se les consultó cuáles eran las 5 marcas que más le ayudaban a generar ventas, y que por ninguna razón debían faltar a su negocio.

Además, se les pidió consignar el proveedor para cada una de las marcas que mencionó.

En este sentido, hay que recordar que no todas las marcas y productos son exclusivos, por los que puede aparecer más de un mayorista para cada marca.

Lo que trata de resaltar el ordenamiento es la identificación propia, por parte de los empresarios ferreteros, de quiénes son sus aliados comerciales, además de valorar cuáles son las marcas que indudablemente le generan mayores utilidades.

Como se dice en el sector ferretero aquí es donde está la "carrita". Lo más valioso de la investigación es que perfila y fotografía la labor de los mayoristas con sus marcas y productos, y que



En la mente del ferretero se ubican aquellas marcas que más le ayudan a generar ventas y que por lo tanto, exhibe con más fuerza. Fotografía con fines ilustrativos.

el ferretero los sigue viendo como aliados con propuestas de negocio ganar – ganar.

Al desmenuzar un poco la información, se puede detallar que

las categorías de herramienta manual, accesorios eléctricos y pinturas, son de los productos que se configuran como los más indispensables en los negocios.

Marca	Categoría
Truper	Herramienta manual y eléctrica
Bticino	Accesorios eléctricos y plaquería
Stanley	Herramienta manual
Sur	Pinturas
Best Value	Herramienta manual y bombillería

Claro está que al igual, si establecemos la información por grupos de categoría, tomando rubros como: herramientas eléctricas, herramientas manuales, pinturas, iluminación, podemos ver con más menciones, por ejemplo en el área de herramienta manual a Truper, y del que se podría extraer que al ser distribuida por varios mayoristas ha hecho que tome fuerza en el mercado, o bien que uno de sus representantes más fuertes, como el caso de Unidos Mayoreo, esté desplegando una muy buena labor en los negocios ferreteros, al incrementar la presencia y el valor como producto de estas herramientas.

Marcas más mencionadas en Herramienta manual	
1	Truper
2	Stanley
3	Best Value
4	Pretul

Marcas más mencionadas en Herramienta Eléctrica	
1	DeWalt
2	Metabo
3	Bosch
4	Skil
5	Black & Decker

Y si volteamos la mirada hacia las herramientas eléctricas, todo indica que el eje de negocio está sumamente competido entre marcas, y es claro porque aquí el ferretero es fiel a quien no solo le brinde una marca que le ayude a mejorar su rentabilidad, sino es creyente del respaldo en repuestos y en taller de reparación.

En la parte de herramientas eléctricas el ferretero si pone especial cuidado para no introducir en su negocio lo que llaman herramienta con marcas huérfanas.

En este ordenamiento no interesa tanto los votos que pudo haber obtenido una marca, lo trascendente es que aunque fuera una única vez, se mantiene vigente y por ende está en la mente del empresario ferretero y del mercado.

GRAN VARIEDAD

EN CADENAS, TACKLES,
GANCHOS, TENSORES
Y MUCHO MÁS...



DUKE HOIST & WINCH LOADMASTER



8000-CAPRIS
2519-5066
www.capris.cr

EN CONCRETO



Tabla de marcas más influyentes

Marcas	Votos	Proveedor	Gerente General	Telefono
Truper	27	Abonos Agro	Marco Urbina	(506) 2212-9300
		Unidos Mayoreo	Erick Berrios	(506) 2275-8822
		Finhe	Olman Zumbado	(506) 2261-3010
		F y G Ferreteros	Fernando Fernández	(506) 2453-3081
		Acuña y Hernández	Luis Acuña	(506) 2262-1414
		Cosmac	Isidro Porras	(506) 2244-3534
Bticino	20	Distribuidora Arsa	Fernado Aguedas	(506) 2285-4224
		Duarco	Gilberth Montero	(506) 2272-1425
		Cofersa	Francisco Hurtado	(506) 2205-2525
		Abonos Agro	Marco Urbina	(506) 2212-9300
		El Eléctrico Ferretero	Mario Leiva	(506) 4055-1777
Stanley	19	Cofersa	Francisco Hurtado	(506) 2205-2525
		Valco	David Kierszenson	(506) 2252-2222
		Indudi	Carlo Giangiulio	(506) 2293-5454
		Importaciones Vega	Rafael Vargas	(506) 2494-4600
		Abonos Agro	Marco Urbina	(506) 2212-9300
Sur	17	Sur Química	Enrico Giordano	(506) 2211-3700
DeWalt	16	Importaciones Vega	Rafael Vargas	(506) 2494-4600
Best Value	15	Importaciones Vega	Rafael Vargas	(506) 2494-4600
Durman	15	Durman Esquivel	Luis Martínez	(506) 2436-4700
Force	15	Capris	Peter Ossensbach	(506) 2519-5000
Metabo	14	Capris	Peter Ossensbach	(506) 2519-5000
Koral	14	Koral	Danicio Fernández	(506) 2211-3780
Amanco	13	Amanco	Luis Rodríguez	(506) 2209-3400
Lanco	13	Lanco	Ignacio Osante	(506) 2438-2257
Imacasa	11	Imacasa	Andrés Zamora	(506) 2293-2780
Protecto	11	Kativo	Rafael Díaz	(506) 2518-7300
INTACO	11	INTACO	Marcos Dueñas	(506) 2205-3333
Viakon	11	Importaciones Vega	Rafael Vargas	(506) 2494-4600
Holcim	10	Holcim	Manrique Arrea	(506) 2205-2900
Conducen	9	Cofersa	Francisco Hurtado	(506) 2205-2525
		Matex	Alvaro Padilla	(506) 2291-7878
		El Eléctrico Ferretero	Mario Leiva	(506) 2259-0101
3M	9	Unidos Mayoreo	Erick Berrios	(506) 2275-8822
		Abonos Agro	Marco Urbina	(506) 2212-9300
		Distribuidora Arsa	Luis F. Aguedas	(506) 2285-4224
		Indudi	Jorge Argilés	(506) 2293-5454
		Importadora América	Erick Bermúdez	(506) 2292-2424
		Acuña y Hernández	Luis Acuña	(506) 2262-1414
Águila Eléctrica	9	Distribuidora Arsa	Fernado Aguedas	(506) 2285-4224
		Matex	Alvaro Padilla	(506) 2291-7878
		Abonos Agro	Marco Urbina	(506) 2212-9300
		El Eléctrico Ferretero	Mario Leiva	(506) 2259-0101
Cemex	9	Cemex	Roberto Pongupta	(506) 2201-2000

Marcas	Votos	Proveedor	Gerente General	Telefono
Duretán	8	Megalineas	Víctor Cordero	2240-3616
Xilo	7	Grupo Xilo	Juan Tuk Durán	(506) 2279-7985
Celco	6	Celco de Costa Rica	German Obando	(506) 2279-9555
Lorenzetti	5	Cofersa	Francisco Hurtado	(506) 2205-2525
Pedregal	5	Pedregal	Rafael Ángel Zamora	(506) 2298 4242
B y P	5	Reposa	Raúl Pinto	(506) 2272-4066
Pretul	5	Finhe	Olman Zumbado	(506) 2261-3010
Yale	4	Rodco	Alfredo Rodríguez	(506) 2240-9966
		Matex	Alvaro Padilla	(506) 2291-7878
Metalco	4	Metalco	Santiago Dapena	(506) 2247-1100
Hilco	4	Rodco	Alfredo Rodriguez	(506) 2240-9966
Inca	4	Inca	Javier Peñaranda	(506) 2282 1150
Bosch	4	Cofersa	Francisco Hurtado	(506) 2205-2525
Irwin	3	Capris	Peter Ossenbach	(506) 2519-5000
		Transfesa	Marco Hernández	(506) 2210-8989
Ternium	3	Ternium	Sebastián Castro	(506) 2562-3500
Penssilvanya	3	Megalineas	Víctor Cordero	(506) 2240-3616
Norton	3	Transfesa	Marco Hernández	(506) 2210-8989
		Tornillos La Uruca	Enrique Araya	(506) 2256-5212
Voltec	3	Acuña y Hernández	Luis Acuña	(506) 2262-1414
Skil	3	Cofersa	Francisco Hurtado	(506) 2205-2525
Tramontina	3	Electroválvulas	Ilka Vargas	(506) 2285-2785
		Transfesa	Marco Hernández	(506) 2210-8989
Price Pfister	3	Distribuidora Arsa	Fernado Aguedas	(506) 2285-4224
		Transfesa	Marco Hernández	(506) 2210-8989
Tornicentro	3	Tornicentro	David Sossing	(506) 2239-7272
Surtek	3	Distribuidora Arsa	Fernado Aguedas	(506) 2285-4224
Conducen	3	Cosmac	Isidro Porras	(506) 2244-3534
		El Eléctrico Ferretero	Mario Leiva	(506) 2259-0101
Bosny	3	Megalineas	Víctor Cordero	(506) 2240-3616
Loctite	3	Tornillos La Uruca	Enrique Araya	(506) 2256-5212
Black & Decker	2	Indudi	Jorge Argilés	(506) 2293-5454
		Cel Internacional	Luis Elizondo	(506) 2432-5868
Permatex	2	Importaciones Re-Re	Eduardo Retana	(506) 2240-2010
Loctite	2	Henkel de Costa Rica	Julio Fernández	(506) 2277-4800
Cutler Hamer	2	Abonos Agro	Marco Urbina	(506) 2212-9300
Tomeca	2	Tomeca	Luis F. Quesada	(506) 2207-7777
Loza Corona	2	Valco	David Kierszenon	(506) 2252-22-22
Pinturas Corona	2	Grupo Sólido	Javier Grajeda	(506) 2259-9595
Atlas	2	Rosejo	Jose Schifter	(506) 2296-7670
Loctite	2	Distribuidora Arsa	Fernado Aguedas	(506) 2285-4224
		Importadora América	Erick Bermudéz	(506) 2292-2424
Dicolor	2	Dicolor	Margarita Jarquín	(506) 2433-2432
Tornillos la Uruca	2	Tornillos la Uruca	Enrique Araya	(506) 2256-5212
Sherwim Williams	2	Sherwim Williams	Juan Carlos Araya	(506) 2216-4001

IMACASA
FUERZA EN SU TRABAJO

**FUERZA
EN SU TRABAJO**

www.imacasa.com

En Milanés hay una “gata” para los negocios...

Comercial Milanés, en Cañas Guancaste, sabe que tiene fuerte competencia en su zona de influencia, pero tiene la estrategia de contar con una ferretera “gata” para los negocios.

Nos hemos encontrado con muchos ferreteros con “ojo clínico” para los negocios, y que con un poco de trabajo hacen sobresalir cualquier departamento de su ferretería, y que poco a poco se convierten en un cliente referente, al que todo el mercado mayorista busca tener sus productos ahí.

Y ahora resulta que nos encontramos, allá en Cañas, Guancaste, en lo que llaman la Altura de la Pampa, no con un empresario, sino con una ferretera y no solo con “ojo clínico” sino, como dicen, “gata” para los negocios.

Ella es Melissa Zumbado, Gerente General de Comercial Milanés quien sabe y trabaja con dos máximas: en el negocio hay que tener de todo, empezando por buenas marcas y con respaldo, pero también vender a buenos precios, pero sin que signifique que se tenga que sacrificar la calidad de los productos por este factor.

Su mano derecha, como así lo deja entrever, es su hermano Julián, que entre ambos se consultan cualquier decisión estratégica que sopesa sobre el negocio, que en este momento ya cuenta con 4000 m2 y la ayuda

de 34 colaboradores.

Comercial Milanés tiene 30 años de existir, pero Melissa, perteneciente a la segunda generación, ya ha estado por 18.

“Mi hermano y yo hemos formado un buen equipo de trabajo. Nos hemos entendido bien, y las compras las hacemos entre los dos”, dice Melissa.

Incluso comenta que su hermano desarrolló un software que les permite llevar un pulso controlado de las compras.

Es fiel creyente en la re compra y sabe que si un cliente es mal atendido, aunque compre en ese momento, es un comprador que difícilmente se volverá a acercar, pero si es bien atendido se vuelve cliente frecuente.

“Aquí hay una competencia muy fuerte y cualquier cosa que se haga en el negocio representa diferencia”.

No muy lejos de Milanés está Ferretería Técnica, su más cercano competidor, pero ella dice que “ellos tiene su clientela y nosotros la nuestra. La gente sabe dónde puede encontrar qué productos, y conocen las diferencias entre los negocios”, asegura.

Precisamente, el cambio de su competidor de incorporar el sistema de autoservicio, no les

afectó porque “nosotros hicimos algunas variantes para aumentar la exhibición, lo que hizo que los clientes percibieran que también teníamos cambios positivos”.

Afirma que actualmente, para vender más todos los días, apuestan a cuidar sus compradores fieles y ganar las cotizaciones de otros clientes que llegan buscando un buen precio sin importar mucho el lugar que les venda.

Melissa ha hecho de todo en el negocio, desde labores de administración, hasta atender público. “Mi papá siempre nos dijo que un buen gerente debía pasar y conocer todos los puestos, porque el día que una persona faltara uno podría sustituirlo”.

Rápidos en las entregas

Para ella hay tres variables que debe cumplir un proveedor: precio, producto y calidad.

Casualmente, detalla mucho el servicio que le ha brindado Capris con la incorporación de las marcas Metabo y herramienta manula Force.

“Me gusta Capris porque es un proveedor responsable que nos han ayudado a ganar licitaciones, son rápidos en las entregas, en precio andan muy bien, además el vendedor de la zona

constantemente nos visita, y un display viene seguido a ayudarnos con la exhibición de los productos”, agrega Zumbado.

Asegura que tener el apoyo de un vendedor y un display, tiene sus beneficios. “Muchas veces uno está ocupado y no tiene mucho tiempo de deparar en los productos y detallar que parte del inventario se vendió y hay que reponer, y ellos nos ayudan con esa labor”.

Sobre Force asegura que “es una herramienta que se vende sola. Por ejemplo, vienen clientes del ICE que sólo vienen a buscar esta marca y que compite de tú a tú, por ejemplo, con Stanley”.

Y con respecto a los discos abrasivos y herramientas eléctricas Metabo, Zumbado reitera que el caso de los discos son de fácil venta, y añade que “los clientes conocen Metabo, saben que es más cara, pero Metabo es Metabo...”.

Finalmente dice que el apoyo de Capris se siente, “nos ayudan con la unidad móvil para dar soporte técnico a las herramientas eléctricas de los clientes, nos ayudan con las ferias, con productos especiales... Todo eso hace que un negocio esté vivo”, recalca.

Henry Rojas, Gerente de Ventas y Ahmed Quesada, Agente Vendedor, para la Zona de Guanaste de Capris, se han convertido en un aliado comercial para Melissa Zumbado, con la puesta en marcha de estrategias ganadoras a base de marcas como Force y Metabo.



Velca: en los dos lados de la acera

Javier Velásquez, Propietario de las Ferreterías Velca y una distribuidora mayorista, “echa” mano de su experiencia para salir adelante en el doble negocio ferretero.

Dicen que para asegurar el éxito en un negocio, se debe estar en un área que se domine... O sea que hay que meterse en lo que de verdad se es experto o bien, al menos, se tienen buenos conocimientos al respecto.

Tal parece que esto lo conoce al dedillo Javier Velásquez, quien anteriormente fuera gerente general de Unidos Mayoreo durante mucho tiempo, y cuando se retiró, decidió seguir en lo propio, pero en lo que más conocía: el sector ferretero.

A Velásquez lo encontramos en la Suiza de Turrialba, como propietario de Ferretería Velca, un negocio con más de 500 m², y que cumple ya cerca de 3 años de mantenerse vigente en la zona.

Sin embargo, Javier posee también otra ferretería, con el mismo nombre, en Cartago, carretera a Paraíso, muy similar en superficie. Y como si fuera poco, y por supuesto, para sacar aún más provecho de sus conocimientos en el negocio, Velásquez también posee Distribuidora Velca, que es una empresa mayorista que atiende buena parte de clientes en la provincia brumosa y otras áreas.

“De verdad, que me ha ido muy bien. Y este negocio es de eso,

de saber mantener el inventario adecuado para la zona de influencia donde se trabaja”, dice Velásquez, quien en La Suiza combina productos ferreteros con ganaderos, de agricultura y otros.

Así vimos por ejemplo, sacos de alimento para ganado, chonetas y sombreros, cinchas y riendas, alimento para pollos, además de pollitos que estaban a la venta... Todo es cuestión de creatividad y de estudiar bien las necesidades, gustos y preferencias de los clientes, tal y como nos lo hizo ver este ferretero.

Javier dice que la experiencia acumulada ha sido vital y que estar en el doble negocio: como ferretero y mayorista, le ha permitido entender bien a los compradores.

“Ya uno sabe qué es lo que se vende y qué no, con qué marcas se puede ser exitoso, cuáles son las que brindan más respaldo, con cuáles productos se puede trabajar realmente”, asegura.

Diferente sabor

Y bueno, también añade que hay un sabor diferente cuando se trabaja en lo propio. “Uno sabe que cualquier cosa que se haga establece diferencia positiva o negativa, por eso hay que tener

especial cuidado”.

Precisamente, la experiencia acumulada como gerente mayorista, le permitió establecer algunos contactos importantes con casas proveedoras que aún mantiene, y que ha incorporado productos a sus dos ferreterías.

“Aunque pudieran parecer negocios similares, hay que manejarlos muy distintos porque las necesidades de los mercados no son iguales, pero siento que a base de servicio nos hemos ido ganando la confianza de los compradores”.

Para él promover estrategias en el punto de venta es importante, por eso no fue extraño que el día que llegamos, viernes, estaba iniciando su primera feria, con algunas rifas especiales y en la que planeaba como cierre tener una exhibición de caballos trotadores y varios premios.

“Hay que buscar lo que más le atraiga a los clientes si se quiere generar tránsito en el negocio. Muchos clientes llegan con una necesidad específica, pero otros saben lo que quieren hasta que lo ven exhibido y para eso requieren ingresar a la ferretería”, dice Velásquez.

Javier sabe que mantener lo más activo posible el negocio no solo atrae clientes sino también es

En La Suiza de Turrialba, Javier Velásquez (derecha) posee uno de sus negocios: Ferretería Velca, en la que dice que el éxito radica en la variedad de inventario. “Tenemos productos hasta para los clientes de sectores como el ganadero y agrícola”. Lo acompaña Jorge y Sofía Sánchez, Administradores



una estrategia para enfrentar la competencia, que sea como sea, “roba” compradores. Y es que muy cerca de ahí está Ferretería El Sembrador y El Colono de La Suiza, y si uno llega desde Turrialba, se topa de primero con esos negocios.

“Un mercado siempre presenta oportunidades de mejora continua, incluso la competencia es para eso”.

En ambas ferreterías, ingresan a diario un promedio de 150 compradores.



“Siento que vamos por buen camino y que hemos hecho bien las cosas. Estar en los dos lados de la acera, me permite visualizar mejor ambas áreas, y trato de aplicar a diario los conocimientos que esto va dejando”, recalca.

Para Velásquez, el negocio cambia todos los días, y muchas veces un pequeño cambio puede hacer la diferencia entre vender más o no. “La experiencia precisamente da eso... Estar atento a los detalles”, dice.



Un negocio muy eléctrico...

PRAI, una empresa experta en automatización y productos eléctricos, ofrece al ferretero innovar en el negocio ofreciendo a los clientes una solución integral al complementar tubería y accesorios con asesoría e instalación.

En escenarios de competencia fiera por doquier, las empresas requieren diversificarse lo más posible y abarcar mercados complementarios.

Esto lo ha entendido al dedillo PRAI, una compañía experta en automatización, y parte del Grupo Giordano & Cía, que está en el país desde 1996.

Allan Salas, Gerente de Ingeniería, dice que PRAI está compuesta por “profesionales en ingeniería eléctrica, electromecánica y electrónica, con experiencia en los sectores industriales, telemetría, telecontrol, automatización de edificios y sistemas de potencia en general”.

En este sentido, PRAI busca competir en el mercado de mantenimiento industrial brindando asesoría, instalación y productos, pero igualmente es un distribuidor de materiales eléctricos para el sector ferretero.

¿Pero cuál es el beneficio para el ferretero, teniendo en cuenta que hay una buena cantidad en el mercado de empresas distribuidoras del materiales eléctricos?

Según Salas, primero solamente se ofrecen productos certificados que cumplan con las normas y regulaciones del Código Eléctrico Nacional, “y como somos expertos en el área de mantenimiento industrial, podemos dar asesoría, recomendar e



Gustavo Saravia, Mario Soto y Allan Salas, afirman que los clientes del sector ferretero pueden encontrar en Prai no solo un distribuidor de materiales y accesorios eléctricos sino una oportunidad de crecer junto a clientes del sector industrial.

instalar a los clientes de los ferreteros para que éstos a su vez participen del negocio”.

PRAI también tiene venta, instalación y mantenimiento de pararrayos sobre todo para la época de lluvias y todo lo que son sistemas de circuito cerrado incluyendo venta e instalación de cámaras de seguridad, sistemas de control de acceso entre otros. “El ferretero puede ser cliente y a la vez distribuidor, y con ello ofrecer un servicio más completo a su mercado de influencia”.

Así por ejemplo, si un ferretero vende a una compañía específica, todos los materiales eléctricos y de ferretería, pero de un pronto a otro esta empresa requiere de arrancadores y variadores de frecuencia, “nos llama, nosotros asesoramos y el

ferretero es quien hace la venta”.

Asesores

Por otro lado, Mario Soto, Gerente de Ventas, agrega que PRAI solo distribuye productos certificados UL y en ese sentido se manejan las mejores marcas del mercado.

Tubería EMT:

Ternium, empresa productora de aceros planos y largos, con centros productivos localizados en Argentina, México, Colombia, Estados Unidos y Guatemala, y es uno de los líderes en el mercado latinoamericano con procesos integrados para la fabricación de acero y derivados.

Accesorios, uniones, conduletas, varillas cooperwell o varillas de puesta a tierra:

Topaz se ha convertido en el mayor fabricante en accesorios y componentes eléctricos independiente en USA con 12 lugares de almacenamiento en todo el país.

Reditek dispone de fábricas y empresas conjuntas en la India, México, Brasil, Colombia, Chile y China. Todas las instalaciones cuentan con procedimientos de control de calidad y certificaciones como ISO-9002, ETL, RETIE, UL y CSA. Artmark Products Corporation se ha convertido en una entidad certificada ISO 9001:2008 con abastecimiento global especializada en componentes industriales de calidad.

Ya en este momento, los productos de la empresa se encuentran en más de 80 ferreterías en todo el país.

Soluciones

PRAI

AUTOMATIZACIÓN Y MANTENIMIENTO INDUSTRIAL



- Sistemas de automatización industrial con PLCs de las marcas más reconocidas en el mercado.
- Suministro de pararrayos, instrumentación y equipo de baja tensión.
- Sistemas de control, visualización y monitoreo tipo SCADA, implementadas con diferentes marcas de acuerdo a la necesidad y preferencia de nuestros clientes.
- Diseño y ensamble de tableros de control industrial, como centros de control de motores, arrancadores, control de iluminación, bancos de capacitores, etc.
- Sistemas de telemetría para control remoto de sistemas, como por ejemplo estaciones de bombeo.
- Instalación, puesta en marcha y servicio de los sistemas que ofrecemos, lo que permite ofrecer soluciones llave en mano.
- Servicios de mantenimiento correctivo y preventivo, así como análisis de calidad de energía, mediciones de tierras y mantenimiento de pararrayos.

Contamos con un grupo de ingenieros y técnicos que nos permiten atender sus necesidades en muy corto tiempo. Además nuestro personal está capacitado en las siguientes soluciones:



Teléfono (506) 2257-4000 www.praicr.com
Correo electrónico: informacion@praicr.com
ventas@praicr.com

Panamá sí tiene BOOM en construcción

Una pequeña franja territorial es la causante de mover la mercancía que se dispersa por toda América, inclusive en otros continentes. Panamá posee una ubicación envidiable, con un canal interoceánico y un “boom” en la construcción, que la hace el destino soñado de todos.

Por Vielka López D. Corresponsal TYT

Ciudad de Panamá.- Desde hace algunos años, son muchas las estructuras arquitectónicas que se disputan un lugar en el horizonte panameño. La ciudad capital registra, actualmente, el mayor crecimiento en el sector de la construcción y esto lo conocen a cabalidad los muchos inversionistas que llegan a suelo istmeño en busca de una mejor oferta habitacional, o aquellos que quieren hacer crecer sus finanzas personales, con la apertura de algún mercado local que supla la demanda de materiales que se utilizan para este tipo de obras.

Recientemente, la Cámara Panameña de la Construcción (CAPAC) realizó el Simposio Empresarial 2013, llamado Pronósticos de Crecimiento Económico donde se trataron diferentes aspectos que tienen

que ver con este tema.

El presidente de CAPAC, Enrique Asensio, manifestó que este gremio constructor promueve y organiza anualmente una serie de eventos de carácter cultural, tecnológicos, industriales, económicos y financieros, con el propósito de incursionar y compartir con los sectores productivos del país, el conocimiento y actualización de temas relevantes en distintas áreas de la economía en general, de la industria de la construcción y de otras disciplinas que motiven el interés de los participantes.

Indicó que tanto los temas a tratarse como la selección de los expositores, se realizó procurando contar con profesionales altamente calificados, que trasladarán a los partícipes sus conocimientos y experiencias en materias de verdadera relevancia para





Los inversionistas y promotores de viviendas ofrecen una amplia variedad de ofertas en residencias, apartamentos de playas, casas de campo o montañas, así como apartamentos en edificios de más de 15 pisos y modernos en el área metropolitana.

el desarrollo nacional.

Esta además decir que el sector inmobiliario panameño atraviesa por una muy buena temporada en cuanto a la realización de proyectos residenciales, específicamente dirigidos al mercado extranjero. Los inversionistas y promotores de viviendas ofrecen una amplia variedad de ofertas en residencias, apartamentos de playas, casas de campo o montañas, así como apartamentos en edificios de más de 15 pisos y modernos en el área metropolitana. Toda esta oferta no tiene limitaciones para ningún interesado. Nacionales, residentes o extranjeros, pueden hacerse de una vivienda en cualquier rincón del país.

Movimiento positivo

Este encaje de piezas en la economía de Latinoamérica tiene repercusiones positivas para los grandes y pequeños inversionistas panameños que buscan hacerse un lugar en el mercado de los negocios.

La población panameña de poco más de 3,5 millones de habitantes, refleja varias clasificaciones de crecimiento y desarrollo de América Latina, y se mantiene en primer lugar en posición de Centroamérica con el índice de desarrollo humano, y entre los primeros de América Latina.

Esto no es más que el ímpetu que le imprime el panameño para hacer crecer su pequeña inversión de negocios, una ventaja que se puede ver beneficiada por la posición geográfica privilegiada. Aquí, todas las empresas por

pequeñas que parezcan pueden tener grandes sumas de ganancias mensuales, trimestrales, semestrales o anuales.

Para Xiu Chong, de descendencia asiática y dueño de un negocio local panameño, en este caso una pequeña ferretería, su decisión de abrir este tipo de negocio resultó todo lo que esperaba.

“Hice varios intentos con otros tipos de comercios y aunque no resultaron mal o no me generaron pérdidas, no tenía los resultados favorecedores que me había proyectado, entonces fue cuando tomé la decisión de hacerme un nombre como ferretero”, agregó el comerciante.

Tiendas departamentales

Aunque Panamá cuenta con un sinnúmero de tiendas departamentales que venden desde un diminuto tornillo hasta tuercas, materiales de construcción, artículos para el hogar, oficina y demás, los pequeños comercios tienen la ventaja de estar ubicados cerca de las zonas residenciales o vías donde el tráfico es continuo, lo que los ubica como la primera alternativa a la hora de resolver esos pequeños inconvenientes que surgen en todo hogar.

“Quizás muchos piensen que no podemos competir con negocios grandes, y es cierto, sería una locura tratar de hacer algo al respecto, pero la estrategia está en atraer al cliente y darle lo que pida... si el cliente está feliz, es muy probable que regrese y hasta que nos refiera a otras

personas, y es ahí donde radica todo”, mencionó Chong.

En su local se puede encontrar de todo un poco y aunque tiene algunas desventajas en relación a las grandes tiendas, como por ejemplo, tiene un pequeño aire acondicionado, solo ofrece algunos estacionamientos para sus clientes y solo cuenta con una persona para atender al público, su negocio sigue creciendo.

“Recuerdo cuando empecé todo esto, solo vendía clavos, tornillos, tuercas, alambres y claro, todas las herramientas: desde las manuales hasta las eléctricas que pudiera tener aquí (refiriéndose a su local comercial), también tenía algunos materiales como luces, destornilladores y otros. Ahora estoy pensando en abrir otra sucursal en el interior del país que también crece a un ritmo acelerado”.

Así como este ferretero existen muchos más a lo largo ancho de la franja territorial que divide ambos mares, el Pacífico y Atlántico, y que luchan día a día con llevar el sustento diario a sus hogares y manteniendo una cartera de clientes fijos para poder salir adelante.

Panamá se mueve al ritmo de una economía dolarizada y diversificada, que tiene como base un pujante sector de servicios, mercancía de todo tipo gracias al Canal de Panamá, mantiene un auge turístico en sus nueve provincias y comarcas que no se afecta por los cambios propios de la economía interna o externa.

¿Cómo eligen los compradores a sus proveedores?

Las empresas en sus áreas de mantenimiento, deben tener al día todas las herramientas, insumos y materiales, para no causar atrasos en el proceso de producción. Varios grandes compradores de herramientas, por ejemplo, detallan cómo los proveedores se pueden convertir en sus aliados.

No cabe duda de que las áreas de mantenimiento de cualquier empresa no solo deben estar al día ante cualquier contingencia, sino que deben tener todo a la mano para que la producción no se vea frenada.

Así por ejemplo, los departamentos de mantenimiento son los encargados de que no falte un bombillo, hacer instalaciones eléctricas, tener herramientas manuales y eléctricas a la mano, y todos los insumos necesarios para que los procesos productivos no fallen.

En TYT, conversamos con algunos gerentes de compras para el área de mantenimiento de varias empresas, sobre los procesos que siguen a la hora de elegir un proveedor, así como si el factor precio es preponderante a la hora de comprar.

Waldo Solano, Gerente de Compras de Bridgestone, asegura que a la hora de elegir un proveedor por ejemplo, de herramientas manuales o eléctricas, maquinaria en general, iluminación entre otros, “primero que todo consideramos la experiencia de la casa representante o del proveedor de este tipo de herramienta o equipo, su disponibilidad de repuestos y su

departamento de reparaciones y servicio al cliente, es decir, no tendría sentido contratar la mejor marca si esta no mantiene en el país un adecuado lote de repuestos para atender las necesidades de mantenimiento”.

“A la vez, es importante la tradición de la marca en el mercado y la garantía que brinden directamente y a través del vendedor en el país”.

Por su parte, Allan Sime, Director Comercial de Purdy Motor Costa Rica, dice que al estar en la industria automotriz, “valoramos diferentes aspectos, pero sobre todo creemos y apoyamos los proveedores nacionales y consideramos la relación entre precio y calidad, ubicación física del proveedor, plazos de pago, servicio al cliente, garantía, respaldo, reputación y la capacidad para surtir los pedidos requeridos”, dice Sime.

Manuel Scavarda, Gerente de Supply Chain de Kimberly-Clark, es puntual al indicar que “nosotros evaluamos la característica del servicio o producto que nos ofrece, por ejemplo la calidad, cantidad y precio, así como bonificaciones y descuentos, información y asesoramiento durante el proceso y la post-venta, además de las condicio-



Luis Vargas, del Área de Compras de Casa Blanca, fundamenta que en la elección de un proveedor el precio tiene su peso, pero no es el único factor a considerar, “pues nos gusta tener relaciones duraderas”.

nes y facilidades de pago”, advierte Scavarda.

Valor

Sobre lo que más se valora a la hora de elegir un proveedor, por ejemplo, Luis Vargas, del Área de Compras de Casa Blanca, es

sumamente riguroso y asegura que “nos gusta trabajar con gente bien seria y que nos ofrezca respaldo en todo lo que le compramos”.

En este sentido, Solano dice que para ellos es indispensable el cumplimiento de las condiciones

de venta acordadas y señala como puntos clave: tiempo de entrega, respaldo de garantía, atención y servicio.

Cumplimiento pareciera ser una palabra mágica en esta área de las empresas, pues Sime agrega que este es un factor sumamente crítico y debe ir de la mano con la ética, seriedad y reputación.

¿Precio y calidad?

Cuando se trata de comprar y adquirir productos ferreteros, ¿será determinante el precio? Para Luis Vargas, este factor tiene un peso alto, pero “además no sería el factor principal si la empresa oferente no ofrece respaldo, porque nos gusta tener relaciones duraderas con los proveedores”, afirma.

El Gerente de Bridgestone dice que en orden de importancia, “podemos definir la calidad, la entrega oportuna y el precio del bien como nuestras guías a la hora de comprar”, asegura Solano.

Scarvada de Kimberly-Clark piensa que si bien el precio es un aspecto determinante en la selección de un proveedor, “no es el único que consideramos en la empresa, pues es vital el tiempo de entrega, la calidad y cumplimiento de requisitos técnicos, así como el desempeño del proveedor”, porque de esto depende que la empresa cumpla con su objetivo de lograr la satisfacción de sus clientes.

Como vemos estos empresarios son extremadamente rigurosos a la hora de entablar relaciones de negocios con proveedores, y es que claro, aunque son grandes compradores, llevan sobre sus espaldas la responsabilidad de un área de mantenimiento que no permite errores. Imaginemos lo que podría significar por un momento, apagar una máquina simplemente porque en ese momento no se cuenta con un taladro atornillador o una llave allen... O dejar de exhibir las últimas pantallas porque el proveedor de soportes no hizo su entrega a tiempo...



Allan Sime, Director Comercial de Purdy Motor Costa Rica, dice que para ellos el factor precio es menos determinante a la hora de comprar y que únicamente es definitorio para compras que tienen un “impacto nulo en la calidad del producto o servicio que estamos ofreciendo”



Waldo Solano, Gerente de Compras de Bridgestone dice que en la compañía son fundamentales por parte del proveedor, el apego a las buenas prácticas de negocios, entre ellas el cumplimiento de condiciones de venta acordadas.



Para Manuel Scarvada, Gerente de Supply Chain de Kimberly-Clark, un proveedor debe garantizar sus productos, pues no pueden darse el lujo de que su proceso de producción falle por la falta de una herramienta de reparación.



Karen Rodríguez, Gerente de Ventas

Ferretería El Petencito

Pasión: la atención al público y desarrollarse todos los días en el conocimiento de los productos.

Un consejo: buscar productos en primer instancia a nivel local, y después desarrollar alianzas comerciales a nivel internacional.

Karen Rodríguez, Gerente de Ventas de El Petencito de Guatemala, una empresa que está en el canal de distribución ferretera y venta al detalle, dice que las mujeres han demostrado que pueden abrirse paso en el mercado ferretero y con muy buen suceso.

Guatemala. Desde hace unos años, esta costumbre ha cambiado paulatinamente, donde las mujeres han ganado terreno en diversos campos, como la ferretería, actividad que en muchos casos se desarrolla en empresas familiares. Hoy, es frecuente encontrar mujeres que asesoren en el uso de herramientas, tipos de pinturas o la instalaciones de accesorios.

Karen Rodríguez, es Gerente de Ventas, de la Distribuidora El Petencito, quien nos cuenta su experiencia personal en el ámbito ferretero de Guatemala.

La historia que la llevó a hacer carrera en el negocio ferretero es muy peculiar, y dice que desde que se metió en esto, se despertó su pasión, tanto que ama lo que hace, y todos los días es una oportunidad para aprender algo diferente y que es esto lo que mantiene su motivación al tope.

La fundadora de esta empresa, Lucrecia Rodríguez, es hija de un español que vino al país a trabajar en una ferretería, de ahí ella

Karen saca la cara por El Petencito

Por Fredy Gálvez/Mynor Martínez

La economía más grande de Centroamérica, se ha caracterizado por contar con un sistema de vida conservador y “machista”, y como en muchos otros ámbitos, el papel de la mujer había estado relegado a ciertos trabajos, en los que no figuraba la construcción o las actividades ferreteras.

heredó la experiencia en el negocio, y hace 15 años, inició con la Ferretería El Petencito.

Inicialmente era una ferretería pequeña, y posteriormente se convirtió en distribuidora al mayoreo. El nombre se inspira en el Lago Petencito, que rodea la Isla de Flores, cercano al Parque Arqueológico de Tikal, en Petén.

- ¿Considera que el mundo ferretero en Guatemala tiene mayor y mejor participación de mujeres?

- Las mujeres hemos ido avanzando en este negocio. Mi experiencia personal, es que fui la primera mujer vendedora en esta empresa, que salió a ofrecer nuestros productos a minoristas. Uno se encuentra con mucho machismo, los varones piensan que nosotros no sabemos de los productos. Como me gusta el negocio ferretero, de vendedora y ascendí a supervisora y ahora me desempeño como Gerente de Ventas.

“De las ferreterías, que conozco, alrededor de un 50% las atien-

den las mujeres, o las encontramos como gerentes y dueñas, nosotros también podemos hacer todo lo que hacen los hombres en el ámbito ferretero, sin tener nada contra ellos, involucrándonos de igual a igual”, dice Rodríguez.

- ¿Cómo se diferencia Ferretería Petencito entre los demás competidores ferreteros?

- Una relación continua, amigable con los clientes, que en estos 15 años se han logrado forjar con mucho esfuerzo y trabajo.

- ¿Como empresaria ferretera cuáles estrategias realiza todos los días para vender más?

- A nuestros vendedores los incentivamos con premios; también nuestra relación con los clientes es muy amigable; la mayoría de nuestros asesores comerciales tienen más de 10 años de experiencia. También, impulsamos ofertas, promociones para motivar a los clientes.

“Gracias a la crisis económica mundial, el ambiente ferretero se ha visto afectado, y las prioridades de los clientes se refleja en su nivel de compra, a pesar de ello, nosotros hemos mantenido un nivel de ventas ascendente, debido al buen servicio que ofrecemos”.

- ¿A quiénes describiría como sus tres mejores proveedores y por qué?

- Tenemos varios proveedores, los principales están acá mismo en Guatemala, que nos fabrican lo que les demandamos. Dentro de esos productos, con acreedores locales, los que destacaría son los de productos como reposaderas, válvulas (bronce y aluminio), plomos, rodos para portón, productos de hojalatería.

- ¿Por qué un cliente visita Ferretería Petencito antes que visitar otra ferretería de la competencia?

- Por el servicio que les damos, por los precios que les ofrecemos y por la amistad, así nos

conocen desde hace años. Lo principal es la calidad del servicio que les brindamos.

- ¿Considera importante asistir a ferias nacionales e internacionales para conocer productos?

- Considero que es importante, sobre todo para nosotros que estamos en el doble negocio de ser ferreteros y mayoristas al mismo tiempo.

- ¿Cuál es su invitación a las mujeres que se desempeñan como agentes de negocios en el campo ferretero? ¿Alguna clave que desde su experiencia desea reiterarles?

- Nosotras podemos. Como muchas somos madres, es nuestro motivo principal que nuestros hijos y esposos, se sientan orgullosos de nosotras. Todo lo que nos proponamos lo podemos lograr, no somos menos ni más que nadie. Deseo que muchas mujeres emprendan y “le pongan ganas a la vida”.

¿Cómo llegar al 70% del mercado?

Por Fredy Gálvez/Mynor Martínez

La empresa Herramientas Poderosas, HP; se ubica entre los grandes proveedores de Guatemala, quienes cuentan con diversas representaciones de marcas como Truper y una variedad de líneas de productos, que distribuye a más de 2500 minoristas ferreteros en toda Guatemala.

Guatemala.- Francisco Flores, Gerente de Proyectos de HP, como muchos en el ambiente ferretero nacional, vienen de familias que tradicionalmente han estado en el negocio, lo que le ha permitido ganarse un lugar en el mundo de las herramientas y accesorios. Nos acompañó para esta entrevista José Luis Monzón, Gerente de Ventas, quienes nos brindaron datos de su participación en el mercado ferretero guatemalteco.

¿Cuáles son los elementos que diferencian su servicio en comparación a otros distribuidores?

- En una palabra: la asesoría. Le enseñamos al cliente que no solamente le vendemos, sino que llegamos a asesorarle. Fuimos los primeros en hacer pedidos que le llegaran al cliente "puestos hasta la puerta de su negocio". "Fuimos los primeros en demostrarle al cliente que no es necesario comprar volumen para tener los mejores precios. Fue una labor difícil, somos un distribuidor que le asesora, y no solamente le vende",

dice Flores.

Los ferreteros le han dado un lugar en el mercado ¿Por qué?

- Innovamos el servicio de distribución de las herramientas. Desde hace trece años, somos distribuidores de "Powerful Tools" (Herramientas poderosas), una de las herramientas que ofrece una relación exitosa con respecto a su precio-calidad. Desde hace 10 años, tenemos contrato de exclusividad con Truper, somos sus distribuidores a nivel nacional.

"Ese lugar que nos otorgan los ferreteros lo evidenciamos en la localización "premium" de nuestras marcas en las estanterías y locales, es un acomodo muy efectivo, y de esta manera el ferretero permanentemente nos está dando las gracias, porque sabe que cuenta con nosotros en cualquier momento. Como clientes tenemos un porcentaje mayoritario entre las ferreterías del país, alrededor de un 70% del mercado. Estamos creciendo constantemente".

¿Cuál es la base de su propuesta de negocio: precio o la innovación de productos?

- El precio es relativo. Al final, al usuario lo que le interesa es una herramienta "que le saque del apuro que tiene". Por ejemplo, un barreno que el cliente encuentra a un precio de US\$10 y el que nosotros vendemos, posiblemente sea lo mismo con un precio US\$20, pero con el nuestro contará con la capacidad para uso industrial, por lo que tendrá mayor duración.

"Así es como les mostramos como la utilidad y aplicación de la herramienta le resolverá su necesidad. No es el mismo barreno para todos los clientes. Hay que asesorarle para que elija la herramienta que resolverá de mejor manera su necesidad doméstica, laboral o industrial".

¿Cómo se compete en un mercado donde hay otras distribuidoras?

- Innovamos el servicio de distribución. Una visita a la semana al cliente. Es nuestro compromiso. Todos los distribuidores de

Truper saben que el compromiso de nosotros es la entrega en 24 horas como máximo, en cualquier parte de la República.

"Tenemos un compromiso por el respeto de las políticas de precio. En todo el país, aplicamos la misma estrategia de distribución en los 23 departamentos de Guatemala. Lo anterior, sumado a la constancia, y la certeza de que vamos a estar ahí. No hay un mínimo de compra, y contamos con facilidades crediticias y políticas claras de compra y venta. Contamos con un catálogo mayor a los 5,000 productos, con certeza de garantía, respaldo de una marca, que no les dejará con "un mal sabor".

¿El secreto?

- La honestidad en la política. En lugar de preocuparnos por la competencia, nos preocupa la incompetencia que en algún momento nosotros podamos tener, tratamos de que nuestro distribuidor quede contento con nosotros. En Guatemala, hay distribuidores muy buenos en todo lugar, llevan años en el mercado.

¿El mercado guatemalteco: es difícil o más bien fácil?

- Por el tema de globalización los mercados cada vez se parecen más, obviamente varían mucho en tamaño, pero ello ha provocado que el mercado de las herramientas haya crecido en disponibilidad de soluciones y variedad de productos; máquinas que antes no contaban con tanta variedad, hoy pueden encontrarse en distintos modelos y distintas opciones para el usuario. “En Guatemala tristemente no existe regulación sana para la importación y distribución de herramientas”.

“Con las políticas internas procuramos ser un distribuidor, tal vez no el modelo, pero sí exitoso, tanto en herramienta manual, como eléctrica, el usuario final tiene marcas muy arraigadas en el mercado guatemalteco. Eso nos ayuda a crecer en el mercado local y a mantenernos, siempre con base a la innovación en la atención que damos al intermediario.

José Luis Monzón de HP, son distribuidor de Truper en Guatemala, dice que la herramienta tiene mucha aceptación en el país, y ya están en el 70% del mercado. Aquí comparte con Sergio González, de Truper México.



Amutio, una ferretería en todas...



Ricardo Torres, Administrador y Comprador de Ferretería Amutio, asegura que si el cliente encuentra una muy buena asesoría y especialización, el precio podría pasar a segundo plano.

Guadalajara, México.- Cuando llegamos al local, Ricardo Torres nos atendió y cuando le preguntamos cómo se diferenciaban de otros negocios ferreteros, a manera de ejemplo nos señaló una gattonera...

¡Sí! Era una especie de trampa de cedazo, con una serie de "artilugios" que se usaba especialmente, para atrapar gatos, zarigüeyas,

mapaches y cualquier otra especie menor de ese tamaño.

"Tienen una gran demanda, sobre todo en lugares donde hay sobre población de estos animales. Un gato callejero puede ser muy molesto, sobre todo por las noches y ni que se diga de las zarigüeyas que les gusta tener su madriguera en las casas", indicó Torres.

Ya en el tema del negocio, Torres

dice que uno de los fuertes de la ferretería, es la exhibición. "Aquí hay una gran acera que tratamos de aprovechar hasta donde sea posible, pero siempre y cuando que los productos no estorben el libre tránsito de los clientes", indica. Igualmente, como punto fuerte señala que las ferreterías deben de tener un grado de especialización, para que el cliente las

vaya reconociendo como tal, y así, posteriormente, los otros productos funcionan como ganchos. "Nosotros nos especializamos en la parte eléctrica, ya el cliente sabe que cuando piensa en electricidad, debe hacerlo con nosotros, y en su mente también sabe que puede encontrar otros productos".

4 décadas

Amutio tiene 41 años de existencia en México, y ya Torres posee una experiencia de más de 20 años de trabajar para el grupo como comprador y administrador.

“La empresa busca tener ventaja con las compras en volumen, y nosotros lo que hacemos es recomendar, ya que estamos en constante retroalimentación con el cliente y sabemos qué es lo que busca”, dice Torres.

Afirma que siempre se aprende mucho, pero “son los clientes de los que más se aprende. Ellos son los que buscan los productos y muchos, ya hasta traen la información, y sino tenemos un artículo, nos obligan a tenerlo”, agrega Torres.

Amutio posee 20 tiendas en todo México, y Torres dice que esta de Guadalajara, con cerca de 200 metros de superficie es una de las más pequeñas del grupo.

“Hay mucha competencia en el país porque hay mucho ferretero. Además de la exhibición, nosotros siempre hacemos promociones y repartimos volantes. En eso se basa nuestra propuesta para atraer clientes”.

Dice que el comprador mexicano es muy exigente, y que su primer factor de decisión es el precio.

“Él sabe que las ferreterías vendemos productos muy similares, y los que tienen más tiempo siempre buscan la alternativa menos cara. Hay que ser muy agresivo si uno quiere ser un competidor fuerte”, recalca Torres.

Todos los días atienden un promedio de 200 clientes. “Cuando un cliente busca precio, hay que



ser muy claro, y darle toda la descripción y características de los productos que busca, y cuando se dan cuenta que uno los está asesorando, se puede lograr que compren, pues reconocen la asesoría como un respaldo”.

Dice que es por esta razón que buscaron mantener un grado de especialización, precisamente para que el cliente no los viera como una ferretería común y corriente, sino como una alternativa única en un área específica, y en este caso la eléctrica.

La puntualidad dice que es otro factor al que atribuye el éxito. “Abrimos a las 8 de la mañana, y a veces cuando podemos lo hacemos desde antes, pues sabemos que hay clientes que pasan aquí antes de ir a sus tra-



Ricardo Torres, Administrador y Comprador de Ferretería Amutio, asegura que si el cliente encuentra una muy buena asesoría y especialización, el precio podría pasar a segundo plano.

bajos”, sostiene. Pero también apunta que si “ya es la hora de cerrar, esperamos a que no haya un solo comprador, pues es muy negativo para el negocio que el cliente observe que ya estamos cerrando, pues se podría sentir presionado y

apurado, lo que podría significar que perdamos una venta”. Ricardo Torres dice que no hay como la ferretería... “Es el lugar donde más aprendes y donde más ayudas a las personas en sus proyectos”.



¡Yo también voy a **expo**

¡Y ya tengo mi Entrada!

Adquiera su entrada en www.expoferretera.com

o llámenos al Tel.: (506)4001-6738

(Precio de la Entrada en el evento \$7)

FERRETERA!

su herramienta de negocios

30, 31 Mayo y 1 de Junio, 2014

Centro Eventos Pedregal • Costa Rica

Más de 100 empresas exponiendo productos y servicios para ferreterías y construcción

Expositores

Expositores confirmados
al 28 de Noviembre, 2013



Expositores Nuevos



Delegación
de China



Delegación
de España



Servicio de transporte Reserve su espacio Tel: (506) 4004-6736

Reserve su stand:

Braulio Chavarría, Asesor Comercial • Tel.: (506) 7014-3611.

Más información: (506) 4001-6738

Horario: Viernes y Sábado de 11am a 8pm y • Domingo de 11am a 6pm

www.expoferretera.com

Organiza:



/Expoferretera Costa Rica

Aumenta la oferta de novedades en Expoferretera

Gines Electric quiere cautivar el mercado ferretero con una oferta de calentadores libres de corrosión, de ahorro energético y con 90 días de satisfacción.

Y si de otras novedades se trata, la empresa Gines Electric, que se alista para participar por segunda vez en la feria, lo hará, además de otros productos con sus calentadores alemanes.

Andrés Artavia, Gerente General dice que tienen mucha expectativa para esta edición, y precisamente se han preparado para presentar al mercado sus nuevos calentadores a gas y eléctricos, y destaca que son de última generación.

“Precisamente, vienen con una tecnología que los diferencia del resto del mercado. Usualmente,

otros calentadores el agua les crea una corrosión que después le cae a los usuarios en el baño, y con los nuestros esto no sucede porque precisamente su tecnología es de 0 corrosión”, cuenta Artavia.

Estos equipos son de marca Gines y son de tecnología alemana y también tienen la ventaja de “ser ahorradores de energía, lo que los hace mucho más diferenciados”.

Argumenta que esperan poder mostrarlos a los ferreteros en la feria y que aprovechen para distribuirlos en sus negocios.

“En estos calentadores también

otorgamos 90 de satisfacción, que trasladamos al ferretero, lo que quiere decir que si un cliente lo adquiere, lo prueba, pero no le gustó, lo empaca y nos lo devuelve, le retornamos su dinero sin

hacer preguntas”, recalca.

Artavia igualmente, rescata otras ventajas como el precio que van a tener en Expoferretera y por eso desde ya invita a los ferreteros a visitar su stand.



Primer incursión

Cuando Creaciones Prácticas (CreaPrac), empresa mexicana, especialista en acabados para construcción, se enteró de Expoferretera, no lo pensó dos veces para aprovechar la oportunidad de incursionar en el mercado de la región.

Así nos lo hizo saber Hilda Moreno y Gabriel Pineda, quienes contactaron la feria para venir a exponer sus productos.

Ellos cuentan con variedad de

productos, pero darán especial prioridad a los pisos y azulejos adhesivos.

Sin embargo poseen una oferta más amplia en la que destacan cenefas para resaltar el azulejo, productos para el manejo de cables, mosaicos de vidrio para decorar espejos para baño, vidrioblocks para aislar espacios. La empresa cuenta con una fabrica con 5 líneas de extrusión de plástico.



PRODUCTOS FERRETEROS



Nueva puerta plegable de bambú. Cuenta con un diseño elegante para cualquier ambiente del hogar. Se puede utilizar como puertas para alacenas, closets y separar ambientes. Disponible en cuatro colores

Distribuye:
Hoggan Internacional
Tel.: (506) 2244-5880



Disco diamantado para afilado de sierras y cintas sin fin para corte de madera y fresas para madera.



Disco de fibra cerámica de una alta rotación de esmerilado, con una vida útil superior a un disco de esmerilar convencional.



Variedad de discos Norton para distintas aplicaciones.

Distribuye: Tornillos La Uruca • Tel.: (506) 2256-5212



Martillo de 28 onzas, con punta diamantada. Marca DeWalt.



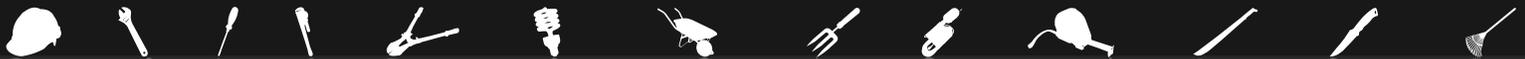
Llave de "16, de cola ajustable. Mayor ajuste a los dientes y engranaje de tornillo sin fin. Ayuda a evitar marcas. Mango amplio de acero. Marcas grabadas con láser en SAE y MM para obtener ajustes precisos.

Distribuye: DeWalt Guatemala
Tel.: (502) 502 2331-5020
(Estos productos fueron lanzados en la feria de Guatemala, Ferretetexpo)

Sección patrocinada por:



FUERZA EN SU TRABAJO





Ellas son muy ferreteras...

Tucurrique, Costa Rica.- El día que llegamos hasta su negocio, allá por las tierras que llaman las del pejibaye, Evelyn Fernández habría de recordar cuando hace más de 28 años, en un día de abril, vendió su primer saco de cemento por tan solo ₡210 y dice firmemente que gracias al empuje empresarial de su padre Gilberto Araya (q.d.d.g) se convirtió en ferre-

tera, al punto que dice que “por mis venas corren clavos, martillos y serruchos”.

Se dice una enamorada de la ferretería y junto con su hermana María del Milagro, quien se le unió tiempo después como su socia, tratan todos los días de entender y ayudar a los clientes. “Papá nos enseñó lo del famoso cuaderno. Si alguien viene y pregunta por algo que no tene-

mos hay que apuntarlo y empezar a investigar para determinar qué proveedor lo tiene y conseguirlo”.

En Tucurrique de Cartago, diríamos algo así como en medio de la provincia brumosa y la campiña turrialbeña, no parece tener competencia cercana, sin embargo, refuta esto al decir que “mi competencia está en toda parte, pero mi norte es

mejorar todos los días”, dice Evelyn.

Quisimos saber qué parte de la gestión del negocio la cautivaba más, aseguró que “me encanta atender, pero lo que más me gusta es atender hombres...”. Bueno, ¿pero eso por qué? –fue nuestra pregunta inmediata- “mi pasión es venderle a los hombres, es mucho más ágil la venta y no son tan delicados,

Eso de tener la empresa en Facebook para interactuar con sus clientes, tener un sitio web para cotizar en línea, forman una pequeña dosis en la estrategia de la Ferretería Tucurrique, y que según sus propietarias les ha traído más ventas y proyectar el negocio más allá de su zona de influencia.

Evelyn Araya tiene 28 años de ser ferretera y ya posee dos locales de 400 m2 cada uno. Asegura que le encanta atender a los hombres porque siempre van al grano y toman decisiones rápidamente.



como a veces pueden ser las mujeres. Cuando se trata de comprar, ellos van al grano”.

Dice que desde los 15 años, cuando Tucurrique tenía calles de piedra, su papá salía todas las semanas a vender al Mercado Borbón, y existiendo ya Almacenes Unidos, se le ocurrió que en su pueblo no había quien vendiera clavos ni martillos y se le ocurrió instalar una pequeña tienda.

“En ese entonces, éramos 6 hermanos, pero él dijo, quiero a Evelyn en la ferretería y me tocó limpiar y hasta sacudir hasta las varillas de 3/8”, relata.

Insistentes

Precisamente, junto a su hermana, y por la misma retroalimentación que siempre han considerado clave con los clientes, decidieron abrir, al frente, otro negocio, tipo bazar, donde los compradores también encontrarán otras cosas que ellos mismos pedían, en algu-

nos casos, hasta con insistencia.

Para quienes ya a estas alturas, al igual que nosotros, se pueden estar preguntando, si tener dos negocios en esta zona es rentable, Araya responde con franqueza y dice que “ya con 28 años de experiencia, uno llega a saber lo que sí se vende y lo que no...”.

¿Y en qué se diferencia su negocio a los del resto? –“Aparte de que es una ferretería dirigida por mujeres, y femeninas que saben de lo que hablan, también buscamos que el cliente encuentre de todo”.

Dice, con propiedad, conocer de temas como revoluciones por minuto, pasta salvavidas para fajas, repuestos para bombas carpi, entre otros temas ferreteros.

Como empresaria cree mucho en la tecnología como herramienta para desarrollar y promocionar una empresa más allá de mercado de influencia, por

eso no dudó en tener sitio web para su ferretería y hasta su perfil en Facebook para comunicarse con sus clientes, donde publica fotos de productos nuevos y promociones.

“Tenemos cotizaciones y pedidos en línea. Esto nos ha permitido que seamos más conocidos y mercadearnos más en el mercado”, agrega.

Agrega que desde los tiempos de su padre, mantiene clientela muy fiel con créditos heredados, pues con el paso de las generaciones aún sigue financiando algunos compradores.

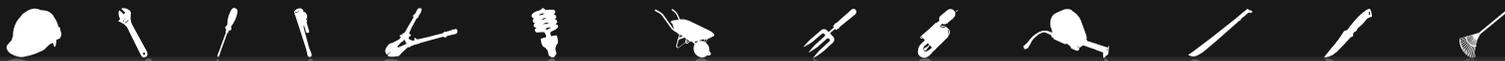
“La mejor estrategia para tener compradores fieles es con publicidad de boca a boca. Si le digo a un cliente que sus materiales le llegan mañana, trato de entregarlos antes, y así se ha corrido la voz. Para un cliente fiel, el precio es importante, pero no lo es todo”.

Se declara exigente con los proveedores, pero “es que tengo que chinear a mis clientes”.

Sección patrocinada por:



FUERZA EN SU TRABAJO



LISTA DE ANUNCIANTES

Empresa	Contacto	Cargo	Teléfono	Fax	E-mail
Importaciones Vega	Rafael Vargas	Gerente General	(506) 2494-4600	(506) 2444-8351	rvargas@importacionesvega.com
Capris	Peter Ossenbach Kröschel	Gerente General	(506) 2519-5000	(506) 2520-1579	peter.ossenbach@capris.co.cr
INTACO	Roger Jimenez	Gerente Comercial	(506) 2211-1717	(506) 2222-4785	roger.jimenez@intaco.com
Lanco Harris	Ignacio Osante	Gerente General	(506) 2438-2257	(506) 2438-2162	lancoyharris@racsa.co.cr
Hoggan	Lesly Sancho	Mercadeo	(506) 2244-5880	(506) 2244-3370	i.sancho@hogganint.com
Imacasa	Andrés Zamora	Gerente General	(506) 2293-2780	(506) 2293-4673	azamora@imacasa.com
Sur	Arturo Tello	Gerente Ventas	(506) 2211-3741		a.tello.s@gruposur.com
Kativo	Adriana Brenes	Gerente de Mercadeo	(506) 2518-7300	ND	adriana.brenes@pintuco.com
Pinturas Alfa	Vianey Molina	Gerente de Ventas	(506) 2448-8155	2448-5119	vianey.molina@pinturasalfa.com
PRAI	Gustavo Saravia	Gerente General	(506) 2257-4000		gustavo.saravia.s@praicr.com
Coflex	Mariano de la Torre	Director de Ventas Colombia, Centroamérica y el Caribe	(52) (55) 5523-8014	N.D	mdelatorre@coflex.com.mx



PINTURAS ALFA
PRESENTA SU
NUEVA LÍNEA DE
ACABADOS PARA
EMBELLECIMIENTO.

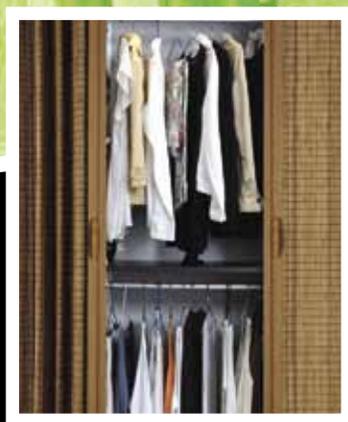


¡Elija el color que siempre soñó!

TEL.: (506) 2448-8155 / info@pinturasalfa.com / www.pinturasalfa.com  

BAMBOO DOOR

PUERTA PLEGABLE DE BAMBÚ



NUEVA
PUERTA PLEGABLE

MEDIDAS

90 CM ANCHO X 210 CM ALTO

120 CM ANCHO X 220 CM ALTO



Natural Line



Cerezo Imperial



Roble Dorado



Expreso



SOLUCIONES PARA LA ORGANIZACIÓN DEL HOGAR

Hoggan Internacional S.A.
Tel: 2244-5880
Fax: 2244-3370
www.hogganint.com

 Hoggan.ClosetyPuertas

Morteros para CONSTRUCCIÓN



- Mortero nivelador de piso
- Morteros para pegado de pisos
- Mortero para repellos (grís y blanco)
- Mortero pega Block
- Mortero de acabado (grís y blanco)
- Mortero de reparación
- Mortero impermeabilizante
- Mortero para estereofón
- Mortero proyectable
- Mortero para muro seco
- Mortero endurecedor



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



SUR
www.gruposur.com