

# Cambios provocan broncas

El área de herramientas eléctricas está que arde y tira chispas. Cambios con marcas que pasaron a otras manos, y marcas que nunca se pensó que estarían con otros mayoristas, hoy muestran un mercado enredado y revuelto...

p.14

¿Quién dijo que las ferreteras no eran firmes? p.32

¡Más competencia! Otra ferretería Brenes p.30

¿Se debe bajar los inventarios en el cierre fiscal? p.34



f / Revista TYT

Suscribase en:  
[www.tytenlinea.com/digital](http://www.tytenlinea.com/digital)

AGOSTO 2014 año 18 / No. 218

**expo**  
**FERRETERA**  
su herramienta de negocios  
29 al 31 Mayo 2015

**CORREOS**  
DE COSTA RICA  
PORTE PAGADO PORTE PAYÉ PERMISO N° 130



Para repellar  
confíe en Repemax®



EL MORTERO ESTRELLA  
para  
**CAMPEONES**  
de la construcción

El que sabe de morteros es

 **INTACO**

# 3 en 1

SELLA • IMPERMEABILIZA • PINTA



**Detiene 100% el paso del agua**

SE APLICA POR DENTRO

YA NO IMPORTA QUÉ HAY DEL OTRO LADO DE LA PARED



**Los expertos recomiendan Lanco**

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



## PERFIL

32

**Nuria defiende a capa y espada sus 9 empleados. “Cuando tenemos una semana buena, es bueno que lo vean retribuido en el salario, pero si tengo que corregir a alguien, también lo hago. Todos han entendido la filosofía del negocio”.**

### EN CONCRETO

14

#### **Cambios acarrear broncas en herramientas eléctricas**

A nivel general, en el país, se comercializa mensualmente una cifra cercana a \$1,3 millones, en herramientas eléctricas. El mercado está repartido entre varias marcas como DeWalt, Milwaukee, Makita, Bosch, Black & Decker, Metabo, Neo, Hilti, Hitachi, Surtek y otros.

## Perfil

30 También hay un Brenes en San Isidro...

32 Ferretera de roble

34 Cierre fiscal: “terror ferretero”

38 Productos Ferreteros

36 Hicieron su “hogar” en Expoferretera

41 Ferretería de cedros nuevos



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

2857 vistas en la edición digital

PINTURA QUE  
**Protege**  
las paredes  
 DEL SOL Y LA LLUVIA



**EXPERTA EN  
 EXTERIORES**



Bloqueador  
**SOLAR**  
 resistente  
**AL AGUA**



**BARRERA  
 plástica**

**₡19.950 i.v.i.**

Precio de introducción válido hasta el 31 de diciembre, 2014.

**CONTRA LAS INCLEMENCIAS DEL CLIMA.**

Máxima protección, resistencia y durabilidad.

**6000**  
 colores

**ALTO**  
 cubrimiento

**100%**  
 ACRÍLICAS  
 MÁXIMA  
 DURABILIDAD

exterior

**ANTI**  
 hongos

**5**  
 años  
 DURACIÓN

**PINTURA**  
 lavable



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

## Encuentre ejemplares de TYT en nuestros puntos de distribución:

### Presidente

Karl Hempel Nanne  
karl.hempel@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) 4001-6726

### Directora de Arte

Nuria Mesalles

### Diseño y Diagramación

DO2 - Design Outsourcing Solutions S.A.

### Circulación

Andrea Moodie  
andrea@ekaconsultores.com

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](http://www.tytenlinea.com) y complete el formulario, o escribanos a [suscripciones@eka.net](mailto:suscripciones@eka.net) y le enviaremos la revista digital. \*Aplican Restricciones



## En nuestra próxima edición

### Setiembre / TYT 219

#### Especial: Abrasivos

Si los abrasivos representan más del 9% del total de inventario en una ferretería, busque que los suyos sean de los primeros en venta, a través de TYT.

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

#### Especial Losa Sanitaria

Las últimas tendencias y novedades en losa sanitaria, así como las marcas que no pueden faltar en los negocios ferreteros, serán dados a conocer en TYT.

**Cierre comercial: 25 de agosto, 2014**



## Anúnciese en TYT Y esponga en Expoferretera

Braulio Chavarría  
[braulio.chavarria@eka.net](mailto:braulio.chavarria@eka.net)  
Tel.: (506) 4001-6726 • Cel: 7014-3611



Le garantizamos  
**CALIDAD**  
✓ al **MEJOR PRECIO**

**Características (195 CV):**

- Soldadura estática de corriente alterna.
- Regulación corriente por Shunt móvil.
- Portátil y liviana.
- Bajo consumo de corriente.
- Protección IP21.
- Protección contra sobrecargas por termostato.
- Ventilación forzada con ventilador.
- Conectores rápidos para cable portaelectrodo y grampa a tierra.

**INDURA**<sup>®</sup>  
Tecnología a su Servicio

Distribuido por  
**TORNECA**  
Grandes ideas. Grandes soluciones.



# Diga adiós a la “FIEBRE” MUNDIALISTA...

Mientras a muchos sectores de la economía parece haberles ido muy bien con el Mundial y con la Selección, pues basta con haber visto los bares y restaurantes abarrotados, y aunque muchas fueron devueltas, la venta de pantallas también hizo de las suyas, hemos visto como al sector ferretero, según lo que conversamos con algunos participantes, no les fue como se esperaba, incluso se habla de un mes bajo en ventas y hasta para olvidar. Podría ser que los compradores hayan sido “acaparados” por la “hipnosis” mundialista, y quizás aún estén en la resaca.

Ahora como no hay mal que dure 100 años ni ferretería que lo resista, y como los mantenimientos, reparaciones y proyectos no se pueden postergar, deberíamos estar preparados para un mes mucho más positivo, además de que los clientes, por las alegrías que dejó la justa futbolera, necesariamente, deben andar más anuentes, por lo que en algo las ventas podrían facilitarse.

Ahora bien, encima de todo esto, y como alternativa para sacar de ese letargo al comprador, es importante tomar en cuenta algunos aspectos que pudieran desarrollar alguna estrategia que impulse la compra.

Llegó la hora de aumentar la exhibición y buscar incrementar la transacción promedio.

He leído con mucha atención y es un ejemplo que nos podría servir, que algunas ferreterías, especialmente del Cono Sur, escogen una

categoría de producto, diseñan un taller de no más de una hora, e invitan a todos aquellos clientes que en algún momento han adquirido un producto relacionado o que esté dentro de la categoría.

Por ejemplo, cómo diferenciar el nivel de calidad de los taladros, o bien, cómo aumentar el rendimiento de las esmeriladoras, son dos alternativas de talleres que podrían interesar a clientes del segmento doméstico y profesional.

A estas ferreterías suramericanas parece irles bastante bien con esta estrategia, ya que por un lado impulsan la venta de herramientas eléctricas como en este caso, aumentan el tránsito de clientes en el negocio, y de paso, motivan a otros compradores que no necesariamente hayan adquirido últimamente herramientas eléctricas a verse seducidos por tener una.

Quien no compre, en algún momento podría hacerlo y quien no lo haga, igualmente recordará el negocio como una ferretería que no vende por vender, sino que ayuda a mostrar el uso de los equipos y que se preocupa por sus clientes.

¡Haga la prueba! No se pueden conocer los resultados de una estrategia, hasta que no se pruebe...

**Hugo Ulate Sandoval**  
hugo@ekaconsultores.com



# VERTICE

Lider en sistemas de exhibición y almacenamiento

*Vertice es la única empresa en el mercado nacional que puede ofrecerle más de 1,000 productos disponibles en inventario listos para ser ordenados, nuevos productos anualmente, líneas de distribución exclusivas y una amplia gama de productos para desarrollo a la medida.*

*Con Vertice como su socio comercial usted tendrá acceso real a:*

- La mejor solución para exhibición Retail.
- Optimización del espacio para almacenamiento.
- Desarrollo de productos a la medida.
- La mayor selección de productos en inventario de la región y con la más alta calidad demostrada.
- Servicio de asesoría e instalación realizada por profesionales antes, durante y después de la implementación del proyecto.

*Estamos comprometidos con ser su primer y único recurso para la solución de sus necesidades de exhibición y almacenamiento.*

*Nuestro equipo de asesores, dibujantes, ingenieros, arquitectos y decoradores convertirán nuestros productos y servicios en la solución más adecuada para usted.*



Línea gratuita:  
800 VERTICE (8378423)  
Central telefónica: 2256-6070

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





**RIDGID**

CONFIANZA  
TECNOLOGÍA  
INNOVACIÓN  
TRADICIÓN



Héctor Soto, Asesor Técnico, con 25 años de experiencia, al servicio de nuestros clientes.

Tornillos la Uruca y RIDGID de la mano con la industria

Tel: (506) 2256-5212  
Fax: (506) 2258-3909  
www.tornilloslauruca.com

## Pinceladas

# ¿Ahora sí se podría hablar de recuperación?

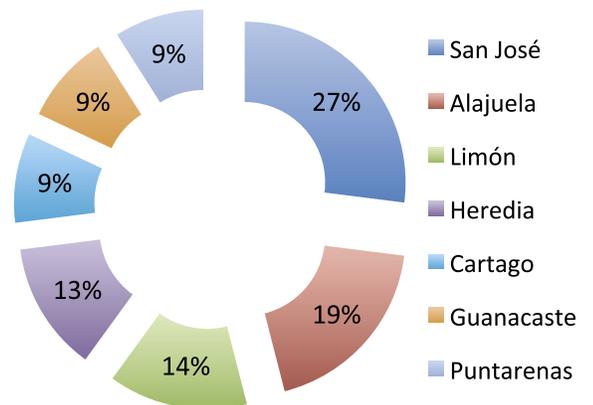
Con un crecimiento del 24% en el primer semestre, que es más de lo esperado, el sector construcción da muestras de salir del coma y empieza vérsese mejoría.

Casi la mitad del registro de metros cuadrados se concentra en San José y Alajuela. En este semestre el CFIA registró más de 4,2 millones de metros cuadrados. La información corresponde al registro de responsabilidad profesional de planos constructivos que toda obra debe realizar ante el CFIA, previo a la solicitud del permiso municipal de construcción.

Enero fue el mes que registró mayor cantidad de metros cuadrados, impulsado por el registro de la primera parte del proyecto APM, de la Terminal de Contenedores de Moín.

Mes	2013	2014
Enero	595.153	1,152,343
Febrero	604.05	667.728
Marzo	530.519	676.432
Abril	484.85	635.372
Mayo	611.496	582.219
Junio	588.262	533.439
<b>Total general</b>	<b>3,414,329</b>	<b>4,247,534</b>

### Registro por provincia 1 semestre en m2



### Registro por tipo de obra en m2

Tipo de obra	2013	2014
Habitacional	1,563,216	1,749,776
Urbanístico	370.408	925.95
Comercial	653.51	727.089
Industrial	397.482	339.428
Institucional	116.636	229.615
Otros	313.077	275.675
<b>Total general</b>	<b>3,414,329</b>	<b>4,247,534</b>

Fuente: CFIA

# ¿Olvida los conceptos básicos?

Quienes están en el negocio ferretero se hace imperante desarrollar prácticas que hagan aumentar el tránsito de clientes en el negocio. La tarea no es fácil, pero un buen comienzo es implementar acciones que busque profesionalizar más el negocio.

Estos son algunos factores claves que podrían encaminar a las ferreterías hacia la modernización y aumentar el flujo de compradores.

- No pierda el control. Es importante que usted conozca a diario el rumbo del negocio. Empezce por revisar las rotaciones de inventario diarias.
- Empodere a su personal para que pueda tomar decisiones rápidas sobre la venta y exhibición de productos. Al cliente hay que resolverle en el momento, sobre todo cuando se trata de transacciones pequeñas.
- Pida a su personal que mantenga siempre y a toda costa, el orden de atención. Por más que se lleguen a conocer a los compradores, se atiende por fila o por ficha.
- Usted es el dueño, así que el ejemplo empieza por usted. No exceda de los beneficios, por ejemplo, tomando más tiempo del debido para el café o el almuerzo. Los excesos crean mal ambiente entre su personal.
- En la medida que pueda adopte un sistema de software y sí ya tiene uno, infórmese sobre cómo puede mejorarlo.



Didier Fernández, Gerente General de Grupo Santa Bárbara, en la pasada Expoferretera, en una charla, se refirió a varios de estos puntos como básicos para profesionalizar las ferreterías, bajo esquemas familiares.

CONSTRUYENDO CONFIANZA



## Sikaflex®-1a

Sellante y adhesivo elástico

### DESCRIPCION

Sikaflex®-1a es una masilla elástica sellante y adhesiva de un componente, con base en poliuretano, que cura con la humedad del medio ambiente.

### USOS

- Juntas entre elementos prefabricados, muros, marcos de ventanas, puertas
- Sello de fisuras activas, y ductos.
- Instalación de artefactos sanitarios
- Sellante y adhesivo elástico entre materiales con diferente coeficiente de expansión



Sellador de techos y canoas

Tels.2293-3870 • 8708-9629  
E-mail: [conejo.jeffry@cr.sika.com](mailto:conejo.jeffry@cr.sika.com)  
[www.sika.cr.com](http://www.sika.cr.com)

Sika Costa Rica. S.A.

# Geomarketing Y LAS VENTAS

Parte II  
Por Jorge Pereira

Tal y como habíamos indicado, un aproximado del 80% de los datos de una empresa tienen componentes geográficos o de localización altamente valiosos, que bien utilizados, les puede ayudar a operar de una forma más eficiente, competitiva y aumentar su caudal de ventas.

## Determinación del punto de venta

El éxito o fracaso de los puntos de venta de un negocio no puede predecirse con el método “prueba y error”. Esto lo hacen constantemente quienes creen saberlo todo y se niegan a aceptar y usar las nuevas tecnologías disponibles.

Entiendo y acepto – como una realidad – que haya muchos que sigan utilizando máquinas de escribir y el fax. Es a eso precisamente a lo que me refiero. No usar las tecnologías disponibles hoy, es negarse a conseguir mayores ventas y aceptar perder dinero.

La selección de la ubicación de los puntos de venta, por las grandes cadenas de franquicias, que vemos instalarse en nuestros países, se hace de forma científica. La automatización basada en procedimientos científicos y tecnologías disponibles ahorra tiempo y asegura retornos de la inversión a corto tiempo.

Para la determinación de un punto de venta – las empresas internacionales – utilizan datos oficiales relacionados con los peatones o vehículos que circulan por determinadas zonas. Esos datos son aplicados sobre un mapa digital, en el que se le sobreponen los datos

de la empresa. Estos datos pueden ser perfil del consumidor medio, productos preferidos, entre otros.

## Programas que ayudan

Son muchos los programas de computación que se integran con Google Maps, para facilitar la toma de decisiones relacionadas con los lugares y decisiones en que se requiere utilizar el concepto de Geomarketing.

Los programas de Geomarketing facilitan el análisis y visualización de gran cantidad de datos, que resultan muy complejos de manejar manualmente. Ayudan en los cálculos necesarios para proyectar el volumen de ventas por regiones y a definir el potencial de cada área. Son indispensable para la planificación y ejecución exitosa de campañas de mercadeo.

Algunos programas de Geomarketing, que se pueden probar, por tiempo limitado gratis, son: eSpatial, TerraAlign, ProAlign, Microsoft Map Point.

## ¿Cómo evitar que la empresa se complique?

El “Índice de Complejidad” del Boston Consulting Group muestra que la complejidad se ha sextuplicado desde 1995. Las empresas han visto dificultados sus procesos de productividad.

A menudo, los requisitos son contradictorios, tales como producir bienes de alta calidad que se deben vender a precios bajos, o servicios que sean coherentes a nivel mundial y sensibles a las demandas locales.



**CONGENTE 2014**  
XI CONGRESO INTERNACIONAL  
DE RECURSOS HUMANOS  
5 de Noviembre  
Hotel San José Palacio I Costa Rica  
Vea el programa en: [www.congente.net](http://www.congente.net)  
Más información:  
Silvia Zúñiga Tel: (506) 4001.6740  
[silvia@ekaconsultores.com](mailto:silvia@ekaconsultores.com)



Organiza  
**EKA**  
LA ÚLTIMA INNOVACIÓN

Las empresas deben responder a los clientes, accionistas y empleados, que piden cada vez más y más.

Yves Morieux y Peter Tollman creyeron que tenía que haber una mejor manera de abordar esta compleja situación. A través del trabajo sobre el terreno con las personas de las organizaciones a las que daban asistencia, llegaron a lo que llamaron "simplicidad inteligente". Esto incluye menor control directo, mayor flexibilidad y más autonomía. Y se puede conseguir por medio de seis reglas simples.

**Regla 1.**  
**Entender lo que su gente hace**

Esta regla es para tener un verdadero entendimiento del rendimiento – ¿qué hace su personal y por qué lo hacen?.

**Regla 2.**  
**Reforzar la integración**

Esto significa dar, a las unidades de negocios y a los individuos, el poder e interés para fomentar la cooperación; que cuando es reforzada, permite a todos beneficiarse.

**Regla 3.**  
**Incrementar el reparto total del poder**

Esta regla sugiere la forma de crear un nuevo

poder. No solo cambiar el poder actual. La organización debe ser capaz de motivar al personal, para satisfacer los múltiples rendimientos que requiere la complejidad actual.

**Regla 4.**  
**Incrementar reciprocidad**

Esta regla y las siguientes tratan de crear las condiciones para una autonomía efectiva. Se debe conseguir que la cooperación ocurra realmente. Asegurar que la gente pone su autoridad al servicio del grupo. Esta regla se consigue implantar por medio de objetivos claros, que eliminen los monopolios internos y el desuso de recursos valiosos.

**Regla 5.**  
**Extender la sombra del futuro**

Esta regla toma ventaja del natural poder del tiempo. En lugar de usar supervisión, métricas e incentivos para el momento, hay que definir los requerimientos que realmente importan para el futuro.

**Regla 6.**  
**Premiar a los que cooperan**

Esta regla cambia radicalmente el diálogo gerencial, cubriendo el espectro completo desde la fijación de objetivos a su evaluación. Se consigue haciendo que la transparencia e innovación sean la mejor escogencia para individuos y equipos.

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



**FERRETERÍA BRENES  
OPTIMIZA SUS  
SERVICIOS CON  
SAP® Business  
One**





Tel. 2281-8855

“ Con SAP® Business One nuestra empresa pasó de un sistema habitual, en cuanto a sus procesos a uno cargado de precisión, velocidad y automatización dando un servicio más oportuno y ágil a nuestros clientes. ”

*José María Gutiérrez Brenes - Encargado de TI Ferretería Brenes*

**BENEFICIOS DE SAP® BUSINESS ONE:**



CONTABILIDAD UNIFICADA



MEJOR SERVICIO AL CLIENTE



AUTOMATIZACIÓN EN LOS PROCESOS



• Tel.: +506 2528-5828

• [info@novitec.cr](mailto:info@novitec.cr)

• [www.novitec.cr](http://www.novitec.cr)

# Cambios acarrearán broncas EN HERRAMIENTAS ELECTRICAS

A nivel general, en el país, se comercializa mensualmente una cifra cercana a \$1,3 millones, en herramientas eléctricas. El mercado está repartido entre varias marcas como DeWalt, Milwaukee, Makita, Bosch, Black & Decker, Metabo, Neo, Hilti, Hitachi, Surtek y otros.



Lo que antes era de uno ahora es de otro, y lo que jamás se pensó que podría ser de uno, ahora sí lo es... Aunque suene como trabalenguas y se torne medio confuso, esto podría ser casi una fotografía de lo que sucede en la actualidad en el mercado de herramientas eléctricas.

Hablamos de un mercado si se quiere enredado, convulso, friccionado entre mayoristas que no se dan tregua porque en la lucha por vender su marca, busan desbancar de los anaqueles ferreteros a sus competidores. Cada mayorista por su lado, busca cómo hacer más grande su rebanada del pastel de clientes, lo que ha provocado que las herramientas eléctricas, por llamarlo de alguna forma, de verdad estén "sacando chispas", ya que la competencia toma forma de fiera con sus fauces abiertas, lista para atacar al menor descuido.

El ferretero que en promedio maneja tres marcas diferentes para cubrir sus segmentos de más influencia, viaja en el "bus" de la comodidad, mientras sus proveedores le cumplan con los beneficios que rodean las marcas, y si por alguna razón no le dan lo que prometieron, simplemente señala con su dedo para indicar "qué pase el siguiente" y dar paso a otro proveedor y otra marca.

Esta "turbulencia" que se viene dando, ha sido de siempre, pero se ha marcado más principalmente, con la salida de Makita de Abonos Agro, sus antiguos representantes, situación que en dado momento, provocó incertidumbre en los ferreteros que comercializaban la marca, pues no se sabía lo que este cambio traería.

"Yo tenía Makita, era mi marca, pero de un pronto a otro, no sé qué fue lo que sucedió y dejaron de vendérmela", dice Evelyn Araya, Propietaria de Ferretería Tucurrique.

Araya dice que cuando esto sucedió, optó por darle la entrada a otras marcas como DeWalt, Truper, Skil e incluso Bosch, "pues sentí que con

Makita quedé huérfana".

Sin embargo, Araya sostiene que si le vuelven a proponer vender Makita, no lo dudaría porque "es como el hijo pródigo que hay que recibir con los brazos abiertos".

Como es conocido, actualmente, los representantes de esta marca, en una nueva etapa, se aliaron con Capris, y hoy Makita está bajo la sombrilla de esta empresa que por muchos años solo había tenido a Metabo como su única alternativa en herramientas eléctricas.

Makita, desde Capris, ha retomado el mercado y poco a poco busca recobrar la confianza de sus clientes y aumentar su presencia en los puntos de venta.

## Y la historia sigue...

No todo acaba ahí porque con la salida de Makita de Abonos Agro, este grupo adoptó como su marca a Milwaukee, pero recientemente, anunció también la incorporación de Stanley Power Tools como otra de sus alternativas, para cubrir otro segmento de mercado.

Si en "río revuelto ganancia de pescadores", pensaríamos que ante tanta oferta, los beneficiados son los ferreteros, la red de distribución, primero porque tiene más dónde

elegir, y segundo, podría reclamar en las marcas beneficios mayores además del precio.

“¿Quién da más?”, es casi la frase que se tiende en el sector de parte de los ferreteros.

“Estamos preparados para enfrentar el mercado con estrategias que van más allá del precio”, dice y sentencia Johnny Vargas, Gerente de País de StanleyBlack&Decker, que representa marcas como DeWalt, Black&Decker, y muy pronto con Abonos Agro, Stanley Power Tools.

El ferretero, como decíamos, en promedio maneja 3 marcas para cubrir los distintos segmentos: doméstico, profesional e industrial, pero hay algunos que incluso apuestan a tener hasta 4 y los más osados incluso 5.

Para Francisco Calderón, Experto en el área, dependiendo de la zona de influencia o mercado en el que esté la ferretería, así se debería determinar el número de marcas a manejar.

Para él, actualmente el mercado está enredado, pues señala que “las marcas andan buscando distribuidores para estabilizarse. Es una situación de mercado que beneficia al ferretero, pues sigue teniendo el poder de negociación”.

En esa búsqueda de las marcas por estar en cada vez más ferreterías, Calderón mira la cuesta un tanto empinada, al señalar que “lo difícil es romper matrimonios, y muchos ferreteros ya están casados con algunas marcas”.

En este sentido, por ejemplo, Wendy Salazar, del Área de Compras de Ferretería Santa Rosa, dice que trabajan con tres marcas DeWalt, Neo y Black & Decker y que detrás de éstas hay proveedores que les han dado muy buen servicio “y no hemos visto mayor necesidad de recurrir a otras”.

“Cuando un cliente nos pide una marca diferente de estas, lo que hacemos es cotizarla y solo la vendemos contra pedido”, dice Salazar.

Para la entrada de otra marca, según Salazar, una propuesta en este sentido, debe ser analizada por la Directiva del negocio.

### **Mayor conflicto**

Ahora, para meter un poco más el dedo en la llaga del mercado, a criterio de Francisco Calderón, existe otro conflicto que es aún más fuerte que las turbulencias que generan los cambios en los mayoristas, y cita que las marcas se ven afectadas continuamente porque no se cuenta con las personas adecuadas para desarrollarlas. “Una marca muchas veces no tiene los asesores adecuados que conozcan verdaderamente las herramientas, y cuando se enfrentan o les piden

argumentos, perfieren no hacer la venta por ese desconocimiento”, dice Calderón.

Johnny Vargas habla de vender y comprar educadamente, por eso desde ese punto de vista defiende a muerte la capacitación.

“Este factor es el respaldo para cualquier marca. El ferretero también debe asegurarse estar con un mayorista que no solo le venda y le provea de garantías, sino que le ayude a planear promociones, descuentos, exhibiciones, demostraciones, y por qué no, hasta ferias”. añade Vargas. Sin embargo, Calderón insiste que aún falta más personas que desarrollen el mercado y coincide con Vargas en la parte de respaldo, pero cuestiona al indicar que las marcas deben ser muy cuidadosas y cumplir lo que prometen, y además ser eficientes con sus talleres de servicio.

“La primer herramienta la vende la ferretería, la segunda la vende el taller de servicio, y si el taller no es eficiente, el usuario termina optando por otra marca”, recalca Francisco.

Aquí Vargas lanza una pregunta a los distribuidores: “¿los talleres de servicio tienen todos los repuestos que se requieren?”.

### **“Push money”**

**Las ventas impulsadas por dinero...**

**¿Las ferreterías venden herramientas eléctricas por la calidad y las características, o venden las que más les otorgan push money?**

**¿Recibe el usuario lo que en realidad requiere o se le “obliga” a comprar aquella herramienta que le da más comisión al dependiente?**

**Beneficios o daños del “push money”. Lea más sobre este tema en la siguiente edición.**

## **Las más vendidas**

En una ferretería promedio, este es el inventario de herramientas eléctricas que reporta más rotación:

- Taladros de ½”
- Lijadoras de ¼ de pliego
- Caladoras
- Esmerilladoras de 4 ½” y 9”

Y una ferretería más grande requeriría tener a la mano:

- Rotomartillos
- Tronzadoras
- Ruters
- Taladros inalámbricos

**Costa Rica es el país per cápita que consume más herramientas eléctricas en Latinoamérica**

**Taladro magnético**

Base magnética, base de taladro y la máquina de perforación en un paquete que permite un ajuste fácil. Base magnética de alto alcance para un trabajo de perforación estable y cómodo.

Equipado con un sistema de suministro de aceite para un perforado suave. Potencia de entrada: 1150 W. Capacidad: acero 50mm. Velocidad sin carga: 350/650. Minimum 2000 Psi/ 907 Kgs. Peso neto: 17,9 kgs.

Distribuye: Capris  
Tel.: (506) 8000-CAPRIS (227747)



**Sierra circular inalámbrica para metal**

Diseño blen, balanceado, compacto y ligero. Para un corte fino mediante un disco de corte de carburo de tungsteno a una velocidad de 3600 rpm. Peso: 2,6 kg. Dos diodos luminiscentes que iluminan la periferia del disco y facilitan la alineación con la línea de corte. Diámetro del disco: 136 mm. Corte máximo: 51 mm. Velocidad sin carga: 3600. Peso: 2,6 kg.

Distribuye: Capris  
Tel.: (506) 8000-CAPRIS (227747)

**Rotomartillo combinado**

Vibración extremadamente baja lograda por su tecnología anti-vibración. Tres modos de operación: percusión, percusión con rotación, rotación. Menor tambaleo de la punta. Bloqueo de un solo torque para fácil cambio de punta. Luz LED de trabajo incorporada. Potencia de entrada: 800 W. Capacidad: concreto: 26 mm (1"). Acero: 13mm (1/2"). Madera: 32 mm (1 1/4"). Impactos por minuto: 0-4600. Velocidad sin carga: 0-1200.

Distribuye: Capris  
Tel.: (506) 8000-CAPRIS (227747)



**Taladro atornillador de percusión 1/2". M28. Milwaukee.** Torque 84.7 nm. Rpm 0 - 1800 alta, Rpm 0 - 450 baja. Gpm 1 - 28 800. 28 v. Largo 9.25.

Distribuye: MFA Abonos Agro  
Tel.: (506) 2211-5121

**Taladro NHP 161, SSP por Makita**

Diseño simple, no se requiere de herramientas para su mantenimiento. 710W, shock de media, reversa, velocidad variable, guía para medir profundidad, respaldo de Makita.

Distribuye: Megalíneas  
Tel.: (506) 2240-36



### **Esmeriladora STEL845-B3.**

Motor 2200w. Caja de engranajes metálica, empuñadura 3 posiciones, botón de desbloqueo. Incluye llave y disco.

Distribuye: MFA Abonos Agro  
Tel.: (506) 2211-5121



**Amoladora industrial de 9”.** Modelo AA 1223. Una herramienta muy confortable gracias a su soporte soft grip. 2100 watts de potencia, carbones auto-stop, protección de motor epoxi contra partículas y polvo, y manga antivibratoria. Calidad súper industrial.



Distribuye: Importaciones Vega  
Tel.: (506) 2294-4600

**Rotomartillo electroneumático de 1 7/16”.** Modelo RM 936. Industrial, con 1500 watts de potencia y se desenvuelve en 3 funciones: martillo rotopercutor, taladro y martillo demoledor. Viene equipado con embrague de seguridad, soft grip, protección contra polvo y la mayor tecnología a favor del usuario, para alargar la vida útil y las horas de trabajo.

Distribuye: Importaciones Vega  
Tel.: (506) 2294-4600



**Rotomartillo.** Reversible, velocidad variable, bloqueo en interruptor. Maneral de suave agarre. Mango lateral, doblemente aislado. 1010 W.

Distribuye: Imacasa  
Tel.: (506) 2293-2780



**Amoladora profesional de 4 1/2”.** Modelo AA 815. Esta opción cuenta con poderoso motor de 900 watts, protección contra polvo, interruptor de seguridad y rodamientos blindados para brindar mayor calidad y horas de trabajo que, sin duda, se verán reflejados en cada labor realizada.

Distribuye: Importaciones Vega  
Tel.: (506) 2294-4600



**Pulidora Black & Decker.**  
800 W de potencia. Velocidad: 1000-3000 / min (rpm). Diámetro 5”.



# Metabo profundizó su LÍNEA DE HERRAMIENTAS

Por Capris

Eso de que todos quieren seguir llamándose Metabo... quizás es cierto, pero la verdad es que la marca da muestra clara de ir un paso a adelante en la innovación de herramientas eléctricas.



**Peter Ossenbach, Gerente General de Capris, muestra la nueva línea de Metabo, bajo el concepto "Pick+Mix", donde la misma batería y el cargador se adaptan a cualquier herramienta inalámbrica.**

batería, se pueden adquirir las carcasas de forma independiente", indica Peter.

De la misma forma, siempre y cuando se respeten los voltajes, se puede utilizar una batería de 3, 4.2 ó 5.2 amperios en el mismo set de herramientas, porque es totalmente intercambiable, lo que hace que sea mucho más funcional y hasta económico al usuario, poder armarse con un conjunto de herramientas como esmeriladoras, taladros, atornilladoras, pistolas de impacto, caladoras, sierras inglete.

"Este concepto es nuevo y nuestra meta es irlo fomentando en el mercado.

Así lo constata Peter Ossenbach, Gerente General de Capris, tras indicar que Metabo se mantiene fiel a su estrategia de ser una herramienta "Premium" para el mercado industrial y de la construcción de alto rendimiento.

"Actualmente, la marca está innovando con su tecnología a batería, y muestra una herramienta de 5,2 amperios, 18 voltios de larga duración. Posee una de las últimas tecnologías en batería, de carga rápida y está patentada y nadie se la puede copiar", dice Ossenbach.

Además, todo la parte de batería está basada en el concepto "Pick+Mix", lo que significa que la misma batería y el cargador se adaptan a cualquier herramienta inalámbrica bajo este concepto.

"El cargador y la batería en una herramienta eléctrica representan cerca del 60% del costo, y con este concepto una vez que ya se cuenta con el cargador y la

Solo en Europa, más del 85%, en EE.UU, más del 50% y en Australia cerca del 60% de las herramientas son a batería, por la eficiencia que le generan al operario", añade Ossenbach.

Peter dice que precisamente ahora que los mercados buscan reducir costos en mano de obra y hacer más eficientes sus procesos productivos, la herramienta a batería tiene una ventaja amplia.

"Por ejemplo, cuando se trabaja en una finca en la instalación de un portón, ya no hace falta llevar un generador o una extensión eléctrica, y si se hace la sumatoria de la inversión que hay que hacer en estos productos, terminan siendo más caros que comprar la herramienta eléctrica".

## 7 veces más...

El gerente asegura que para este año Metabo vendría con más innovaciones, sobre todo a meterse con fuerza con la herramienta neumática y en la parte de accesorios con los discos abrasivos.

"Vamos a contar con un disco que corta 7 veces más de lo que corta un disco actual de Metabo", cuenta Ossenbach.

Peter dice que en este último año y medio, la marca ha mostrado precios muy competitivos, en el orden de 10% ó un 12% menos y se consolida como una herramienta para el segmento industrial.

"Cada vez hay más clientes en este sector, por lo que es importante para el ferretero aumentar su mercado de influencia".

En materia de respaldo, Ossenbach agrega que cuentan con la unidad móvil que brinda mantenimiento para las industrias que quieren reducir el "down-time" de las herramientas y además "ya tenemos 13 talleres autorizados en distintas zonas y con una proyección de tener 19 ó 20 para final de año".



# UNA SOLA BATERIA

## PUEDE MOVER MÁS DE 30 HERRAMIENTAS

CON MAYOR CAPACIDAD DE CARGA ÚNICA EN EL MERCADO

### 18 VOLTIOS

### DE INNOVACIÓN, ECONOMÍA Y RENTABILIDAD

¡Le damos más por su inversión!



Línea Gratuita  
**8000-CAPRIS**  
2 2 7 7 4 7

serviciocliente@capris.co.cr  
**www.capris.cr**



**metabo**<sup>®</sup>  
PROFESSIONAL POWER TOOL SOLUTIONS

Vega:

# SOLUCIONADOR INTEGRAL

Por Importaciones Vega

Las líneas de herramientas Neo y Gladiator PRO vieron aumentada su calidad. Ahora Neo llega al segmento súper industrial y compite con más fuerza por un espacio.

Rafael Vargas, Gerente General de Importaciones Vega, muestra productos de sus 3 marcas de herramientas eléctricas: DeWalt, Neo y Gladiator PRO. Para estas dos últimas afirma que poseen garantías de hasta 2 años y cuentan con talleres de servicio en todo el país.



Según su Gerente General, Rafael Vargas, detrás de cada herramienta que vende la compañía, hay toda una solución integral que la respaldan, además de que cada una buscan darle innovación y crecimiento a las marcas.

Como ya es sabido, en herramientas eléctricas, Importaciones Vega, distribuye DeWalt, y suma también marcas como Neo y Gladiator PRO, a las que incluso, a estas dos últimas se les hizo un “up-grade”, lo que significa que aumentaron su calidad.

“Ahora Neo, por ejemplo, está en un nivel de calidad 12, lo que quiere decir que aumentaron su competencia para integrar segmentos de más exigencia, como el súper industrial, con usuarios que requieren de máquinas de alto desempeño”, dice Vargas.

## Más que taladros...

En el caso de Gladiator Pro que busca al aficionado y profesional más exigente, ahora consta de herramientas mucho más robustas y que

presentan una mayor calidad.

Aunado a eso, las dos marcas poseen el respaldo con talleres de servicio en todo el país.

Vargas recuerda Neo y Gladiator PRO poseen más que taladros y cuentan con caladoras, lijadoras, canteadoras, trompos, compresores, ruters, lijadoras orbitales, herramientas inalámbricas, rotomartillos, demoledores, entre otros.

“Tenemos un compromiso muy fuerte en el mercado para darle las facilidades necesarias a los clientes para que logren rotar sus herramientas”, concluye Vargas.

# CALIDAD para cada NECESIDAD

12

**SUPER INDUSTRIAL**

modelo AA 1209



11

10

**INDUSTRIAL**

modelo TP 1013



9

8

**PROFESIONAL**

modelo TP 813



7

6

**SEMI PROFESIONAL  
HOBBY EXIGENTE**

modelo AA 615



5

4

**HOBBY**

modelo SK 455



3

2

**HOGAR**

1

Conozca más sobre los niveles de calidad de **Gladiator**, **Gladiator Pro**, **Neo** y **Neo Next**, y asesore a su cliente como un experto.

Respaldo exclusivo de **VEGA**

[www.importacionesvega.com](http://www.importacionesvega.com) | (506) 2494-4600

# A Makita NADIE LA “QUITA”

Por Makita

Makita busca fortalecer su presencia en el mercado estableciendo centros especializados de la marca en las ferreterías.

Manuel Ujueta, Gerente Comercial de Makita Costa Rica, buscan especializar las ferreterías en la marca, pues la idea es tener centros especializados de herramienta en cada punto de venta.



Saben que poseen mucho terreno perdido, por el tiempo que perdieron al ordenar la casa y variar el rumbo con el cambio de distribuidor.

Sin embargo, “echan” mano de una marca que no solo suena a nivel mundial, sino que los ferreteros del país, cuando les hablan de Makita conocen el tema, conocen las herramientas.

Makita, ahora de la mano de Capris no solo espera recuperar el terreno perdido, sino aumentar su participación de mercado, por eso trabajan incesantemente y confiados en uno de los máximos valores que posee la marca, y que según su Gerente Comercial, Manuel Ujueta, es: la constante innovación.

“Tuvimos muchas quejas, anteriormente, por el servicio de post-venta, pero ahora las cosas han cambiado”, dice Ujueta, suponemos en referencia al antiguo distribuidor.

Ujueta resalta que si hay un valor de peso en Makita, es la cantidad de repuestos que posee. “A veces nos dicen que no, que no tenemos repuestos, y esa afirmación es totalmente falsa. Hay una cantidad enorme de repuestos en stock y ya contamos con 13 talleres de servicio”, recalca Manuel y vaticina que “esperamos cerrar el año con 18 talleres”.

## Diferenciación

Asegura que han trabajado con intensidad para levantar la imagen de la marca a nivel comercial, por ejemplo con la formación de centros especializados de herramienta.

“Actualmente, las herramientas eléctricas se venden o por “push money” o por precio, y nosotros hemos tratado de ir cambiando ese concepto y resaltar la marca con sus valores de calidad e innovación”, señala.

Manuel cita como ejemplo la pasada Expoferretera, donde al contrario de sus competidores, “nosotros llevamos productos muy diferenciados”.

Así las cosas, el gerente dice que en las ferreterías buscan instaurar en las ferreterías centros especializados de herramientas, “que serían como departamentos de pinturas, pero en herramienta eléctrica. Queremos tener un vendedor Makita en las ferreterías”. Para quienes consideran que Makita se presenta en el mercado como una marca cara, Ujueta les dice que “una cosa es cara y otra cosa es comprar calidad e innovación. Cuando las herramientas cumplen, por ejemplo, en la industria, ¿quién alega por precio?... ¡Nadie! Makita disminuye las horas hombre por mejor aplicación”. Actualmente, Makita posee en el mercado mundial cerca de 2 mil ítems de herramienta eléctrica y para Costa Rica se manejan más de 200.



# UNA MISMA CASA 2 LÍNEAS

**HERRAMIENTAS INDUSTRIALES**

**HERRAMIENTAS PROFESIONALES**

**18V** **LXT**  
LITHIUM-ION



**SSP**  
by Makita



RESPALDO • CALIDAD • POTENCIA

**PRECIOS  
ACCESIBLES**



**100 AÑOS**  
DE RESPALDO EN TODAS  
NUESTRAS LÍNEAS

CONTAMOS CON **13 TALLERES DE SERVICIO** EN TODO EL PAÍS

PARA CONSULTAS SOBRE  
HERRAMIENTAS INDUSTRIALES:

**MAKITA DISTRIBUTION**

Tel: 4101-5000

[serviciocliente@makitadecostarica.co.cr](mailto:serviciocliente@makitadecostarica.co.cr)

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

PARA CONSULTAS SOBRE  
HERRAMIENTAS PROFESIONALES

**MEGALINEAS**

Tel: 2240-3616

[ventas@megalineas.com](mailto:ventas@megalineas.com)

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



# Abonos Agro lanza OTRA CARTA AL MERCADO

Por Abonos Agro

A Abonos Agro parece gustarle aquello de los cambios, primero cambió a Makita por Milwaukee y ahora se lanza con Stanley Power Tools, herramientas eléctricas para el segmento profesional.



Manrique Jiménez, Gerente Comercial, de MFA Abonos Agro, muestra parte de las herramientas eléctricas Stanley Power Tools que lanzarán al mercado.

Como dicen: después del vendaval y la tormenta, llega la calma... porque después de que hace muy poco fueron reconocidos como los distribuidores exclusivos de Makita, y posteriormente, rompieran relaciones y se aliaron con Milwaukee, ahora, dentro de unos días, se lanzarán al mercado con otra marca de herramientas eléctricas: Stanley Power Tools.

Nunca se pensó que pudieran darse tantos cambios en tan poco tiempo, lo cierto es que MFA Abonos Agro atacaría otro segmento de mercado. Lo que necesariamente, significa mayor competencia.

Manrique Jiménez, Gerente Comercial, asegura que no es que están perdiendo enfoque sino más bien, se trata de tomar mucho más fuerza en el mercado de las herramientas.

“Es una línea que compite perfectamente contra competidores como Bosch, algunas herramientas de DeWalt, Neo. Competimos en un nivel entre 7 y 8, para el segmento profesional”, aclara Jiménez, e indica que “siempre habíamos estado interesados en tener una herramienta para competir en esta área”.

## Sin cuestionar

Manrique afirma que en un momento pensaron en entrar con SSP de Makita, pero “nos dimos cuenta que los clientes no veían esta marca en este rango”.

Dice que por el contrario, con Stanley Power Tools se aseguran dar al mercado una herramienta con muy buenas características técnicas, y buen diseño, “además que la marca por sí sola es reconocida y el cliente no cuestiona la calidad”.

Al analizar el mercado, Jiménez dice que varios papeles se invirtieron y que de hecho éste cambió, pero que sigue habiendo oportunidad como en este segmento que piensan atacar.

“Aquí lo importante es “oler” esa oportunidad. Nos enfrentamos a un trabajo duro porque ya hay herramientas muy bien posicionadas en este segmento, como el caso de Craftsman”, señala.

Ahora, con tanta oferta, la meta es hacer ver al ferretero que se apunte con la herramienta, y la única forma de conseguirlo es apoyar el producto con algunos valores agregados.

“Vamos por todo, a que el ferretero nos incluya en su portafolio o bien que quite una por otra”, indica.

Dice que al vender también la herramienta manual Stanley, el beneficio para el ferretero es que se evita la duplicidad de inventarios, al estar con una sola marca.

“Es todo un paquete que ayuda a que el ferretero no genere inventarios más altos”.

# STANLEY®

## NUEVA Herramienta Eléctrica



Para el **profesional** más exigente que conoce de **calidad y respaldo**



**STANLEY**  
**2 AÑOS**  
**GARANTÍA**  
LIMITADA™

Con el respaldo de más de  
23 Centros de Servicio  
en TODO el país.



Distribuye:

**MFA**

Mayoreo Abonos Agro

Tel. 2211-5150

# Rosejo puso a crecer a **BLACK & DECKER**

Por Rosejo

Sin ser un mayorista reconocido en herramientas eléctricas, desde hace dos años, sin temor a nada, se lanzó con Black & Decker y, hoy, Rosejo empieza a recoger frutos de la confianza que ha generado en el sector.

Rodrigo Martínez, Gerente General y Ramón Méndez, Director Comercial, de Rosejo, dan a conocer el Palet Promocional de Black & Decker, con productos de alta rotación, que estaría en las ferreterías.



Y es que según cuenta Rodrigo Martínez, Gerente General de Rosejo, desde que adoptaron la línea como una de las suyas, “hemos crecido junto a ella en más o menos un 60%”.

Así que: ¿quién dijo miedo? Al menos, esta empresa no...

Martínez asegura que ha sido todo un proceso de aprendizaje. “Nunca habíamos vendido herramientas eléctricas, pero sentimos que nos ha ido bien porque hemos colocado herramientas en la mayoría de ferreterías que son nuestros clientes”, señala Rodrigo.

Martínez dice que la venta de herramientas eléctricas se les facilitó mucho porque la marca es sumamente reconocida en el sector. “Muchos ferreteros al ver que éramos nosotros los que ahora teníamos Black & Decker nos dieron el apoyo, además es una marca que posee mucho respaldo”, asegura.

Black & Decker otorga 2 años de garantía para las herramientas eléctricas y 1 año para las de corte automotriz como el caso de las hidrolavadoras.

Y es que según Martínez, otra de las ventajas de la marca es que cuenta con uno de los mixes de producto más completos del mercado con herramientas para jardinería, hidrolavadoras, compresores, herramientas para el área automotriz y toda la gama de herramientas eléctricas.

## 70 herramientas

Black & Decker cubre los segmentos domésticos, profesional y estándar. “Cuando un ferretero se apunta con esta marca, se apunta a darle a su

cliente una herramienta con el respaldo de repuestos, 23 centros de servicio en todo el país, un precio competitivo, más de 70 herramientas diferentes y la línea completa de accesorios”, agrega Martínez.

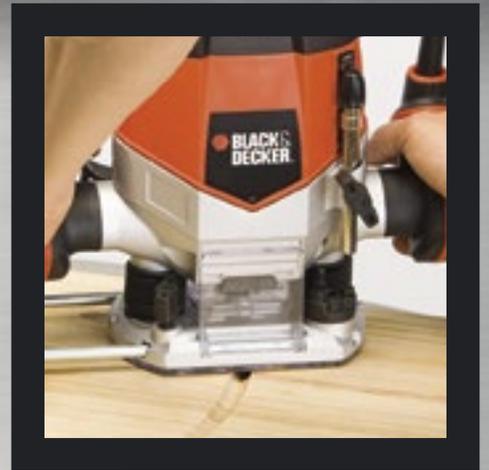
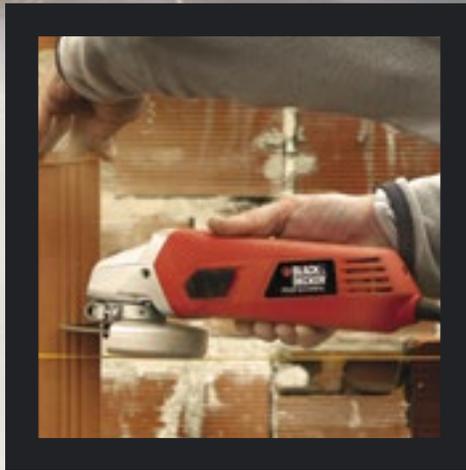
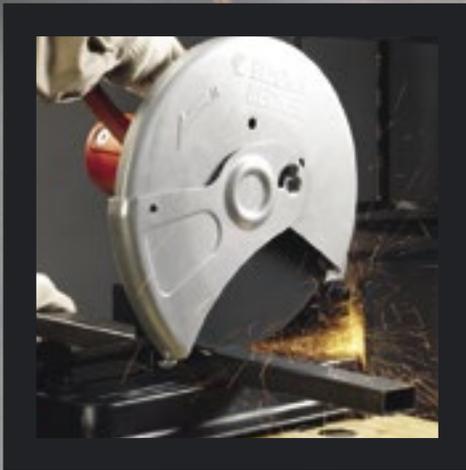
El gerente añade que el ferretero también obtiene otros beneficios como: inversión en el desarrollo de marca con exhibición por cuenta de Black & Decker, presencia de display, promotores para acomodo, participación en ferias, capacitación para el personal de venta e invitados de los sub administradores, activaciones periódicas en el punto de venta para impulsar el uso adecuado de las herramientas.

“Es que buscamos ganarnos la confianza de los clientes a base de servicio”, recalca Rodrigo.

En Rosejo anuncian que a partir de agosto se estará implementando con los clientes una estrategia promocional denominada Palet Promocional que integra un mix de productos de alta rotación, bajo la modalidad “in and out” (entra y sale), por un periodo negociado con cada cliente y con condiciones especiales.

**LINEA  
PRO**

 **BLACK & DECKER®**



HERRAMIENTAS Y JARDÍN



AUTOMOTRIZ, ELECTRÓNICOS,  
COMPRESORES E HIDROLAVADORAS

CON EL RESPALDO DE MÁS DE  
23 CENTROS DE SERVICIO EN TODO EL PAÍS.

Las herramientas que un  
**PROFESIONAL**  
necesita para ganar

**MARCAS DE CALIDAD CON  
RESPALDO Y GARANTIA**

  
**ROSEJO**

Tel. 2296-7670 ■ Fax: 2232-0048  
800ROSEJO1 - [www.rosejo.com](http://www.rosejo.com)

# DeWalt se escribe CON AMARILLO Y NEGRO

Por DeWalt

En una buena parte de las ferreterías del país, hay un amarillo que se yergue casi desde la entrada, un amarillo combinado con el negro que hace resaltar las herramientas eléctricas DeWalt, sin embargo, no pueden darse el lujo de descuidarse porque la competencia siempre está lista...



DeWalt es una marca que se ha instaurado con fuerza en el sector ferretero, pero que también muchos de los usuarios la han adoptado como su compañera de trabajo.

Quisimos adentrarnos un poco más en la intimidad que rodea esta marca, y apostados en la oficina de los representantes lanzamos algunas preguntas que vale la pena repasar.

**- ¿Hoy por hoy, cuáles son los principales valores que posee la marca?**

- La estructura comercial que lo respalda, el volumen de inventario que maneja el mayorista con una reducción de costos, para tener precios competitivos, y definitivamente contamos con un fuerte equipo post-venta que sabe hacer su trabajo bien.

**- ¿Qué diferencia a DeWalt de su competencia directa con marcas como Metabo, Milwaukee, Makita, Bosch?**

- Las cuatro marcas son muy buenas pero DeWalt las aventaja al ser la única que tiene la fábrica operando con personal en todos los países, por lo que puede tropicalizar los productos para cada mercado. También tenemos una respuesta más eficiente en aplicar las garantía.

**- El ferretero requiere cada día más especialización para aumentar sus ventas en herramienta eléctrica. ¿En este sentido, qué ofrece la marca?**

- Un equipo de especialistas que puede apoyar la gestión de venta y un apoyo a nivel de mercadeo de una forma diferente para dirigir la venta, además de inversión en mejoras para la exhibición y exposición de producto.

**- ¿Qué segmentos son los más atacados por la marca y qué niveles**

**de calidad posee para los segmentos de mayor venta?**

- DeWalt no tiene diferentes niveles de calidad, por ser una línea industrial. Lo que tenemos son diferentes aplicaciones del producto y abarcamos construcción e industrias.

**- ¿Actualmente, cuál es el porcentaje de penetración de mercado que tienen para Costa Rica, y cuál es la meta inmediata?**

- Actualmente, los datos de importación no demuestran una realidad de participación de mercado para algunas otras marcas de la competencia que han traído inventario, pero que no ha llegado al consumidor final. En nuestro caso, lo que podemos garantizar es que estamos en más del 80% de los distribuidores del país, y la meta es alcanzar el 100%.

**- Nos enteramos que recientemente la marca firmó una alianza con Correos de Costa Rica para trabajar con la red de distribución. ¿De qué se trata?**

- El objetivo de esta alianza es brindarle al usuario final una alternativa más en cuanto a servicio/tiempo se refiere. Actualmente, contamos con más de 21 centros a nivel nacional, pero hay lugares donde no tenemos cobertura, y Correos de Costa Rica sí.

Correos de Costa Rica cuenta con sucursales en cada rincón del país y lo que pretendemos es reducir el tiempo de respuesta a la hora de brindar garantías y reparaciones normales. Muchos clientes optan por dejar la herramienta en las ferreterías, y los encargados esperan a que pase el agente del distribuidor para llevarla al centro autorizado más cercano, esto en un periodo de 15 a 22 días mientras el agente regresa a la zona.

Con esta alianza el tiempo de respuesta es de 48 horas, desde que sale de la sucursal al Taller (Aplecsa) y viceversa.

Correos de Costa Rica cuenta con 114 oficinas en el país.

**DEWALT** **STANLEY**

**PORTER  
CABLE**

**BLACK&DECKER**

**¡YA NO EXISTEN LAS DISTANCIAS!  
UN CENTRO DE SERVICIO CERCA DE USTED.**



**INNOVAMOS PARA OFRECERLE EL MEJOR  
Y MÁS EFICIENTE SERVICIO, UNIDOS CON**

**CORREOS**  
DE COSTA RICA

**Para hacer llegar su herramienta de la forma más fácil para:  
Reclamo de garantías • Mantenimientos • Reparaciones**

**Procedimiento:**

1. Si no cuenta con un Centro de Servicio Autorizado en su zona, ubique la oficina más cercana de Correos de CR.
2. Lleve su herramienta debidamente empacada en caja de cartón o plástico de embalar.
3. Llene el formulario de envío.
4. Costo del envío: €2.000 hasta 15 kilos desde cualquier parte del país.\*
5. Costo del regreso €2.000.
6. La herramienta será recibida en el Centro de Servicio Aplicaciones B&D, tel: 2257-5716.

\*Preguntar por las tarifas correspondientes para pesos mayores a 15 kg.

- ✓ **Mejor tiempo de respuesta**  
tiempo de entrega al Centro de Servicio Aplicaciones B&D en 24 horas.
- ✓ **Mejor servicio al cliente**  
Correos de CR cuenta con más de 114 oficinas en todo el territorio nacional.
- ✓ **Mayor respaldo y seguridad en los envíos**

**CORREOS**  
DE COSTA RICA

Tel. 2223-9766  
[www.correos.go.cr](http://www.correos.go.cr)

La herramienta será recibida en el Centro de Servicio Aplicaciones B&D, para mayor información de su envío puede llamar al tel: 2257-5716.

# También hay un **BRENES EN SAN ISIDRO...**

Más de 10 años de estar en Ferretería Brenes, de ver cómo se hacen las cosas, de ver el surgimiento del negocio, le dieron la escuela suficiente para pensar que mientras sigue aprendiendo, bien puede “echar” mano de su tienda propia.

Seidy Brenes, quien forma parte de la familia de Ferretería Brenes, no dudó un segundo en la escuela que ha adquirido en el sector, para junto con su esposo Álvaro Gutiérrez, instalarse con un negocio de ferretería y acabados en la zona del centro de San Isidro de Heredia.

“La experiencia ayuda a conocer el teje y meneje del negocio, por eso, aunque sea un área de mucha competencia, el mercado siempre arroja oportunidades, y es cuestión de saber aprovecharlas”, dice Brenes.

La tienda que ronda los 100 m<sup>2</sup> de superficie, posee, según Gutiérrez, espacio para acomodar lo que ellos llaman un inventario inteligente. “Tenemos de esos productos que se requieren todos los días, sin embargo, los que no tenemos, los podemos conseguir y con la rapidez que los clientes requieren”, asegura Gutiérrez.

## Capacitación

Para Brenes, una de las cosas esenciales que debe contener una ferretería, es gente capacitada, que conozca muy bien los productos.

“De una asesoría depende que el comprador regrese o no. Quienes han venido en estos pocos días de apertura, sentimos que se han llevado una impresión grata”, agrega Brenes.

Gutiérrez añade que les ha preocupado mucho también el factor de iluminación y exhibición de los productos. “Tratamos de tener una exhibición vistosa, que se vea que hay suficiente producto, y que las cosas se puedan apreciar desde cualquier punto. Al comprador hay que hacerle su visita, lo más agradable posible”.

La ferretería abrió sus puertas a inicios de junio, y ya recibe cerca de 100 visitas diarias de compradores.

“Nuestra idea es darle crecimiento al negocio y potenciar otras áreas. Tenemos un equipo que anda visitando clientes en los proyectos constructivos, pues queremos dar ese servicio, y posteriormente, si se da la oportunidad, también entrar directamente con entrega de construcciones llave en mano”, asegura Gutiérrez.

El servicio de post-venta, para Gutiérrez esto es clave si quieren tener éxito en el mercado. “Aquí no se trata de aumentar las ventas solo por hacerlo, tratando de colocar productos donde no se requieran, sino de que el comprador reciba un producto y un servicio para que nos recuerde cuando requiera otra cosa”,.



Seidy Brenes se instaló con un negocio que es hermano de Ferretería Brenes, en San Isidro de Heredia, por lo que su idea es aplicar todos los conocimientos y estrategias aprendidos. La acompaña su esposo Alvaro Gutiérrez.



# Ferretera DE ROBLE

En el Roble de Alajuela, hay una ferretería guiada por una mujer de decisiones firmes y de órdenes tajantes, pero con la pasión que requiere un negocio y con el corazón lleno de actitud para mantenerse en el tiempo.



Nuria defiende a capa y espada sus 9 empleados. “Cuando tenemos una semana buena, es bueno que lo vean retribuido en el salario, pero si tengo que corregir a alguien, también lo hago. Todos han entendido la filosofía del negocio”.

El Roble de Alajuela, Costa Rica.- De pronto, todos los que allí estaban quedaron en silencio, y casi inmóviles, pero listos a recibir la orden o la contra orden, porque su voz es tajante se torna como la santa palabra que contiene el tono de jefe y de quien sabe, de quien tiene la experiencia para saberlo.

Su clave para cosechar ya 17 años de haberle entregado su vida de negocios a la ferretería solo es una: el orden y saber que detrás de cada venta está: el sustento de sus colaboradores, el pago para el mayorista, un cliente satisfecho y que necesariamente, hay que hacerlo volver, una parte para reinvertir en el negocio y otra, casi la última que es la utilidad...

No se anda por las ramas y dice que mira a los ojos a cualquier agente de ventas y que desde aquel día que cambió su tienda de ropa por una tienda ferretera, las herramientas y los materiales de construcción empezaron a correr por sus venas y por su corazón.

Ella es Nuria Murillo, Propietaria, junto a su esposo Roberto López, de dos ferreterías: López y Murillo #1 y #2, la primera en El Roble de Alajuela y la segunda en Sabanilla, también en esta provincia.

## A capa y espada

Defiende su negocio a capa y espada, pues sabe que cada día que abre sus puertas representa un esfuerzo...

Casualmente, por esa defensa a “ultranza” fue que llegamos hasta su negocio, pues Nuria dice y reafirma que su ferretería es sumamente merecedora de aparecer en el Ranking de las Ferreterías más importantes que desde hace más de 5 años se publica en TYT, cada junio.

“Pregunte a cualquiera sobre nuestra trayectoria, y se dará cuenta de quiénes somos en el sector”, nos dijo Murillo, apenas atravesamos el umbral del negocio.

Una solicitud y merecimiento que no dudamos, luego de ser testigos de aquel incesante entrar y salir de compradores, y de ser testigos de un negocio bien equipado de surtido.

Posteriormente, nos confesó que su tienda de ropa, aquella tarde cuando

en compañía de Roberto decidieron arrancar en este negocio, sirvió para apalancar lo que hoy son sus ferreterías.

Recuerda que fueron Durman, Kativo, El Eléctrico Ferretero, Torneca, Importadora América, los primero en darles crédito. “Al principio fue duro, pero vimos que el negocio iba funcionando”, recuerda Nuria.

Cuenta que al inicio le tocó vérselas sola, pues su esposo trabajaba para otra compañía. “Mi hermano fue quien me ayudó mucho con la atención de los clientes y a que el negocio se moviera”.

Para Murillo estar al otro lado del mostrador es una faena dura, pues se trata de que el cliente no solo se lleve un producto, sino exactamente el que requiere.

“Amo este lugar, me encanta atender los clientes y me he dado cuenta que conforme avanza el tiempo aumenta la experiencia y se le llega a perder el miedo a las compras, aunque siempre hay que cuidarse mucho”.

## Estricta

Para ella, la ferretería es un negocio en el que hay que ser muy estricto, hay que ser muy minucioso y ordenado. “Del dinero que entra a la ferretería, siempre hay que tener la plata para trabajar y eso es intocable, porque no se puede comprar sino se tiene para pagar”, asegura Murillo.

Sabe que su personal es la cara del negocio, y les reconoce su sacrificio y trabajo, por eso cuando hay una buena semana, a la hora de pagar el salario “les damos algo más... Y es que de verdad se lo merecen”.

Aquel silencio, casi al terminar la entrevista, volvió a presentarse cuando un cliente que entró a la ferretería, preguntó algo que solo ella podía responder, y que ni siquiera sus hijos se atrevían a contestar: - “¿Y qué vamos a tener para el 18 de octubre?”, dijo ese comprador, al tiempo que entendimos que ese día se cumplían los 17 años de apertura.

“Una fiesta con todo y de todo. Ya hay varios mayoristas que se han apuntado con nosotros, así que promete estar bueno”, dijo Nuria, mientras a todos les brillaron los ojos de la contentera...

Nuria Murillo es la propietaria de la Ferreteria López y Murillo, en el Roble de Alajuela. “Aunque el tiempo y la experiencia hacen que se le pierda el miedo a las compras, hay que ser sumamente cuidadoso y no despegarse del orden”.



**IMACASA**  
FUERZA EN SU TRABAJO

**FUERZA**  
EN SU TRABAJO

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

# Cierre fiscal: **TERROR FERRETERO**

Muchos deciden con más de un mes de antelación reducir las compras para bajar los inventarios y verse favorecidos fiscalmente... ¿Tendrá esto un efecto real? ¿Al reducir las compras, más bien se juega con el “no hay”?



Cuando se aproxima el cierre fiscal, las empresas ferreteras reducen sus compras, pero esta práctica podría equivaler a tener que decirle a los clientes: “no hay”.

Cuando vamos ya por mediados de julio, aquel sudor helado empieza a aparecer por los alrededores de la nuca de muchos empresarios ferreteros... Las noches sin sueño, se hacen más constantes. Ya ni aquello de contar ovejas o aprenderse el cielorrasso resulta, porque el momento de terror se acerca: el cierre fiscal.

Muchos han aprendido que es un asunto de rutina, y es como dar cuentas al fisco, para muchos sigue siendo un verdadero suplicio, sobre todo para aquellas empresas que no cuentan, por ejemplo con un software adecuado, y que lleve minuciosamente el inventario.

En el sector la práctica constante ha sido la de desabastecerse cuanto sea posible, antes del mes de la presentación del reporte fiscal, al punto que muchas ferreterías dejan de comprar, para abastecerse posteriormente.

Para José Rodríguez, Máster en Asesoría Fiscal y Contador Público Autorizado, esta práctica “no tiene ningún efecto fiscal” que beneficie o perjudique más.

Rodríguez va un poco más allá, al indicar que muy posible quien incurra en una práctica de este tipo, probablemente, si no compra, va a llegar un momento durante el mes que tendrá que levantar el estandarte del “no hay” entre algunos de sus clientes.

La fórmula que contiene el reporte para el cierre fiscal está referida en

inventario inicial + compras netas, menos inventario final que es igual o determina finalmente el costo de mercadería. De acuerdo con la fórmula, cuanto menos inventario, el costo de la mercadería es mayor.

Para Jorge Bustos, Encargado de Compras, de Distribuidora Fama en Alajuela, por efectos de orden sí reducen las compras, al menos un mes antes del cierre fiscal.

“Tenemos que hacer el conteo manual, y a veces, no es posible hacerlo correctamente con mercadería entrando”, asegura Jorge.

Bustos, indica que el inventario no es “jugando” y hay que ser muy minucioso para que éste se haga correctamente.

Incluso Jorge indica que desde mucho antes también hay que mantener la mercadería muy bien acomodada para facilitar el conteo, pero recalca que “sí por un asunto de orden es que reducimos las compras, y después de que pasa

el cierre, compramos con normalidad”.

Ernesto Venegas, Comprador de Ferretería Palmares, en Palmares de Pérez Zeledón, manifiesta que un mes antes de este cierre reducen las compras, y solo mantienen lo mínimo de lo necesario.

“Si por ejemplo, veníamos comprando 150 unidades de tape, tiempo antes del cierre, bajamos la compra al mínimo y adquirimos solo 50, posteriormente, cuando todo regresa a la normalidad, volvemos a comprar lo de costumbre”, dice Ernesto.

Venegas dice que hacen esto porque para efectos del conteo del inventario, primero no es recomendable que éste se encuentre muy inflado, y además considera personalmente que sí hay un efecto fiscal.

**De locos**

A criterio de Francisco Murillo, Gerente de Ventas de Westinghouse, y que en el pasado tuvo experiencia como ferretero, a cargo de varias empresas, muchos empresarios no se actualizan.

“Cuando no había sistemas de cómputo, por ejemplo para una ferretería mediana que maneja 18 mil SKU (Stock-keeping unit, por sus siglas en inglés y que en castellano es número de referencia) o una grande que posee cerca de 30 mil SKU, contar el inventario era un trabajo de locos, un verdadero dolor de cabeza, pero hoy con un buen software se hace más fácil”, dice Murillo.

Sobre la práctica de reducir las compras, “para mí es toda una estupidez bajar ventas y utilidades, es una práctica sin sentido. Esta práctica no solo afecta clientes sino que lleva el absurdo de fortalecer la competencia, porque si el cliente no encuentra algo porque la ferretería decidió desabastecerse, simplemente se va para otro negocio que sí tenga lo que busca”, añade.

Murillo dice que hoy la fidelidad del cliente se mantiene siempre y cuando encuentre en el negocio de su elección lo que busca, por eso considera que

si por un cierre fiscal hay que bajar inventarios, se corre el riesgo de perder una clientela quizás conquistada con esfuerzo.

“El desabastecimiento de un mes no hace diferencia. Dejar de comprar es dejar de vender, y no tiene ningún efecto fiscal”, sentencia Murillo. Francisco insiste en que la clave de hoy está en un buen sistema de cómputo y en hacer que el personal reciba capacitación.

“Esto no solo les permite llevar la facturación en línea y tener los saldos de inventario al instante, pero además es importante que el sistema incluya las compras para que las cantidades compradas entren en el sistema y sumen en el inventario”.

Para elaborar un buen conteo de inventario, Murillo recomienda también utilizar códigos de barras (UPC: Universal Product Code) y no un código interno, “pues la tarea es más fácil”.

Al fin y al cabo, implementar un buen sistema de software de inventario, mantener el orden, y entender que, de acuerdo, con los expertos, reducir las compras en un corto plazo no tiene efecto fiscal, quizás sean las píldoras para evitarse dolores de cabeza o bien, apaciguar esa sensación terrorífica que hace correr sudor helado por la nuca.

**CUBIERTA PARA TECHO  
HOJALATERÍA  
LAMINA LISA  
ACABADOS**

**DISPIESA**

**EN LO MÁS ALTO DE LA CONSTRUCCIÓN**

**ENTREGA DEL PRODUCTO  
A UN MÁXIMO DE 72HRS.**

**WWW.DISPIESA.COM • PBX:2282.0641 CEL:8353.1332 • LA URUCA, SAN JOSÉ**

ventas@dispiesa.com

expo

**FERRETERA**

su herramienta de negocios



# A la búsqueda **DE NEGOCIOS**

Los compradores respondieron a la cita, y en su mayoría, se sentaron en la mesa de negocios. Hoy las empresas expositoras, siguen cosechando los resultados.

“Todo ha estado muy bueno, hay mucha atracción. El stand de Brotimex es el que más me ha gustado, junto con el de Metals Fivestar por los productos que tienen”, Alberto López | Gerente General, de The Tools Place Costa Rica.



“Todo ha estado muy bueno, hay mucha atracción. El stand de Brotimex es el que más me ha gustado, junto con el de Metals Fivestar por los productos que tienen”, Alberto López Gerente General, de The Tools Place Costa Rica.



“Me pareció interesante la oferta de las empresas que están participando. Me gustó el stand de Matra y el de ArcelorMittal. Claro que volveré el año entrante”, Johan Villamil Gerente General, de Grupo CR Casas.

## ¿SIENTE A SU COMPETENCIA MÁS FUERTE?





# Hicieron su "hogar" **EN EXPOFERRETERA**



Sabían claramente que esta era una vitrina para darse a conocer con más fuerza en el mercado, por eso no dudaron en "meterle" un gol a sus competidores de productos para el hogar.

Se trata de la nueva división de Unidos Mayoreo que comercializa todo lo que tiene que ver con artículos para el hogar y que se mueven con fuerza en las ferreterías.

"Llegamos a promover nuestras líneas nuevas. Sabíamos que había muchos ferreteros que no conocen de este departamento que hemos empezado a

desarrollar, por eso trajimos todos los productos a la feria", contó Carlos Cordero, Supervisor de Ventas del Área de Hogar, de Unidos Mayoreo.

Aquí los clientes pudieron ver sillas plásticas, macetas, gaveteros, armarios, basureros, organizadores, una línea completa de cajas para herramientas y más, bajo marcas como Rimax, Megaplast y Plastihogar.

Cordero dice que para el ferretero es importante contar con estas líneas, ya que pueden aumentar el tráfico de clientes femeninos en los negocios, "pues son las mujeres las que se ven mayormente atraídas, sobre todo porque contamos con unas cajas organizadoras y de herramientas para ellas". Cordero dice que los ferreteros que llegaron a la Expo pudieron darse cuenta que estos productos les pueden dejar una utilidad que ronda el 50%. "Aquí les dimos toda la asesoría para tener el inventario idóneo", indico Cordero.

"Muchos clientes conocieron esta área y tuvieron contacto con los productos, y de pas, se apuntaron con nosotros para desarrollar departamentos de hogar en los negocios", aseguró.

## ¿SERÁ QUE LE HACE FALTA IR A EXPOFERRETERA?

# expo FERRETERA

*su herramienta de negocios*

**29, 30 Y 31 DE MAYO, 2015**  
**CENTRO DE EVENTOS PEDREGAL**

**RESERVE SU STAND:**

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

Tel: (506)4001-6726 / 7014-3611

**REGÍSTRESE Y ADQUIERA SU ENTRADA EN:**

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



Expoferretera



/Expoferretera Costa Rica



## Productos Ferreteros

**Los ahorradores Westinghouse** son un producto de calidad y reconocimiento mundial. Su diseño en espiral, watts desde los 5 hasta los 65, con 10.000 horas de duración y hasta 2600 lumens, son parte de sus características. Además, vienen en diversos colores: azul, rojo, verde, negro, amarillo contra insectos, luz de día y luz cálida.

*Distribuye: Taiké.*  
*Tel.: (506) 2231-7307*



Taiké tiene como novedad las **lámparas LED**, usadas en cualquier aplicación comercial y residencial, por su ahorro energético, resistencia a los encendidos y apagados continuos y mayor vida útil. Uno de los productos más buscado es el Empotrable LED RF-20273 de la marca IRADI. Disponible en luz blanca o cálida y en blanco o plateado. Adquiéralos en las principales ferreterías del país.

*Distribuye: Taiké.*  
*Tel.: (506) 2231-7307*

Quien quita  
un quite...



### Promoción válida:

02/Jun/2014 al 30/Set/2014  
El Sorteo se realizará el  
Viernes 03/Oct/14

Ver reglamento:

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

Aplican restricciones

**Incluye:** Vehículo, marchamo  
y RTV al día, primera revisión  
de mantenimiento gratis.

*Imagen con fines ilustrativos*

# ¡Puede ser suyo!

Participa en la rifa de un Toyota Hilux 2014 por la compra mínima de **¢750,000.00** en productos patrocinadores.

EL ELECTRICO   
**FERRETERO S.A.**



San Francisco de Dos Ríos,  
San José, Costa Rica.  
Tel: (506) 4055-1777  
Fax: (506) 2259-3535  
[www.electricoferretero.com](http://www.electricoferretero.com)

**Bombilla de rosca E27.** 140 grados. Colores: blanco, blanco cálido. Ángulo de iluminación: 140 grados. Voltaje: 85-165VAC.

Distribuye: Led Solutions  
Tel.: (506) 2239-6314



**Bombillas dicrónica. MR 16 pines y ojo de buey.** Ángulo de iluminación: 60 grados. Lúmenes 210 y 450. Diseñadas para interiores.

Distribuye: Led Solutions  
Tel.: (506) 2239-6314

### **Fosfatizador Desengrasante**

Sistema desengrasante para metal. Forma capas de fosfatos metálicos difícilmente solubles sobre el material base. Anticorrosivo.

### **Aluminux Limpiador y pulidor a base de agua.**

Desengrasante multipropósito. Desengrasante a base de agua, para bases metálicas, funciona en diferentes temperaturas desde frío hasta en vapor.

### **Transformador de herrumbre**

Tratamiento anticorrosivo para la protección de metales ferrosos.

### **Removedor de herrumbre**

La combinación de acondicionadores y agentes activos concentrados proveen un producto de limpieza, contiene inhibidores que dan protección al metal base. Una vez removido el óxido, deja una capa de fosfatos.

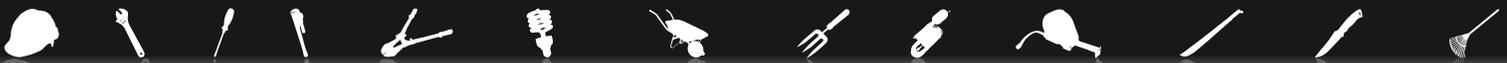
Distribuye: Sorie de Centroamérica  
Tel: (506) 2296-3005



Sección patrocinada por:



FUERZA EN SU TRABAJO



# Lista de Anunciantes

Empresa	Contacto	Cargo	Teléfono	Fax	Apartado	email
Capris	Peter Ossenbach Kröschel	Gerente General	(506) 2519-5000	(506) 2520-1579	7-2400 San José 1000, Costa Rica.	peter.ossenbach@capris.co.cr
INTACO	Roger Jimenez	Gerente Comercial	(506) 2211-1717	(506) 2222-4785	N.D	roger.jimenez@intaco.com
Kativo	Adriana Brenes	Gerente de Mercadeo	(506) 2518-7300	N.D	N.D	adriana.brenes@pintuco.com
Lanco Harris	Ignacio Osante	Gerente General	(506) 2438-2257	(506)2438-2162	N.D	lancoyharris@racsa.co.cr
Tornillos la Uruca	Enrique Araya	Gerente General	(506) 2256-5212			gerencia@tornilloslauruca.com
Imacasa	Andrés Zamora	Gerente General	(506)2293-2780	(506)2293-4673	N.D	azamora@imacasa.com
Distribuidora Pledades S.A DISPIESA	Sergio Zamora Castro	Gerente General	(506)2282-0641	2282-2872		szamora@dispiesa.com
Torneca	Luis Fernando Quesada Coghi	Gerente General	(506) 2207-7777	2207-7700	N.D	lquesada@torneca.com
Sika	Juan Carlos Sayago	Gerente General	2293-3870			
El ELECTRICO Ferretero	Mario Leiva	Gerente Ventas	2259 01 01	2259 3535		mleiva@electricoferretero.com
Taike	David Tseng	Gerente General	(506) 2231-7307			dt seng@taikecr.com
Black & Decker	Kenia Delgado	Coordinadora Mercadeo	(506) 2234-7286	N.D	N.D	kenia.delgado@sbdinc.com
Importaciones VEGA	Rafael Vargas	Gerente General	(506) 2494-4600	(506) 2444-8351	N.D	rvargas@importacionesvega.com
Vertice	Eitan Rosenstock	Gerente General	2256-6070	2257-4616		info@verticecr.com
Novitec	Juan Bautista Bermúdez	Gerente General	2528-5828			jbermudez@novitec.cr
Rosejo	Rodrigo Martinez	Gerente de Ventas	2296-7670			rmartinez@rosejo.com
Mayoreo Abonos Agro	Manrique Jimenez	Gerente Comercial	2211-5000			mjimenezm@abonosagro.com

## Encuentre el talento que su empresa necesita en **expoempleo**

12 años

Enlace entre empresas y talentos

**Del 5 al 7  
de Setiembre  
Antigua Aduana**

Visite la Zona: **expocarrera**

**EMPRENDA**  
#yoemprendo

**HERBALIFE**  
Distribuidor Independiente

Adquiera su entrada gratis en:  
**www.expoempleo.net**

**f** /ExpoempleoCR



**¡Reserve su stand!** Sergio Murillo Asesor Comercial • Tel.: 4001-6747 • Cel: 7014-3610  
sergio@ekaconsultores.com

Mariela Smith Asesora Comercial • Tel.: 4001-6739 • Cel: 7014-3608  
mariela@ekaconsultores.com

Organizan:  
**EKA**  
LA REVISTA EMPRESARIAL

Patrocinan:  
**cultura juvenil**  
**247**

**CONVERGYS**  
Digital Marketing Consulting

**amazon**

**Camera de Recipros**  
Costa Rica

**Manpower**

**LanguoLine**  
Soluciones

**Outsource**  
by GENE

**AUXIS**  
Language & Training

**hp**

**GRUPO BIMBO**

**Henkel**

**PEPSICO**

**HR**

**IP**

**FOUR SEASONS**  
Hotels and Resorts

**Roche**

**REVA**

**PULL&BEAR**

**Bershka**

**Madonna**

**Maximino Dutti**

**oysho**

**ZARA**

**ZARA HOME**

**S**

**BAC CREDITMATIC**

**CORREOS**  
POSTAL COSTA RICA

**PRESTITA**

**P**

**Politécnico**  
Internacional

**Teleperformance**  
Transforming Success into Excellence

Expositores Confirmados al 30 de julio, 2014

# Ferretería de CEDROS NUEVOS

El Cedral de Puriscal, un negocio con sangre de empresarios jóvenes, pero con la cautela que significa no irse de bruces ante los negocios que “parecen” buenos...



Con la guía de su padre, Michael, Rebeca, Andrea y Alcides, llevan sobre sí un negocio que atiende cerca de 400 clientes diarios.

¿Qué le podría parecer si le cuento que ese día, en la plena entrada de la ferretería, un poquito más allá de los linderos del parqueo, nos recibieron unos bananos? Así es, eran como 5 racimos apostados en plena entrada, un encuentro que nos reafirma cada vez más que en las ferreterías se vende de todo, es solo cuestión de aplicar la creatividad para crear la necesidad en los compradores.

Aquí en Puriscal, hace 17 años, lo que se pensaba se iba a convertir en una estación de autobuses, terminó siendo todo un reto. Al inicio era una ferretería que Alcides Artavia adquirió en muy malas condiciones, pero llevado por ese instinto de empresario, decidió invertir y levantarlo, a pesar de que salvarlo requería de una suma del doble a la compra.

Hoy, el Cedral de Puriscal, en el mero centro del cantón, no solo ha sobrevivido todos estos años, sino que se inyectó de la segunda generación, con sangre empresaria joven, pues a Artavia, lo acompañan no solo su esposa Elizabeth Vargas, sino que la toma de decisiones participan sus hijos: Alcides, Rebeca, Andrea, y Michael.

Ahora los hermanos se reparten entre la administración del negocio, y lo hacen por áreas: Alcides en la parte financiera y gerencial, Andrea se encarga de la parte de acabados y ventas, Rebeca de todo lo que tiene que ver con cuentas por cobrar y Michael de toda la parte logística.

“Mi papá siempre ha sido muy emprendedor, y eso nos lo ha contagiado”, dice Alcides, como para encontrar una respuesta que justifique mantenerse por casi dos décadas.

La ferretería está separada del depósito de materiales por un supermercado, pero Alcides dice que eso lejos de ser un obstáculo, “más bien nos ha ayudado a tener más tráfico de clientes”.



6000 m2 componen a El Cedral. Variedad, precios, responsabilidad son valores que según sus dueños los ha hecho más competitivos en la zona.

## Diversificados

También manejan una fábrica de tubería de concreto que complementan con el depósito.

Alcides dice que como empresarios jóvenes se sienten felices, pues el negocio se encuentra estable y eso le da satisfacción “porque siento que incluso en las crisis, nos ha ido bien”, recalca Artavia.

Para él no existen secretos, pues además de estar en un punto céntrico, hay otros valores que los respaldan. “Nunca hay que alejarse de las cosas claras que hacen exitoso a un negocio: honestidad, variedad, un buen precio, calidad y servicio, pero sobre todo ser responsable porque lo que se le diga al cliente es sagrado”.

Alcides dice que siempre ante cualquier decisión “está lo que nos ha dicho mi padre que un buen negocio es el que deja amigos”, y dice que siempre se guían con el norte de ganar-ganar.

Bueno y para quienes se preguntan si se puede hacer equipo con prácticamente la familia dentro de la tienda, Alcides sonríe y dice que

“siempre es un tema complicado, pero nos hemos entendido bien. Siento que no mezclarnos en funciones y delegarnos ciertas tareas ha hecho que nos vaya bien”.

Resalta que cuando hay una discrepancia, media hora después todo se olvida, “y eso facilita las cosas”.

Alcides dice que no quieren quedarse ahí, por eso miran con optimismo el sueño de tener otro Cedral, pero es cauto al indicar que “está el proyecto en mente, y vamos hacia allá, pero queremos ordenarnos aún más para abrir otra sucursal”.

Lo que sí han hecho es, como empresarios, diversificarse con otros negocios, por eso hasta con un restaurante cuentan en la zona.

Sección patrocinada por:



# IRADI en la cumbre de las luminarias

Por IRADI

IRADI es la marca propia de luminarias de alta calidad que Taiké pone a disposición de todos los costarricenses.



Exhibidores que disfrutarán los distribuidores de Taiké

Con más de 300 estilos, se pueden encontrar las siguientes líneas de productos de iluminación IRADI:

- Colgantes: muy decorativas, imponen moda y brindan status.
- Plafones: utilizadas como luz general en espacios con cielos rasos bajos.
- Empotrables: su función principal es iluminar de forma puntual y directa uno o varios objetos.
- Apliques: ideales para colocar en la pared como ambientación.
- Para mesa: especiales junto a la cama o sobre mesitas para crear ambientes confortables.
- De pie: móviles, decorativas y funcionales; ocupan poco espacio.
- Faroles: resistentes al polvo, agua y calor, debido a su material anticorrosivo.
- Tortugas: resistentes a golpes, calor y agua. No sufren de corrosión.
- Fluorescentes: eficiencia energética,

buena luz y diferentes temperaturas de color.

Actualmente, también se ha incursionado en lámparas LED, que se usan en cualquier aplicación comercial y residencial, por su ahorro energético, resistencia a los encendidos y apagados continuos, y mayor vida útil.

Taiké brinda muchas facilidades a los cientos de distribuidores, que expenden sus productos IRADI, entre ellas:

- Respaldo de la marca
- Disponibilidad permanente de inventario
- Promociones
- Catálogos
- Material POP promocional
- Exhibidores
- Amplio stock en repuestos y accesorios
- Garantía de seis meses contra defectos de fábrica



**IRADI**  
*Iluminamos sus espacios*

Distribuido por

**TaiKé**  
Un legado de excelencia

Tel: 2231-7307  
info@taikecr.com  
www.taikecr.com



EXTERIORES

COLGANTES

LAMPARAS

APLIQUES

PLAFONES

BOMBILLOS

# DEWALT®



**LAS MEJORES  
HERRAMIENTAS CON LA  
MEJOR GARANTÍA.**

**Con el respaldo de más de  
23 CENTROS de SERVICIO  
en TODO el país.**

**SOLIDEZ GARANTIZADA™**

**3  
AÑOS**

**GARANTÍA  
LIMITADA**

**1  
AÑO**

**SERVICIO  
GRATUITO**

**90  
DÍAS**

**SATISFACCIÓN  
GARANTIZADA**

IMPORTACIONES  
**VEGA**  
LA RESPUESTA DEL FERRETERO

DISTRIBUYE IMPORTACIONES VEGA. | Tel.: 2494-4600 | [f](#) /importacionesvega

**SOLIDEZ GARANTIZADA.™**