

tuercas y tornillos

# TYT

LA REVISTA FERRETERA

Mayoristas preferidos p. 16

¿Epa en Guatemala? p. 24

¿Sirve la consignación? p. 30

Ferretero entre dos pasiones p. 40



## Equipo de riesgo

Rónald Aragón (de lentes), Propietario de Ferconce, con 4500 m2, en Alajuelita, es creyente del trabajo en equipo, porque con eso se puede librar cualquier escollo en el mercado ferretero. **p.32**



 /Revista TYT

Suscríbase en:  
[www.tytenlinea.com/digital](http://www.tytenlinea.com/digital)  
NOVIEMBRE 2014 año 18 / No. 221

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

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

# Constru

# TRIVIA



¿Por qué se desprenden o fisuran los repellos tan frecuentemente?

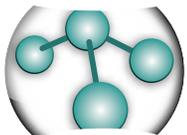
- a) La mezcla de repello tradicional puede presentar variaciones de calidad por contaminación de la arena.
- b) Algunos repellos pre-mezclados no tienen control de calidad y carecen de aditivos como polímeros y fibras.
- c) Se instalan los repellos sobre superficies muy calientes o secas.
- d) Todas las anteriores.

## La Solución

Respuesta: d) Todas las anteriores.

**Repemax® Capa Gruesa** es nuestro repello pre-mezclado modificado con polímeros que aseguran una excelente trabajabilidad, menor tiempo de mezclado y adhesión superior. Su fibra logra una integridad del repello para evitar fisuramiento y el balance de granulometría permite un acabado final completamente liso, listo para pintar, ahorrándole al constructor tiempo, dinero y esfuerzo.

### Polímero



Tecnología adhesiva



Contiene fibra

### Acabado fino



Listo para pintar



¡Espera más Construcción Trivias todas las semanas!

Escríbenos al correo [clientes.cr@intaco.com](mailto:clientes.cr@intaco.com) y vuélvete un experto en construcción y asesoría

# Seis características juntas que la hacen INSUPERABLE



## MAXIMA Hi-DEF

LA MEJOR PINTURA  
DEL MUNDO

01

**MAXIMA COBERTURA**  
porque es base y pintura de una vez

02

**MAXIMO PODER**  
ANTI-HONGOS, ANTI-ALGAS  
y ANTI-LIQUENES

03

**MAXIMA DURACION**  
a la intemperie por su  
fórmula de Protección UV

04

**MAXIMA DEFINICION**  
para colores intensos

05

**MAXIMA SEGURIDAD**  
porque es Cero C.O.V.  
(sin gases tóxicos)

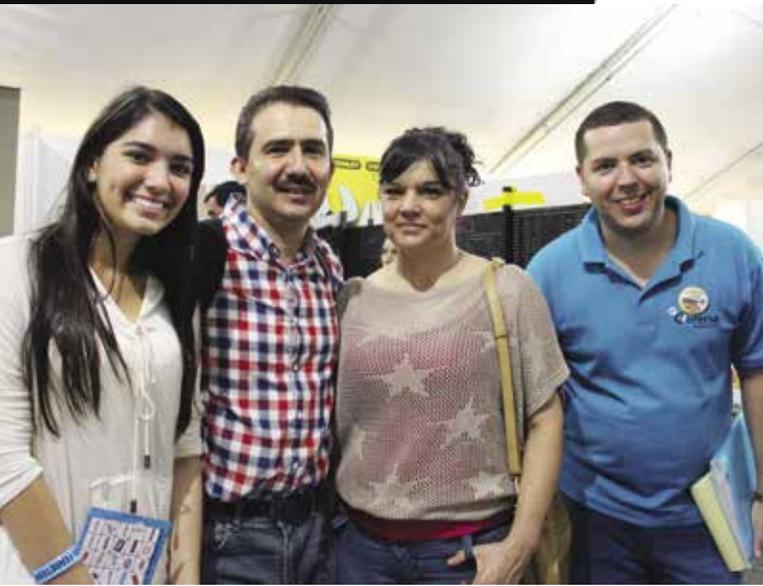
06

**MAXIMA GARANTIA DE POR VIDA**

**MI MUNDO ES MEJOR CON LANCO**

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





## PINCELADAS

**10** Fama en un local nuevo Fama en un local nuevo  
Promoción del Electrico Ferretero

**34** PERFIL  
De fiesta por Cofersa

Mauricio Robles, Administrador de Materiales Samuel, viajó desde San Marcos de Tarrazú para conocer los productos nuevos que había en la feria de Cofersa

## MERCADEO

**14** El servicio: estrategia muy rentable  
Se ha preguntado últimamente: ¿cuántos clientes ha perdido su organización por brindar un mal servicio? Está comprobado que cuando la calidad de servicio cae, de manera automática, caen las ventas.

## EL FERRETERO

**40** La Carreta: yunta de pasiones  
La Carreta: yunta de pasiones  
¿Cómo hace un ferretero para atender dos pasiones: un equipo de fútbol y su negocio, complementarlos, sacarlos adelante y hacerlos crecer?

## Perfil

- 24** Epa llegaría a Guatemala
- 26** Gallo ferretero en La Pampa
- 28** Imacasa a la “caza” de sus clientes
- 30** ¿Está su consigna en la consignación?
- 32** Ferconce apela al trabajo en equipo

## En Concreto

**16** ¿Cómo estar entre los mayoristas preferidos?  
Los ferreteros reconocen a sus aliados comerciales como las compañías que se preocupan por ayudarles a mover los productos, los que otorgan precios competitivos, brindan capacitaciones acertadas, y entregas eficientes.

**37** Productos Ferreteros



Lea TyT en digital:

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

3.081 vistas en la edición digital



# Conquistando el corazón de los ticos...

Gracias por hacer de **UNIVERSAL DE TORNILLOS** su herramienta de trabajo...

**INDUSTRIA**



**AUTOMOTRIZ**



**FERRETERO**



**UNIVERSAL**  
**DE TORNILLOS Y**  
**HERRAMIENTAS**

**SU TORNILLERO DE CONFIANZA**

- ✓ **Calidad**
- ✓ **Servicio oportuno**
- ✓ **Inventarios permanentes**
- ✓ **Precios competitivos**

*Elegidos entre los mejores mayoristas ferreteros del país..!*

CONSULTE NUESTRAS MARCAS

**TONSAN**

**bianditz**

**STACK-ON**

**Orientflex**  
Abrasivos

**VACA**

**IREGA**

**V-tech**

**XINGLU**

**COVALCA**

**Quveco**  
PRODUCTS

**UTH**

**SHUTER**

**Tarin**  
**BIG RED**

**FAST**

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

[servicioalcliente@unitorni.com](mailto:servicioalcliente@unitorni.com)

Central:2243-7676

Servicio al cliente:2243-7661

## 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

Irania Salazar

## Suscripciones

Tel: 4001-6722  
revistaty@ekaconsultores.com

## Suscribase en:

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

Una producción de  
EKA Consultores Internacional  
Apartado 11406-1000  
San José, Costa Rica  
[contacto@ekaconsultores.com](mailto:contacto@ekaconsultores.com)



## En nuestra próxima edición Diciembre / TYT 222

### Las 50 marcas más vendidas del año

Un ranking que muestra de acuerdo con el criterio de los ferreteros, las marcas más movidas en los negocios. Un especial que muestra las marcas más vendidas y de mayor recordación por los empresarios ferreteros.

### Especial: Productos del agua

Bombas para agua, tanques para agua, sistemas hidroneumáticos, hidrolavadoras, filtros, mangueras y plomería, tubería, grifería interna y externa, accesorios para bombas e irrigación, accesorios para tanques, cisternas, irrigación por goteo, riego, timers, válvulas de riego, calentadores de agua y accesorios, productos para limpieza de drenajes y destaqueo, coladeras, válvulas, químicos para destapar drenajes, filtros para fregadero, filtros de agua, filtros de agua especiales.

**Cierre comercial: 17 de noviembre, 2014**



## Anúnciese en TYT Y exponga en Expoferretera y Expoautomotriz

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

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

**Tecno Lite**  
LA LUZ ES TUYA

**MADISA**

**SUPER BATERÍAS**  
LOS ESPECIALISTAS EN BATERÍAS

**DUARCO**

**BACOV**  
DE CENTROAMÉRICA S.A.

**GRUPO KATIVO**  
An H.B. Fuller Company

**SUR**

**CÁMARA DE EMPRESARIOS DEL COMBUSTIBLE**

**CONSTRU PLAZA**

**Grupo Indianapolis**



# GÁNESE

1 MOTO FREEDOM FAST 150 CC

AL COMPRAR  
PRODUCTOS  
CEDEX

MACHETES  
MASACA  
SPRAYS 7CF



# 25%

descuento  
en productos  
patrocinadores.

TAMBIÉN PUEDE

# GANAR

1 Pantalla de 32"  
1 Tablet de 7"



\* El sorteo se llevará a cabo el día viernes 15 de enero del 2015. Imágenes con carácter ilustrativo.



# ENTRE MÍNIMOS Y MAXIMOS

Sentados en una mesa, allá en una de esas pocas tardes, en las que por casualidad no llovió en octubre, conversaba con un ferretero un par de temas que quisiera compartir con ustedes, y que manera de pregunta, introduzco el primero de ellos: ¿Cuáles son las ventas más exitosas: las que se enfocan en vender material pesado o de construcción o las propias de artículos ferreteros?

Podríamos decir, incluso asegurar, que lograr una venta conlleva ya un éxito para el negocio, pero si entramos a desmenuzar un poco más sobre el valor de la venta, o bien, la utilidad que significa para el negocio, hay diferencias sustanciales.

En términos de rentabilidad, para darnos a entender, 25 transacciones de material pesado no significan lo mismo que 25 transacciones de artículos ferreteros. Pueden, necesariamente, tener más peso contable las ventas de ferretería.

Sin embargo, hay que tener presente que para vender material pesado no se puede sin la ferretería, y la ferretería no se puede sin los artículos que llamamos de obra gris, cuando de tener un negocio completo se trata.

Mientras, por ejemplo, hay productos de obra gris que otorgan un margen de ganancia entre un 5% y un 7%, hay artículos de ferretería que arrojan entre un 20% y 40% o más.

Un ejemplo más claro, si la ferretería gana cerca de ₡3000 en la venta de 10 sacos de cemento, pero un mínimo de ₡12000 en la venta de dos lámparas, entonces sería bueno, pensar por un lado en que los vendedores sepan esto, pero sin descuidar, como decimos, las ventas de material pesado, que siempre serán estrictamente necesarias y funcionan acertadamente como ganchos para vender los productos ferreteros.

Otro tema que el ferretero no debería descuidar ni un segundo, es precisamente, los mínimos y máximos de inventario. Esto ayuda y evita a no exceder los productos que se tienen en stock y a no quedarse sin artículos y tener que devolver a los clientes.

Además se tiene muy claro la capacidad de rotación de un producto y se evita caer en las famosas "pegas".

La clave en un negocio está centrada en el uso eficiente de su espacio, y en el espacio debe estar aquellos artículos que más se venden, los que más buscan los compradores.

Quizás estos temas sean más que conocidos y la "comidilla" diaria de todos los negocios, pero siempre vale la pena, recordarlos...

Hugo Ulate Sandoval  
hugo@ekaconsultores.com



No te limites,  
porque con GE y  
sus breaker  
termomagnéticos  
de 1/2" si puedes  
ampliar tu centro  
de carga.

Porque la media  
si vale con GE



GE CENTROS DE CARGA  
BREAKER  
TERMOMAGNÉTICOS 1"  
BREAKER  
TERMOMAGNÉTICOS 1/2"  
SUPRESORES DE VOLTAJE  
BREAKER FALLA TIERRA  
BREAKER FALLA ARCO



ELEKTRO  
SYSTEMAS  
ELK-SOLUCIONES FERRETERAS

Distribuye  
Elektrosystemas  
de Costa Rica

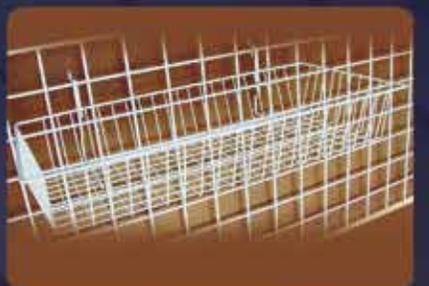
Tel: (506) 2456-2020  
Fax: (506) 2456-2525

# VERTICE

Lider en sistemas de exhibición y almacenamiento



## Venda y rote su inventario...



Llámenos y reciba asesoría gratis: (506) 2256-6070

Búscanos en: [verticecr.com](http://verticecr.com) | [info@verticecr.com](mailto:info@verticecr.com)  [VerticeCr](https://www.facebook.com/VerticeCr)



El evento donde  
encuentra todo  
lo que necesita  
para su oficina

## EXPO OFICINA Y TECNOLOGIA

**Martes 3 y  
Miércoles 4  
de Febrero, 2015**

Wyndham San José Herradura, Costa Rica

### Expositores:

- Mobiliario
- Servicios de impresión
- Suministros de oficina
- Servicios de TI
- Desarrolladores de oficinas y áreas comerciales
- Servicios de finanzas y seguros
- Servicios al personal y Reclutamiento
- Servicios de Outsourcing
- Decoración de oficinas
- Servicios de capacitación y educación

### Actividades simultáneas:



- Premio Oficina Verde

- Networking Coffee • Charlas

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

Horario: Martes 11:00 a.m. — 8:00 p.m.  
Miércoles 11:00 a.m. — 6:00 p.m.

### Reserve su stand

Astrid Madrigal  
astrid@ekaconsultores.com  
Cel: (506)7014-3607  
Tel: (506) 4001-6725

## Pinceladas

# CARTAS

### Pedidos sin norte

Quiero felicitarlos por el gran trabajo que realizan en el mundo ferretero.

Comparto un tema que sería importante lo puedan comentar en TYT.

Los mayoristas se comprometen a enviar la mercadería por transporte, pero después de 8 días se llama al agente a preguntar por el pedido y... algunos dicen que se traspapeló, o aducen problemas de facturación o de bodega.

Pensé que solo pasaba en mi ferretería, pero hablando con otro colega me expresó lo mismo. Lo preocupante es que dicen que está dura la calle, pero no quieren vender.

Igual nos pasó con Cofersa que tienen ruta a San Carlos los martes y jueves. Hemos hecho el pedido hasta 8 días antes, pasaron las 2 rutas y no dejan nada... Llamamos y nos comentan que fue error de facturación o de transporte y que redacte un correo con la queja...

La última fue con Unidos Mayoreo. Llamé al agente porque me urgían unos productos para que los enviara por Cajeta Express, pasaron 3 días y nada. Llamé y me indicaron que ya estaba en ruta, pero nada. El asunto es que llegó 8 días después... Estas son historias que pasan con frecuencia.

Un gusto saludarles y siempre abierta la invitación a que nos visiten en la ferretería.

*Miller Piedra, Ferretería Miller  
San Carlos, Costa Rica*

## ¡VAYA PROMOCIÓN!

El día que desde El Eléctrico Ferretero llamaron a Juan Carlos Cedeño para comunicarle que era el ganador del pick-up, por sus compras a la compañía, primero casi se va de espaldas y después de casi un minuto de silencio no podía creerlo.

Con un negocio en el mercado de La Coca-Cola en San José, Cedeño es uno de los clientes que se apuntaron con la promoción al adquirir productos de los proveedores del Eléctrico Ferretero.

"El Eléctrico siempre ha sido uno de mis principales proveedores, agradezco todo el apoyo y este premio", dijo Cedeño, evidentemente, emocionado.



Juan Carlos Cedeño, micrófono en mano, y quien tiene su ferretería en el Mercado de la Coca-Cola se fue en pick-up, con la promoción de El Eléctrico Ferretero.

# FAMA EN UN LOCAL NUEVO

A Distribuidora Fama literalmente, parece sobrarle la fama porque a pesar de que se trasladó a un local nuevo, sus compradores continúan llegando...

Y decimos esto porque a veces con los cambios hay que enfrentar ciertos obstáculos, sobre todo mientras los clientes se acostumbran y encuentran el nuevo local.

Aunque apenas se trasladó 50 metros de donde estaba anteriormente, su propietario dice no confiarse, pues en el mercado hay mucha competencia.

"Hace 6 meses estrenamos este local, que nos permite estar un poco más cómodos y hacemos más fuertes en valores como la exhibición de productos", agrega Seledino Valverde, Propietario, quien agrega que "Es cierto que muchos clientes nos conocen, pues estamos en el mercado desde hace 23 años", dice Valverde.

"Aquí nos sentimos bien, y con más espacio hemos incorporado más líneas que antes no teníamos", dice Seledino, al tiempo que advierte que pasaron de un inmueble de 600 a casi 1000 m<sup>2</sup>, y le incorporaron no solo más orden y mayor exhibición sino un área de parqueo, pues antes los clientes sufrían de constantes dolores de cabeza por tener que aparcar en la calle, a pesar de que en la ferretería les ayudaran con la boleta.



Randy Lauren, Jorge Bustos, Jeremy Lara, del Equipo de Compras y Seledino Valverde, Propietario de Distribuidora Fama, en Alajuela, coinciden en que los cambios siempre benefician y que los compradores han estado llegando con más comodidad al nuevo local.

**IMACASA**  
FUERZA EN SU TRABAJO

**FUERZA  
EN SU TRABAJO**

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

# HONEYWELL CERRADURAS ES IGUAL A SEGURIDAD

Por IHD

IHD incursiona en Costa Rica con varias líneas, entre ellas le apuesta fuerte a su marca de cerraduras Honeywell Cerraduras.

Una de las características del producto y las más importante es el sistema "anti-bump" o anti-llave maestra, brindando mayor seguridad a la línea residencial. El método bumping es una técnica muy habitual en robos, tanto en viviendas como en negocios y sólo son necesarios una llave debidamente manipulada y cualquier objeto con el que golpear, por ejemplo, un simple destornillador.

La segunda característica más importante es la cubierta protectora en la "estría" o alrededor del "ojo" de la cerradura, que impide el desplazamiento del mismo. Otros elementos diferenciadores que sobresalen de la competencia, es el plato del pestillo en ángulo que no permite doblar dando mayor seguridad, fácil función de recodificación y calidad en los materiales y acabados.

- **¿Al ser el factor seguridad un elemento fundamental en el**

**mercado, qué tanto lo cumplen sus cerraduras?**

Las cerraduras Honeywell vienen con una garantía vitalicia mecánica y de acabado al consumidor original, contra defectos del material y de mano de obra. Nuestras cerraduras Honeywell están diseñadas para proteger lo que es más importante para nuestros clientes.

- **¿Por qué un ferretero debería aliarse con sus productos?**

En un mercado competitivo como el de las cerraduras, los ferreteros deben de aliarse con una marca que desarrolle una ventaja competitiva como Honeywell. Las cerraduras Honeywell están fabricadas para brindar mayor seguridad, vienen en varios modelos y colores para sus clientes. La marca Honeywell la pueden adquirir por medio de nuestro distribuidor autorizado Mayoreo Indianapolis.

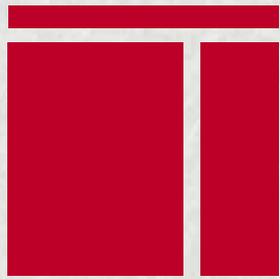


## Honeywell

**Distribuidor Autorizado  
Indianápolis Mayoreo**



Tel (506) 22-36-69-60  
[www.grupoindianapolis.com](http://www.grupoindianapolis.com)



# TOSCANA

*Pinta con los colores de Toscana*

**TOSCANA GOLD MELÓN**  
211015-05

**TOSCANA GOLD OCRE**  
211009-05

**TOSCANA GOLD VERDE**  
211014-05

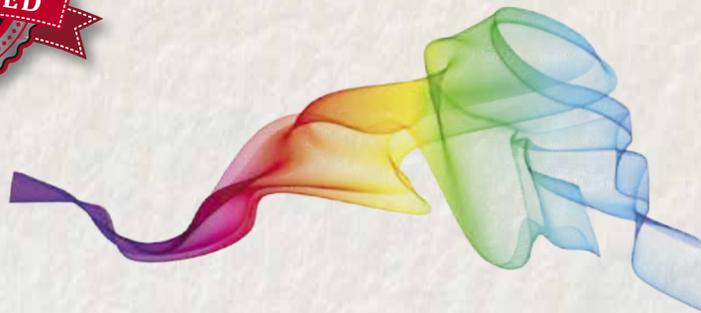
**TOSCANA GOLD GREEN GRASS**  
211008-05

**TOSCANA GOLD TERRACOTA**  
211007-05

**100% garantizada**  
**GUARANTEED**  
Quality

**Premium Quality**

TOSCANA, ITALIA.



La pintura para interiores y exteriores Toscana es **100% garantizada**, con licencia norteamericana y elaborada con tecnología de última generación, certificada en Estados Unidos; siendo así, la pintura con los más altos estándares de calidad y al mejor precio. Entonces...¿Para qué pagar más?



IMPORTADO PARA COSTA RICA POR IMPORTACIONES VEGA S.A.

SERVICIO AL CLIENTE. E-MAIL: [TOSCANA@IMPORTACIONESVEGA.COM](mailto:TOSCANA@IMPORTACIONESVEGA.COM) | TEL.: (506) 2494-9600





# El servicio: **ESTRATEGIA MUY RENTABLE**

Por MSc. José David Ulloa Soto, Mercadólogo y Economista

Se ha preguntado últimamente: ¿cuántos clientes ha perdido su organización por brindar un mal servicio?

Está comprobado que cuando la calidad de servicio cae, de manera automática, caen las ventas. Pero aparentemente los gerentes sufrimos de una enfermedad llamada Miopía del Servicio. Creemos que nuestros servicios son excelentes, pero en la realidad somos peores de lo que pensamos.

La calidad de servicio es una herramienta de ventas, de hecho es una ventaja competitiva si se logra ser percibido de esta manera ante el mercado, donde el ingreso constante de nuevos competidores y la aparición de un consumidor más informado y exigente, hace que cada vez sea más difícil adquirir nuevos compradores y mucho más complejo retenerlos.

Los mercados han cambiado radicalmente. Hasta existen investigaciones que respaldan y mencionan lo siguiente: cerca del 60% de las ventas de un negocio se dan actualmente porque al cliente le agradó la calidad de servicio.

Sea cual sea su negocio, usted se encuentra en el negocio de los servicios, aunque usted venda productos. Es difícil comprender porque en incontables ocasiones nos topamos con empresas que no le prestan la debida atención a la calidad de servicio que se le brinda al cliente, cuando el SERVICIO es la salvación de cualquier negocio, porque nos da como resultado retención, lealtad, reputación y recomendaciones gratuitas de nuestros mismos compradores.

## Un plan

¿Qué puedo hacer para desarrollar un Plan de Retención de clientes y Mejora de Servicio? Primero debemos utilizar técnicas de recolección de datos para poder contestar preguntas como: ¿usted nos recomendaría?, ¿qué le molesta al cliente de nuestro servicio?, ¿cómo puedo agilizar el proceso de pedido para entregar más pronto al cliente?, ¿cómo puedo promover la calidad de mi producto mediante el servicio?, ¿qué es lo más importante para los clientes?

Y, luego de haber averiguado qué sucede en nuestro negocio, podemos encontrar soluciones según la necesidad como: Programas de Capacitación del Personal en Servicio al Cliente, Programas de Recompensa para Clientes, Muestras Gratis, Implementación de Software de Administración y Relacionamiento con los Clientes (CRM), establecimiento de Guiones

de Atención al Público, Creación de Programas de Lealtad, Tarjetas de Fidelización, Concursos, entre otros.

Sea cual sea su negocio o profesión, lo que vendemos es satisfacción; y no como se piensa erróneamente “nuestros conocimientos especializados”. Su empresa no debe realizar su tarea brillantemente. Lo que debe hacer es satisfacer por completo a sus clientes y eliminarles las fricciones de adquirir sus productos o servicios. Su tarea no es desempeñar una función, es satisfacer.

La American Management Association, realizó estudios donde confirman que hasta el 65% del volumen de ventas promedio de una empresa proviene de clientes satisfechos. Otros estudios demuestran que la calidad de servicio es sumamente eficaz para atraer nuevos clientes e incrementar el volumen de negocios. Una empresa que implemente una verdadera estrategia de servicio definitivamente tendrá más posibilidades de ser rentable, más competitiva y con mayores probabilidades de sobrevivir en el mercado.

Años atrás, se hablaba que un cliente satisfecho se lo contaba en promedio a cinco personas y un cliente molesto se lo decía en promedio a once personas, pero esto quedó en el pasado. Actualmente, con la difusión de las redes sociales, el impacto del boca en boca es mucho mayor. Por este motivo, es mejor pensar en la prioridad que dará en su negocio al servicio que brinda a sus clientes.

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



# IMPERSA

CONSTRUYA MEJOR

MORTERO

LATEX

ACRYL

MORTEROS

ADITIVO

LATEX

PEGACERAMICA

IMPERCRETE PREMIUM

IMPRECRETE

IMPERCRETE PLUS

REPELLO

ADHESIVOS

PARA PORCELANATO

CERAMICA



IMPERCRYL

PEGACERAMICA

IMPERCRYL

PORCELANATO

## ¿Le cambio estos premios por una cita?

Visítenos en:

### expo FERRETERA

su herramienta de negocios

**Stands #926 y 1025**

29-31 Mayo, 2015



Tel: (506) 2218-1110 | 2236-0421 • Fax (506) 2218-1107 | 2297-3355 • [www.impersacr.com](http://www.impersacr.com) • E-mail: [info@impersacr.com](mailto:info@impersacr.com)

Llene y entregue este cupón al agente de ventas de IMPERSA en su próxima visita y gáñese una motocicleta FREEDOM SPIRIT 200, año 2015 y dos pantallas LCD de 40"



Nombre del comprador: \_\_\_\_\_

Ferretería: \_\_\_\_\_

Teléfono: \_\_\_\_\_

E-Mail: \_\_\_\_\_

SORTEO DE PRIMERA PANTALLA 31 DE ENERO 2015, SORTEO SEGUNDA PANTALLA 25 DE ABRIL Y GRAN SORTEO DE LA MOTOCICLETA EN LA EXPOFERRETERA 2015 EL 31 DE MAYO

\* Aplican restricciones • fotos con fines ilustrativos • Ver Reglamento y más información en nuestra página web [www.impersacr.com](http://www.impersacr.com)

# ¿Cómo estar entre los MAYORISTAS PREFERIDOS?

Los ferreteros reconocen a sus aliados comerciales como las compañías que se preocupan por ayudarles a mover los productos, los que otorgan precios competitivos, brindan capacitaciones acertadas, y entregas eficientes.

## Capacitaciones más mencionadas



- Acados para madera de Sur
- Nueva ley ISO de Amanco
- Disco de 5 pulgadas de Capris
- Tour a la planta y explicación de productos INTACO
- Herramientas eléctricas Vega
- Soldadura Unidos Mayoreo
- Productos nuevos Eléctrico Ferretero
- Nuevos productos de Importadora América
- Línea GE de ElektroSystemas
- Tecni-Gypsum Lámina Ultra Light

En el sector ferretero hay todo tipo de mayoristas, tanto los que poseen un catálogo extenso de múltiples soluciones, o los que comercializan un solo producto y como máximo hasta dos.

En el mercado, vender no cuesta más que establecer con el cliente la necesidad de que tenga los productos en el negocio, lo que realmente es difícil es conseguir que el comprador se apunte en un nuevo negocio y nos vuelva a comprar.

Más que en la mente de los ferreteros, los mayoristas requieren que éstos estén anuentes y abiertos a los negocios, y que en cada oportunidad que se le presente a la ferretería, sea su empresa la elegida para comprarle.

De nada le sirve a una casa comercial que recuerden sus marcas sino las usan, si el agente vendedor no logra su objetivo: la re-compra.

En una muestra al azar, entre 100 ferreteros albergados en todo el país, divididos por las zonas geográficas con las que se trabaja en el sector: San José, Puntarenas, Zona Sur y Frontera, Limón, Heredia, Alajuela, Carretera, Zona Norte, Guanacaste, se pudo extraer, según su criterio, en este año (2014), cuáles son los mayoristas, que más les han ayudado a vender...

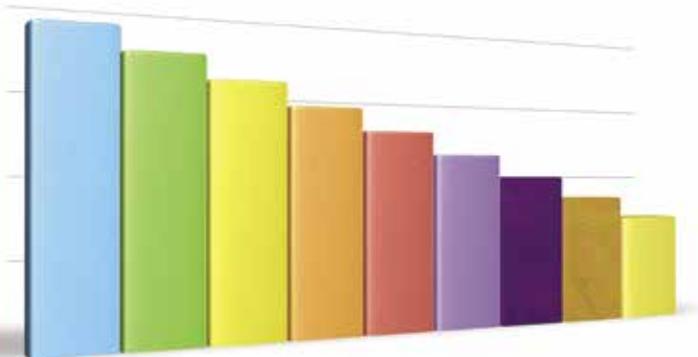
Y entiéndase vender como el servicio que conlleva detrás de una venta: apoyo en el punto de venta, productos de calidad y de una rotación aceptable, capacitaciones oportunas y fáciles de comprender, promociones y descuentos atractivos, precios competitivos, entregas eficientes, así como visitas constantes del asesor de ventas.

Entre los más mencionados destaca todo tipo de empresas como fabricantes de pintura, importadores de herramienta eléctrica y otras tecnologías, mayoristas de múltiples alternativas de producto, fabricantes de insumos para la construcción (cementos, morteros y adhesivos para cerámica)

En este listado se encuentran los mayoristas más mencionados por los compradores ferreteros, pues en la muestra se solicitó hacer la pregunta al dueño de la ferretería o en su debido caso al encargado de compras.

Las empresas fueron ordenadas alfabéticamente, omitiendo la casilla del número de menciones,

## Requisitos que deben cumplir un mayorista



- Precio
- Eficiencia en entregas
- Surtido
- Buen servicio
- Plazos de pago
- Calidad de la mercadería
- Respaldo
- Apoyo en el punto de venta
- Respuesta rápida de devoluciones

## LOS MÁS MENCIONADOS

(por orden alfabético)

- Acuña y Hernandez
- Amanco
- Capris
- Celco
- Cemex
- Cofersa
- Cosmac
- Distribuidora Arsa
- Durman
- El Eléctrico
- Ferretero
- Holcim
- Forestales Latinoamericanos
- Imacasa
- Importaciones Vega
- Importadora América
- Indianapolis
- Indudi
- INTACO
- Kativo Pintuco
- Lanco
- Macopa
- Makita
- Masaca
- Matex
- Mayoreo Abonos Agro
- Mayoreo del Itsmo
- Megalineas
- Metalco
- Sur Química
- Tecni-Gypsum
- Torneca
- Tornillos la Uruca
- Transfesa
- Unidos Mayoreo
- Universal de Tornillos

pues aunque es cierto que unas empresas fueron mayormente mencionadas que otras, lo valioso de la lista es pertenecer a ella y ser considerado por el mercado, y ya las consideraciones numéricas, podrían desvirtuar el esfuerzo que hace una empresa si se compara estadísticamente con otra, y claramente este no es el objetivo de la publicación.

Las conclusiones pueden ser muchas y variadas y si se quiere, hasta polémicas, pero indudablemente, la mención o menciones que haga un ferretero sobre sus aliados comerciales debería ser de importancia para las compañías proveedoras, pues da muestra de qué casas comerciales se preocupan por sus clientes y por hacer las cosas bien.

Detrás de cualquier mención, está el esfuerzo no solo de los agentes que procuran dar un servicio de venta y asesoría, sino toda la logística de entrega que se mueve con la empresa, para hacer llegar los productos a tiempo.

### En las mentes ferreteras

Ahora bien, la muestra fue un poco más allá, pues después de hacer la primer pregunta a los ferreteros sobre sus socios comerciales, les solicitamos indicar cuál ha sido la capacitación que más recuerdan y que más le ha colaborado en su negocio, para asesorar los clientes.

Aquí, los ferreteros destacaron capacitaciones como los acabados en madera de Sur, la nueva ley ISO de Amanco, herramientas eléctricas de Importaciones Vega, el disco abrasivo de 5 pulgadas de Capris, soldadura de Unidos Mayoreo, explicación de productos en su planta de INTACO.

El valor de las capacitaciones es una fuerza incomparable de ventas en los ferreteros. De acuerdo, con el resultado de la muestra, las actualizaciones sobre productos las implementan como argumentos de venta para explicar los beneficios y asesorar a sus compradores.

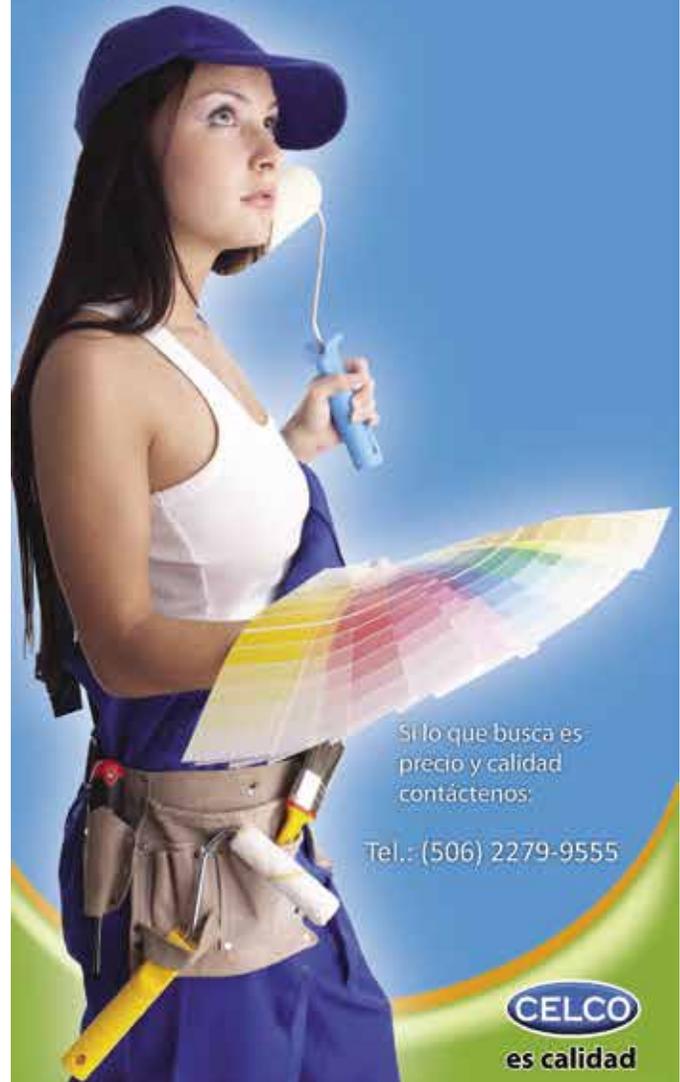
### Eficiencia

Cuando se les preguntó a los ferreteros sobre los requisitos más importantes que debía cumplir un mayorista para ser considerado en su negocio como empresa proveedora, la variable más importante es el precio, pero muy seguida de otras como: eficiencia en las entregas, surtido y plazos de pago aceptables.

# Pinturas CELCOLOR

## Le ofrece variedad en productos:

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



Si lo que busca es  
precio y calidad  
contáctenos:

Tel.: (506) 2279-9555

**CELCO**  
es calidad

# En el corazón DE LA MADERA

Por Forestales Latinoamericanos

Forestales Latinoamericanos es una empresa familiar, costarricense cuya marca Probosque presenta en el mercado nacional productos reconocidos por sus clientes, en razón de la calidad.

Rocío Jiménez, Gerente General, nos cuenta un poco sobre Forestales Latinoamericanos:

## -¿Por qué Forestales Latinoamericanos es considerado entre los proveedores preferidos de los ferreteros?

- Ante todo, queremos agradecer a quienes nos favorecen con su confianza. Su preferencia podría deberse a varios factores:

a. Disponibilidad de inventarios amplios de madera importada y de plantaciones propias.

b. La materia prima importada y la local se cultiva de acuerdo con cánones internacionales de desarrollo sostenible, que protegen el ambiente e impulsan el desarrollo socioeconómico en la zona rural, donde se asientan las plantaciones forestales.

c. Estamos comprometidos con nuestros clientes ofreciéndoles productos con los más altos estándares de calidad.

d. La madera que distribuye nuestra compañía bajo la marca Probosque es secada en hornos de alta tecnología para alargar su durabilidad.

e. Contamos con nuestra propia industria lo que nos permite ofrecer la mayor variedad de productos de madera, derivados de la madera y laminados.

f. Casi 50 años de experiencia en el mercado de la madera, nos faculta para ser más que proveedores, asesores de nuestros clientes.

g. Se cuenta con una flotilla de camiones que nos permite hacer entregas en todo el país.

## - ¿En qué se diferencian con respecto a las empresas de la competencia que comercializan productos similares?

- "Precisar sobre elementos diferenciadores es algo difícil, ya que cada empresa maneja discretamente su forma de hacer negocios".

En lo que concierne a Forestales Latinoamericanos, intentamos diferenciarnos ofreciendo al cliente una gran variedad de productos maderables de calidad, a precios competitivos y con un excelente servicio como respaldo.

## - ¿Con qué tipo de productos pueden contar los clientes del sector ferretero?

Principalmente madera de pino, teca, laurel y almendro; gran variedad de molduras, puertas, marcos, tableros, petatillos, plywood, MDF, melamina y demás productos complementarios para el sector distribución y mueblera.

"También contamos con la representación exclusiva de los rieles y bisagras Siquar en Costa Rica, que con su trayectoria en el mercado ha demostrado su alta calidad"

"Nuestra melamina cuenta con una tecnología de cobre antimicrobiano, tecnología anti rayas y un corte más preciso que la convierten en una muy buena opción para los consumidores".

## - ¿Hace cuánto se fundó Forestales Latinoamericanos?

- La corporación se fundó hace más de 47 años cuando sólo se comercializaban la madera y productos de construcción y artículos de ferretería; vinieron después los establecimientos de las plantaciones forestales de especies maderables; posteriormente, llegó la etapa de la industrialización de la madera y actualmente, se conjuntan con la fase comercial bajo el nombre de Forestales Latinoamericanos, empresa que comercializa la gama completa de productos Probosque.

## - ¿Por qué un ferretero debería considerarlos en su portafolio de proveedores?

"Nuestra vasta trayectoria en el mercado de la madera, nos permiten poner a la disposición de nuestros clientes, de forma permanente, una amplia variedad de productos de madera y laminados de calidad, a precios competitivos, y acompañados de un excelente servicio que nos convierte en sus aliados comerciales".

En la actualidad, la empresa cuenta con la colaboración de 200 personas.



**SOMOS EL PRINCIPAL IMPORTADOR Y COMERCIALIZADOR DE MADERA Y LAMINADOS A NIVEL NACIONAL.**



Melamina Vesto | Madera Dimensionada | Molduras | Tableros | Petatillos | Puertas  
Pisos | MDF | Marcos | Plywood | Cartón | Tarimas | Madera con Finger Joint | Herrajes

T. [506] 2272-4448  
F. [506] 2271-3608

Guayabos, de la entrada a la Urb. San Ángel,  
300 metros al sur. Curridabat, San José



**FORESTALES LATINOAMERICANOS  
DISTRIBUIDOR EXCLUSIVO  
DE LOS PRODUCTOS **SIQUAR**  
EN COSTA RICA.**

*¡BISAGRAS, RIELES BLANCOS, RIELES TELESCOPICOS Y MÁS!*



**NUESTROS NUEVOS  
PRODUCTOS DE  
CIERRE LENTO**



**10 AÑOS DE TRAYECTORIA DE LA MARCA SIQUAR EN EL  
MERCADO RESPALDAN SU CALIDAD Y ACEPTACION!**

# Tecni-Gypsum empuja fuerte EN EL SECTOR CONSTRUCTIVO

Desde hace cerca de 20 años, allá por mayo del 94, Tecni-Gypsum abrió sus puertas con la idea de incursionar con fuerza en el sector constructivo y ferretero del país.

Por Tecni-Gypsum

Hoy, después de más de dos décadas se convirtió en un mayorista que comercializa más que tecnología del gypsum y sus accesorios, para pasar a tener productos como cielos suspendidos y estructuras para estos sistemas.

Y en los últimos años, ha introducido otros productos relacionados con los acabados constructivos, tales como: masillas, morteros para muro seco, cintas, accesorios, herramientas, plywood, tablilla plástica, puertas, loza sanitaria y grifería.

## Alternativa económica

En el 2011, Tecni-Gypsum introdujo en el país, la representación de la grifería con tecnología italo-española de la marca Huay. Además, posee su propia representación de marca: "Productos TG", que representa una alternativa más



económica para el cliente en el momento de buscar opciones constructivas.

"Tecni-Gypsum busca ofrecer un servicio diferenciado con respaldo y garantía a sus clientes. Lo más importante para nosotros como compañía es que nuestros compradores sientan confianza en el servicio, asesoramiento y garantía que se les brinda, que sientan que sus proyectos

están asesorados por expertos". Seguros de su respaldo y garantía, consideran que difícilmente los ferreteros podrían acceder a estas ventajas en el mercado.

"La empresa tiene el "norte y el objetivo de velar por satisfacer las necesidades de sus clientes y mantenerse a la vanguardia en el sector constructivo".

*Somos más que Gypsum*



Tel: 2217-4200 • Web: [www.tecnigypsum.com](http://www.tecnigypsum.com)

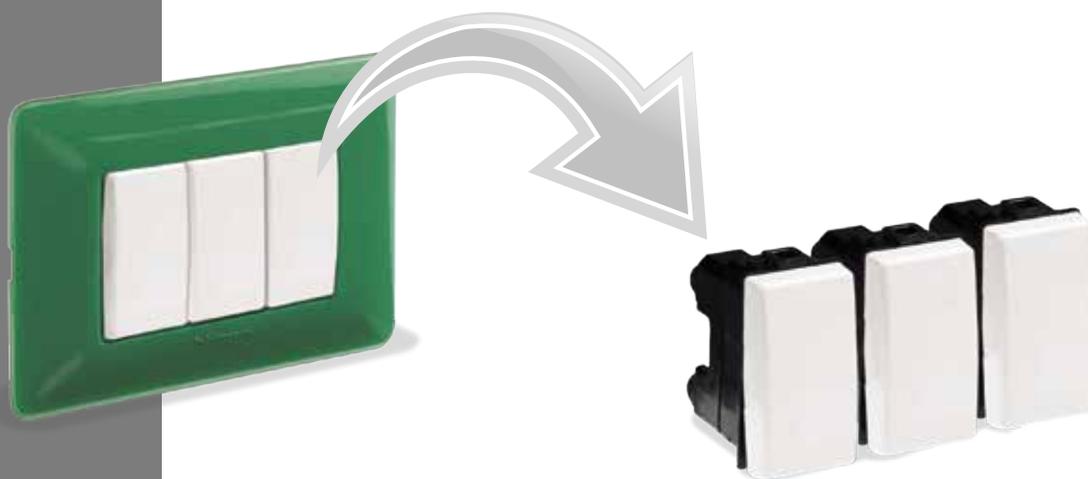


# Modificaciones relevantes en el Código Eléctrico de Costa Rica

Desde el pasado 20 de Mayo

en las instalaciones de los interruptores de uso general **NO** se requiere la puesta a tierra, según el

Decreto Ejecutivo N° 38440-MEIC, Artículo 404.9 (B) Excepción 2 , del NEC 2011.



Si desea más información relacionada al Código Eléctrico comuníquese con nuestro departamento de Servicio al Cliente.

Asesórese

  800.BTICINO (2842466)

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



# bticino

A Group brand |  **legrand**

# 13 años Y CONTANDO...

13 es el número de moda en Universal de Tornillos, primero porque pronto van a estar de aniversario, además de que son 13 años de incursionar con fuerza en este mercado con una oferta de tornillos y otros productos complementarios.

Ese esfuerzo en el mercado se los recompensan los clientes, pues los tienen como uno de sus proveedores preferidos. Óscar Castellanos, Gerente General, nos detalla

## - ¿Cómo han conseguido, en tan poco tiempo, convertirse en uno de los mayoristas preferidos del mercado?

- Medir el avance de la empresa en años no es lo más preciso, el tiempo es relativo y en la actualidad el avance de los negocios es muy acelerado y de esa misma manera, las empresas deben comportarse.

"Somos una empresa familiar con una tradición cercana a los 30 años, la segunda generación de la que soy parte junto con mis dos hermanos, trae consigo los valores de constancia, honestidad, esfuerzo y trabajo continuo de nuestros padres. Son estos principios los que sustentan el crecimiento". "En este noviembre cumplimos 13 años y agradecemos a Dios y al país por brindar condiciones económicas estables y un crecimiento constante que ha permitido alcanzar nuestros objetivos año tras año".

## - ¿Hoy, cuáles son los elementos que diferencian a Universal de Tornillos sobre su competencia?

- Lo resumiría en uno: la mejora constante. "Siempre estamos en una búsqueda constante de perfeccionar el funcionamiento de la empresa, y dirigimos nuestra estrategia en ser los mejores en la distribución de nuestros productos. Trabajamos en ser los más competitivos en servicio, inventarios y precios, para esto reinvertimos el 100% de nuestras utilidades en ampliar nuestra infraestructura física y tecnológica, como en mejorar la capacidad del recurso humano".

## - ¿Qué ventajas obtiene el ferretero con ustedes?

- La especialidad dentro de la variedad, es decir, en nuestras categorías de productos buscamos ser especialistas y técnicos, tanto en la venta como en la asesoría al cliente para mejorar su rotación y exhibición de productos. "Ejemplo: si el ferretero quiere tener el mejor centro de tornillos de su zona debe buscarnos y confiar en los expertos para lograr su objetivo".

## ¿Cuál es la clave para mantener un crecimiento sostenido año con año?

-No confiarse ni conformarse con lo alcanzado. "Día tras día se debe seguir buscando como seguir creciendo y fortaleciendo las relaciones con nuestros clientes y lograr en conjunto este avance. Lo importante



¡Equipo de altura! Este es el cuerpo gerencial que por 13 años ha comandado los destinos de Universal de Tornillos en el país.

en un negocio es no estancarse, sino buscar el desarrollo de los proyectos".

## - Hay empresas que han tardado toda una vida para mantenerse en la mente del ferretero, ¿qué ha hecho Universal de Tornillos, para que este proceso haya sido tan rápido?

- "Hemos vivido un proceso y 13 años es una edad corta si se compara con la de una persona, sin embargo, es un tiempo importante para consolidarse en un mercado relativamente pequeño. Lo que nos interesa es seguir viendo al futuro y seguir fortaleciendo nuestra operación en el país y trascender más allá de una operación comercial".

## - ¿Cómo se consigue ser más que aceptado en un mercado extranjero, incluso con grandes diferencias al de su país?

- "Cuando uno llega a un mercado extranjero, las expectativas son muy grandes por todos los cambios que implica, existe una motivación adicional de sobresalir y marcar diferencia, la concentración y enfoque es al 100%". "Por lo tanto, si uno toma buenas decisiones y le apuesta al país los resultados son positivos. A pesar de haber diferencias culturales y propias de cada mercado, uno debe prepararse para competir con el mundo".

green  
meets  
clean



### ASPIRADORAS



### HIDROLAVADORAS

#### ATTIX 30 Polvo y Líquidos

Sistema Push&Clean  
Caudal de Aire: 135 CFM  
Sonido: 59dBA  
Capac. Tanque: 30L  
120v/60hz/10amp



#### ATTIX 50 Polvo y Líquidos

Sistema Push&Clean  
Caudal de Aire: 135 CFM  
Sonido: 59dBA  
Capac. Tanque: 47L  
120v/60hz/10amp



#### EURO CLEAN GD930 Polvo

Caudal de Aire: 67 CFM  
Sonido: 53dBA  
Capac. Tanque: 15L  
120v/60hz/10amp



#### POSEIDON 2-20x Agua Fría

Impacto de limpieza: 2,0 kg/f  
Presión max: 1.300 psi  
Caudal Max: 540 l/h  
3 Pistones Rev Cerámicos  
110v/60hz/15amp



#### POSEIDON 4-29 Agua Fría

Impacto de limpieza: 2,9 kg/f  
Presión max: 2.900 psi  
Caudal Max: 620 l/h  
3 Pistones Rev Cerámicos  
220v/60hz/15amp



#### POSEIDON 5-52 Agua Fría

Impacto de limpieza: 5,2 kg/f  
Presión max: 3.450 psi  
Caudal Max: 1.100 l/h  
3 Pistones Cerámicos  
220v/60hz/28amp



#### POSEIDON 6-52 FA Agua Fría

Impacto de limpieza: 5,2 kg/f  
Presión max: 3.450 psi  
Caudal Max: 1.100 l/h  
4 Pistones Cerámicos  
220v/60hz/28amp



#### NEPTUNE 2-25 FA Agua Caliente

Impacto de limpieza: 2,5 kg/f  
Presión max: 2.700 psi  
Caudal Max: 600 l/h  
3 Pistones Cerámicos  
220v/60hz/14,3amp



#### NEPTUNE 4-36FAX Agua Caliente

Impacto de limpieza: 3,6 kg/f  
Presión max: 3620 psi  
Caudal Max: 680 l/h  
4 Pistones Cerámicos  
220v/60hz/25amp



Respaldo y servicio técnico en todo el país.



Oficinas Centrales: 2447-9797  
Sucursales: Cartago 2551-9126 • San Ramon 2447-4138 • Turrialba 2556-151  
[www.farmagro.co.cr](http://www.farmagro.co.cr)



# Epa llegaría A GUATEMALA

Ferreteros “chapines” sienten y escuchan pasos de “animal gigante”, pero no quieren que el “toro” los tome por sorpresa, por lo que desde ya se alistan para recibir a esta mega ferretería venezolana.

Vino porque sabe que muy pronto la competencia, esa competencia de la fuerte, a la que muchos no están acostumbrados, llegará muy pronto.

Luis José Del Cid, Ferretero guatemalteco, quien funge como Gerente de Construmart, que tiene en ese país 4 tiendas, hace unos días llegó a Costa Rica con la intención de conocer el mercado, y adentrarse en los detalles que produjo la llegada de Ferretería Epa al país, pues sabe que muy pronto este grupo venezolano, se albergará muy cerca de una de sus tiendas.

Y no es para menos, porque Luis José sabe que no puede, de ninguna manera, quedarse atrás y permitir que le quiten el pastel de clientes que ya lleva conquistado.

A su llegada, lo primero que hizo fue visitar algunas de las tiendas Epa para constatar por él mismo, el modus operandi del que le habían hablado.

“Aunque ya tenemos 10 años de experiencia en el mercado, siempre es bueno estar atentos a lo que hagan los competidores”, dice Del Cid.

Este ferretero cuenta que en Guatemala, el Grupo San José, al que pertenecen sus ferreterías, posee ya cuatro tiendas Construmart, y todas con una superficie promedio de cerca de 1500 m<sup>2</sup>, y se encuentran ubicadas: 2 en San José de Pinula, a 18 kilómetros de la capital, una en Barberena y la otra en Atitlán.

Reconoce que el mercado ferretero costarricense va un paso más adelante que el suyo y que sus ferreteros han demostrado saber “librar” y ser creativos ante las grandes superficies.

“Es importante buscar alternativas de mejora continua porque el cliente así lo exige”, destaca Luis José.

## De mostrador

Actualmente, el mercado guatemalteco posee cerca de 3000 negocios, basados mayormente en esquemas de servicio de mostrador.

“Nuestras tiendas tienen una parte de autoservicio, pero no está del todo desarrollado. Sabemos que tenemos que implementar mejoras en este factor porque Epa es muy agresivo con esta estrategia”.

Una de las ideas del grupo es seguir con la apertura de tiendas en el país, pero antes, el ferretero dice que hay que prepararse bien para lo que podría venir y por supuesto “capacitar más a nuestra gente, y buscar entender



Luis José del Cid, Gerente de las Ferreterías Construmart de Guatemala, estuvo recientemente en Costa Rica, recogiendo experiencias sobre las prácticas de Epa y cómo se han enfrentado los ferreteros ticos a este “gigante” del “retailing”.

Este es el formato que utilizan en las tiendas Construmart de Guatemala. Combinan una parte de autoservicio con otra de mostrador.



cada vez más al comprador”, agrega.

En total, en las 4 tiendas, trabajan cercade 45 personas y los visitan más de 100 compradores diarios en promedio por ferretería.

“Hasta el momento, desde que decidimos abrir estos negocios nos ha ido bien, pero queremos y apostamos a seguir creciendo”.

Piensa que Costa Rica es un mercado que posee muchas fortalezas y que siempre es importante recoger otras experiencias.

“Sabemos que Epa va a llegar, y hay que estar preparados. Costa Rica ha sabido “jugar” bien con competidores de este tipo y nosotros queremos salir bien librados.

Sostiene que una de las empresas que más les ha brindado su apoyo para mantener un crecimiento sostenido, es Cementos Progreso.

# Gallo ferretero

## EN LA PAMPA

Si es cierto aquello de que “gallo viejo con el ala mata”, en Liberia hay uno que pone sus 25 años de experiencia para ganarle mercado a sus competidores.

Al principio no quería soltar prenda, aduciendo que las estrategias de venta en ferretería no se sueltan así porque así, y mucho menos en un mercado como el de Liberia, en el que la competencia está por doquier...

Después de un rato, accedió a darnos, lo que él mismo llamó una pequeña dosis del remedio, pero no en su totalidad... “Es que después nos copian”, aseguró “y se nos bajan las ventas”, afirmó.

“Quien no busca innovar a diario, quien no sale a buscar las oportunidades donde necesitan de la ferretería, se queda en el camino”, dice Gerald Parini, Gerente Comercial, de AVA Ferretera, en Liberia.

Este es un ferretero muy singular, de origen cartaginés, y que decidió abrirse camino con fuerza en la Pampa, y hoy se conoce el mercado guanacasteco como la tabla del 1. “En esto no hay mucho secreto, todo se centra en trabajar duro, y detectar un nicho de mercado y especializarse... Después de ahí, los clientes llegan y con una compra, es posible que se genere la venta de otros productos”, sostiene Parini.

Aunque tiene 3 años de estar con AVA Ferretera, la experiencia de Parini es de más o menos 25 años.

Relata que en su experiencia le tocó estar en la apertura de una de las tiendas El Lagar en Heredia. “Aprendí mucho de los Mora”.

Se autodefine como un apasionado de la ferretería... “Es que esto es lo mío, y para hacer cosas buenas y que las ventas se muevan a uno tiene que gustarle lo que hace”.

### Alianzas

En ese momento, entrada la hora de almuerzo, ingresó un cliente, y mientras el otro colaborador, de los 20 que componen la empresa, se debatía con otro comprador, Parini se fue en busca de ayudar a su visitante.

Después de atender el cliente, se volvió hacia nosotros para decir: “en esto hay que ponerse la camiseta. Es duro, no crea. La competencia es fuerte, por eso hay que “pulsearla” mucho”, dice Gerald, quien a la vez asegura que “hay que hacerse de la creatividad y buscar alianzas estratégicas con los proveedores”.

Parini dice que principalmente, una de las diferencias que busca para el negocio es “que tengamos productos que no tengan otras ferreterías. Salimos a visitar la industria, y por eso es que tenemos algunas válvulas que sabemos que utilizan y hemos obtenido un poco de especialización”.

La ferretería tiene una superficie de 1000 m2 y principalmente destaca por la atención de mostrador.

“Si uno quiere vender, no se puede descuidar ni un segundo. Las ideas las pueden copiar, pero el secreto está en la implementación”.





Gerald Parini, Gerente Comercial de AVA Ferreteria, en Liberia, se considera un apasionado de la ferretería, y aunque dice que el mercado a veces se pone duro, pero afirma que tiene armas fuertes para superar la competencia.

# Imacasa a la "caza" DE SUS CLIENTES

Imacasa, además de buscar que sus clientes recuerden su marca, busca que la usen y la vendan con facilidad.



Andrés Zamora, Gerente General de Imacasa Costa Rica, es claro y sabe que no se trata de dejarle los productos al cliente, dar un mes o más de tiempo y sentarse a esperar resultados... ¡Todo lo contrario! Zamora sabe que la marca requiere soporte y con ese soporte debe llegar de la mano el apoyo hacia al cliente para tenderle una mano y que mueva los productos. Así lo constatamos el día que acompañamos a Zamora y al agente de la zona brumosa, allá por los lares de Cervantes de Cartago, Santa Cruz de Turrialba y otros sitios.

Precisamente, iniciamos la gira con dirección a Turrialba, cuando llegamos a la Ferretería San Rafael, de Santa Cruz de Turrialba. Allí un solo ventanal era para los productos de Imacasa, con cortadoras de cerámica, machetes, productos de jardinería y otros.

"Es que en este negocio hay que tener lo que tiene más demanda", dice Asdrúbal Calderón, quien dice tener su negocio desde hace 10 años, y que combina con abastecedor y hasta productos de bazar.

Recalca que con los productos de Imacasa le ha ido bastante bien. "Los clavos tienen mucha salida y cuando alguien viene por este producto es

**Asdrúbal Calderón (centro), asegura que el apoyo de los proveedores se requiere en todo momento, por eso agradeció la visita de Imacasa con Andrés Zamora y Jairo Paz, Agente de la zona.**

porque necesita más cosas", asegura Calderón. Calderón da un énfasis muy especial a la exhibición, a base de ventanales porque dice que hay que aprovechar no solo la gente que pasa caminando sino los carros que van o vienen de Turrialba.



## Demostraciones en sitio

Después de Santa Cruz de Turrialba, prácticamente dimos vuelta para ir a encontrarnos con otro de los clientes. Mientras, a lo largo, en los sembradíos se veían los agricultores con las bombas carpi, y fue cuando Zamora nos dijo, “en la empresa tenemos otro tipo de bomba mucho más práctica, más fácil de operar, con repuestos fáciles de cambiar, pero cuesta un poco que los sembradores cambien las carpi”, sin embargo, afirma que “hemos estado usando la estrategia de demostraciones en sitio con los clientes y han empezado a moverse mucho más”.

Ya para ese entonces, habíamos llegado a Piedra Azul de Santiago, en Paraíso de Cartago, y fue Bryan Sánchez, Propietario de Agro Despensa, quien confirmó lo que nos venía diciendo Zamora. “Ya hemos vendido varias bombas y los clientes han quedado satisfechos”.

Sánchez asegura que no hay queja con los productos de Imacasa. “Tienen un precio cómodo, además de que el color naranja atrae a los clientes”.

Dice que uno de los productos que más se mueven es todas las herramientas agrícolas, y dice que con los cargadores conocidas como “perras” le ha ido muy bien porque ha logrado colocar varias entre los agricultores. “Como el producto lo jalan en cajas, se les acomoda muy bien en las perras”, asegura Bryan.

**Bryan Sánchez (centro), Propietario de Agro Despensa, dice que toda asesoría es fundamental en el punto de venta, porque “eso es lo que transmitimos a los clientes”.**

## 100% Cervanteño

Ya a punto de terminar con la gira, solo nos quedaba un cliente y la emprendimos hacia Cervantes. Después de pasar por unos atajamos, en menos de 20 minutos estábamos tocando la puerta de la Ferretería La Trinidad, que tenía un rótulo bastante llamativo y a la par en letras grandes: “100% Cervanteños”.

Su Propietario, Manuel Núñez, agradeció que fuera el propio gerente de la marca que viniera a conocer su negocio y a ofrecer su apoyo. “Nosotros estamos muy contentos con Imacasa, porque es una marca que se vende, productos que gustan a los compradores, y es eso lo que uno busca para el negocio”.

Núñez dice que tiene 2 años de tener la ferretería, y que antes de eso trabajó como empleado 12 años, en Ferretería Santa Rosa, de Turrialba.

“La garantía que tienen los productos de esta marca hace que uno los trabaje con confianza, y cuando uno tiene pasión por algo, no hay como trabajar con marcas que le den respaldo”, dice Núñez.

**José Núñez, Propietario de Ferretería La Trinidad de Cervantes de Cartago, dice que sentirse respaldado por una marca, es una ventaja para quienes trabajan en ferretería.**



# ¿Está su consigna en la consignación?

Aunque muchos ya han hecho uso de esta estrategia de ventas que está solapada de prueba y error, es un sistema que cobra cada vez menos partidarios en el sector ferretero, por el costo que acarrea.

“Si se vende, se vende, sino que se lo vuelvan a llevar...” Muchos entienden el sistema de consignación como una lotería en que si la pegan, les va bien, y sino, probablemente en el mes siguiente, el agente vendedor de la casa distribuidora, termine llevándose el producto.

“Estoy en contra porque cuando se ofrece esa alternativa, el cliente no le da importancia, y no cuida el producto”, dice Rodrigo Martínez, Gerente de Ventas de Rosejo.

Afirma que por medio de la consignación se pierde de vista todo compromiso comercial. “Es como una alcahuetería para muchos, pues si lo venden bien y sino solo terminan devolviendo”, asegura.

Martínez incluso arroja otro factor negativo y es con respecto a los pagos de comisiones a los vendedores. “Si el agente coloca el producto por consignación, hay que ser muy cuidadoso sobre cómo se pagarían las comisiones, porque qué pasa si el artículo no se vende y ya la comisión ha sido pagada...”, dice Martínez.

El gerente dice que hay mejores estrategias de venta a las que se puede recurrir, sin que signifique un azar tanto para el mayorista como para el ferretero.

“Por ejemplo, nosotros usamos sistema que llamamos “in and out” (entra y sale), en el que le colocamos mercadería de alta rotación al negocio, por un periodo negociado con cada cliente y con condiciones especiales”, dice Martínez.

## Muy poco o casi nada

Para Horacio Acosta, Propietario de la Ferretería Acosta, en San Bosco de Carrizal, este es un sistema que ellos usan muy poco. “En primer lugar, es una incertidumbre porque no se sabe si la mercadería traerá frutos en venta, posteriormente, es un costo, aunque no se haya comprado, pues va a necesitar espacio que puede ser usado para exhibir otros productos de más rotación”, cuenta Acosta.

Acosta insiste que cuando se aplica este sistema por el mayorista, casi siempre se trata de productos sin estadística de rotación o que rotan muy poco.

“Hay otro problema claro que es el posible deterioro de la mercadería, por ejemplo, en sus empaques, o en los mismos productos. Cuando se trata de un mes, quizás los productos no sufran mayores alteraciones, pero cuando la mercadería permanece por ejemplo por 6 meses, puede que sus condiciones físicas no sean las mismas”, sostiene Horacio, quien al mismo tiempo sentencia que “aquí habría que ver si el mayorista asume este deterioro o es la ferretería que tiene que pagarlo, por eso este sistema no es el ideal”.

Reitera que ellos lo usan muy poco, y cuando lo han hecho, revisan y acuerdan cuidadosamente las condiciones con el mayorista. “Confío más en la compra directa y en el soporte por capacitación, pues con eso, se tienen más argumentos para respaldar un producto”.

Jorge Calvo, actualmente comprador de CoopeAgri, en Pérez Zeledón, y con basta experiencia en compras, cuando laboró por más de tres décadas en la desaparecida Ferretería Rodríguez & Esquivel, dice que con los productos consignados se debe tener sumo cuidado.

“No es que no se pueda trabajar del todo con este sistema, pero hay que ser muy claro en la negociación y en sus cláusulas, porque si la

A simple vista, pareciera no haber mayor riesgo, ni gasto ni costo, pero detrás de esta estrategia, hay dos grandes perdedores: el mayorista y el ferretero.

mercadería se deteriora por el tiempo, hay que ver quién asume este costo”, dice Calvo.

Afirma que el problema se da cuando se requiere devolver el producto porque después de un tiempo, no se vendió, y se han dado casos en que el mayorista no quiere recibirlo porque la caja está deteriorada o el artículo presenta rayones, “entonces, la ferretería es la que termina asumiendo prácticamente la pérdida”.

Calvo también coincide con Acosta en el costo del espacio. “Las mercaderías consignadas hay que exhibirlas, y hacerlo muy bien para que se vendan... Pero si no se tiene éxito en esto, al final, se podría decir que ese espacio debió ser ocupado por productos de más alta rotación”.



Algunos mayoristas podrían apostar a la estrategia de la consignación como método de ventas, sin embargo, los ferreteros saben que representa más un riesgo y un costo que una venta segura. (Fotografía con fines ilustrativos).



## ¿Vas a instalar un SANITARIO?

La Solución **PROFESIONAL**

**BRIDA flexible** 

- Corrige desfasamientos
- Sello hermético, evita filtraciones y el retorno de malos olores
- Máxima fijación al piso con 4 tornillos (incluidos)
- Incluye tornillos ancla de polímero de alta resistencia
- Larga vida útil



**10 años**

La Solución más **PRÁCTICA**

**CUELLO flexible** 

Con el Cuello Flexible Coflex...

**¡ Es más fácil y siempre queda bien !**

No se degrada, vida útil igual al Sanitario  
Sello hermético: no hay filtraciones ni malos olores

**10 años**



**Nueva presentación**

Gil Coto Navarro  
Representaciones, S.A.  
Tel.: (506) 2224 2278  
(506) 2225 8403  
Fax: (506) 2224 6703  
info@gilcoto.com  
mundoherra@emnet.co.cr  
servicioclientes@coflex.com.mx  
www.coflex.com.mx



**Líder**  
el mercado de  
Tubos de Abasto

# Ferconce no **TEME A LOS RIESGOS**

Rónald Aragón, Gerente General de Ferconce, con más de 25 años de experiencia, asegura que no teme a las decisiones y que delegar y confiar en su gente, se puede llevar dos negocios a buen puerto.



En San Rafael Abajo de Alajuelita, Rónald Aragón lidera su ferretería a base de creer con firmeza en el trabajo en equipo.

Probablemente, cuando dio sus primeros pasos en ferretería, desde que tenía 15 años, Rónald Aragón aprendió que una de las fortalezas del negocio es la gente que lo compone, y más allá, aprender a confiar para tomar riesgos de delegar, incluso en aquellas áreas delicadas.

Hoy, después de haber hecho escuela en negocios como El Lagar, dice que “rodearse de un buen equipo de trabajo, es clave para el ferretero” y empezó la entrevista indicando que “lo que somos es gracias a mi gente”, al tiempo que señala que también su centro es Dios.

Es Propietario de Ferconce Depósito y Ferretería, en San Rafael Abajo de Alajuelita, negocio que recibe cerca de 200 clientes en promedio todos los días, que cuenta con 4500 m2 de superficie, y la ayuda de 23 colaboradores, y también tiene otro negocio en San Francisco de Dos Ríos, en Desamparados: Ferretería Central San Francisco.

Y dice que precisamente, por esa delegación de funciones y confianza, le permite dividir su tiempo en ambos negocios.

Dice que en un momento Ferconce vivió un momento financiero difícil, como el que atraviesan la mayoría de empresas en este país, y que tuvo que dedicarse por completo a buscar soluciones que le dieran mayor estabilidad al negocio. “Mientras tanto tuve que dejar la ferretería en manos del equipo de trabajo, y me respondieron como los grandes, pues cuando pude regresar de lleno, el negocio caminaba con fuerza”, cuenta Aragón.

Aragón acumula cerca de 24 años de experiencia, y agrega que “el ferretero tiene algo de loco y arriesgado, pero sino fuéramos así, quizás no tendríamos negocios con un futuro firme. En esto hay que tomar decisiones todos los días y a veces no es fácil”.

Aragón dice que también posee otra clave que integra con la confianza que le tiene a su equipo de trabajo, “y es que todos hacemos cualquier tarea. No por ser el gerente, no me voy a poner a vender o a ayudar a

acomodar productos, a atender proveedores. La idea es que todos aprendamos en todas las áreas”.

**A tiempo**

Califica este año como difícil, un poco contraído, pero es positivo al indicar que espera un cierre de más dinámico.

Dice que con competidores tan fuertes, todos los días son una oportunidad para desarrollar la inventiva e innovar. “Nos agarramos mucho del mercadeo, de buscar hacer promociones para atraer compradores, de participar en la parte social de la comunidad, porque somos una empresa que a como recibe también da”, sostiene Aragón.

También afirma que si se trata de capacitaciones, le entramos muy en serio porque esto hace que “uno como empleado crezca, de hecho, no tenemos bodegueros, sino técnicos en bodega, por ejemplo”.

Plazo, entregas a tiempo y variedad de producto son la llave de entrada para cualquier proveedor. “Tratamos de tener relaciones de negocio con quien nos vende y buscamos que sean duraderas”.

Mira su dos ferreterías, y dice ser un empresario feliz.

**NUEVA ALIANZA**



**INDURA**  
Tecnología a su Servicio

**TORNILLOS**  
L' URUCA  
HERRAMIENTAS, TECNOLOGÍA & SERVICIO.

**Una nueva Alianza de dos compañías que comparten mismos ideales :  
TECNOLOGIA Y SERVICIO , para un mercado que exige lo mejor.**



*Soldadura y Herramientas Indura*

**BOSCH** **SATA** **LOCTITE** **STEEL CITY**  
**RIDGID** **INDURA** **DEWALT** **NORTON** **Blickle**  
Tecnología a su Servicio Ruedas • Horquillas

Ing. Hector Fritz de Indura  
Lic. Enrique Araya Gerente General de Tornillos la Uruca

**Tel: (506) 2256-5212 Fax: (506) 2258-3909 [www.tornilloslauruca.com](http://www.tornilloslauruca.com)**

# De fiesta POR COFERSA

Cofersa no se guardó nada en su feria, y prácticamente sacó un arsenal de armas que constaba de líneas nuevas, la incorporación en el área automotriz y el premio de un carro para recibir a sus clientes.

Y los clientes respondieron de todas partes del país, pues la invitación para adquirir productos con precios de feria, y no quedarse sin la oportunidad de actualizarse en otras líneas, sedujeron a los ferreteros.

Francisco Hurtado, Gerente de Cofersa nos indicó que era importante la cita y el contacto con los clientes para mostrar las nuevas líneas y las promociones, entre ellas, la grifería Fermetal, y los productos automotrices, así como presentar a los nuevos gerentes que recién incorporó la empresa.



Las demostraciones con productos para el área automotriz estuvieron a la orden del día y captaron la atención de los visitantes. Aquí un limpiador del sistema de gasolina.



Francisco Hurtado, Gerente General de Cofersa, estuvo recibiendo a los compradores ferreteros y presentándoles las nuevas líneas.



Carlos Jenkins, Comprador de la Ferrería JR Vargas de Atenas, no falta a la cita de las ferias, pues reconoce que son una alternativa fuerte para actualizarse y negociar con ventajas.



En Bticino se pusieron las pilas con los clientes



Productos de tecnología automotriz se sumaron a la lista de la oferta de la empresa.



Juan Manuel Castro (derecha), Gerente de Ventas de Farmagro, indicó que los clientes pudieron conocer a profundidad más de la marca Stihl y adquirir productos a muy buen precio.

CON  
**STIHL**®

**¡USTED VENDE CALIDAD Y SEGURIDAD  
CON EL MEJOR RESPALDO DEL MERCADO!**



**8%**

**¡De descuento!**

**En convenientes plazos de 90 días**

**Cofersa**  
mayorista ferretero

**DISTRIBUIDOR AUTORIZADO  
PARA EL CANAL FERRETERO**

Teléfono Cofersa

**☎ 2205-2525**



**MOTOGUADAÑA LIGERA**

**FS38**



**MOTOGUADAÑA**

**FS55**



**MOTOGUADAÑA**

**FS85**



**SOPLADOR**

**SH86**



**MOTOSIERRA**

**MS180**



**CORTADORA**

**6.25 HP**



**CORTASETOS**

**HS45**



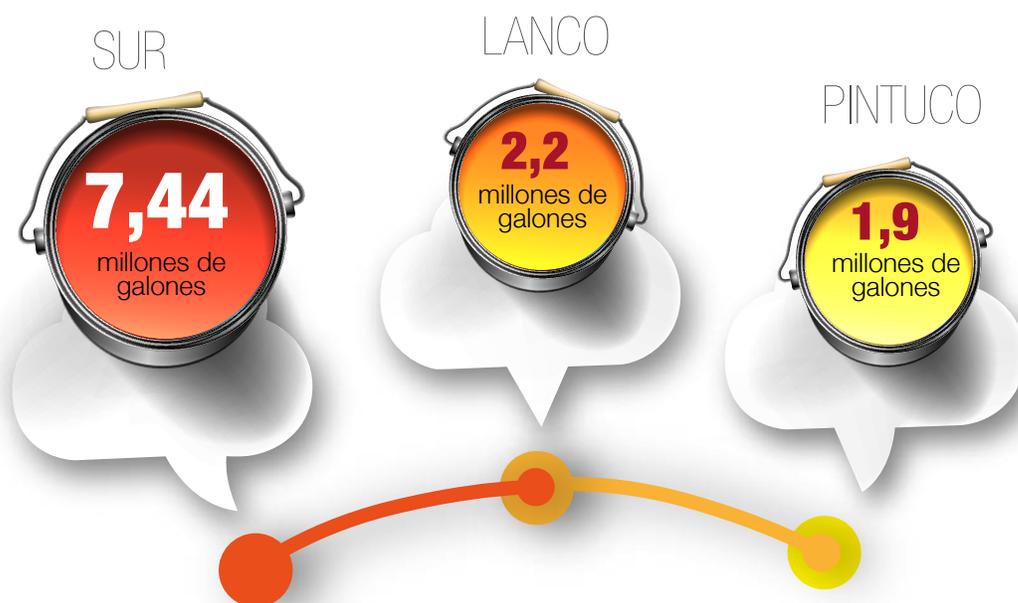
Farmagro  
Costa Rica

Oficinas Centrales San José 2547-9797  
[www.farmagro.co.cr](http://www.farmagro.co.cr)



# ¡15 MILLONES de galones EN PINTURA Y PASTA!

En atención a la edición anterior, donde estimamos algunas cifras sobre el mercado de pinturas de Costa Rica, hemos recibido algunos aportes que reflejan una realidad mucho más cercana de lo que se vive en este sector.



El mercado total incluyendo pinturas y pastas es de alrededor de 15 millones de galones por año.

De este total, solamente, Sur produce aproximadamente el 50%, que equivale a

**7.44** millones de galones.

Y esa producción de Sur, coloca a la empresa con una participación de mercado de más del **52%**.



Ese 52% equivale a un valor cercano a los ₡30 mil millones.

Por su parte, Lanco ocupa el segundo lugar en el mercado, con una participación de 17.5%, seguido de Pintuco (Kativo) con un 14%.

Sur vendió su primer galón en Costa Rica, hace más de 40 años y en este momento, podríamos decir, basados en esas cifras, que de cada dos galones de pintura que se venden en la actualidad, en el mercado, uno es de esta compañía. Estas estadísticas reflejan no solo la fuerza que Sur posee en el mercado, sino que le dan el primer lugar en ventas, algo que siempre le hemos reconocido.

## Productos Ferreteros



**Modelo Neptune 2.**  
Hidrolavadora agua caliente. Pistola ergonómica 200 giratoria. Caldera Eco Power, Duo Motor. Combustible diesel. Sensor de llama. Manguera de caucho reforzada en acero. Trabajos con agua caliente, para la industria en general, de alta movilidad y almacenaje y transporte fácil.



**Modelo Poseidon 4-29**  
Hidrolavadora agua fría. Pistola ergonómica 2000 giratoria. Cabezal de metal. Bomba de disco axial. Manguera de caucho reforzada en acero. Lanza Flexo-Power Plus con boquilla HP para baja presión. Para tareas de alta intensidad.



**Modelo Attix 50.**  
Aspiradora profesional agua y polvo. Con sistema de limpieza automático del filtro Xtreme Clean. Silenciosa. Gran capacidad de depósito. Motor protegido contra sobrecarga térmica. Fácil uso, traslado y almacenaje. Usos: oficinas, hoteles, hospitales, cines, restaurantes. Limpieza industrial y automotriz.

Distribuye: Farmagro • Tel.: (506) 2547-9797



**LED Tubo T8 Westinghouse**  
Producto amigable con el ambiente. Presentación en luz de día y cálida, en 9 y 18 watts. Es multivoltaje 110 a 240 V. Eficiencia energética y una vida útil de 30.000 horas.

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



**Fregaderos**  
Variedad de estilos y diseños de fregaderos. Marca Graciela.

Distribuye: Distribuidora Arsa • Tel.: (506) 2285-4224



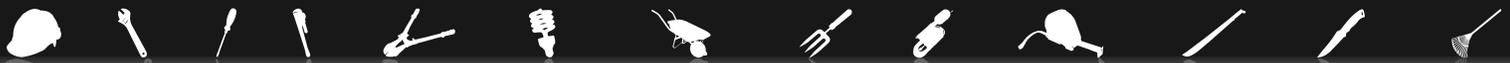
**Cinta tapagotas Alumband,**  
en variedad de presentaciones. En la foto: presentaciones en 5 y 10 metros por 10 cm de ancho.

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

Sección patrocinada por:

**IMACASA**

FUERZA EN SU TRABAJO





Nuevas empresas españolas estarían interesadas en venir a hacer negocios con empresarios ticos en la feria. En la edición anterior, se hicieron presentes con líneas de alta rotación.

# Españoles vendrían **DE NUEVO A EXPOFERRETERA**

Expoferretera se sigue mostrando como una feria seductora más allá de las fronteras centroamericanas y de Latinoamérica.

Ahora los españoles han mostrado un interés fuerte por participar nuevamente en la feria, pero ahora con la incorporación de nuevas empresas con diferentes productos y que vendrían a la caza de representantes y distribuidores.

En la feria pasada, nos encontramos con empresas, por ejemplo, como Ruedas Alex, Pentrillo que es fabricante de herramientas para el pintor, Panter, el mayor fabricante de calzado laboral, Rombull Ronets, de cordelería, Gahibre, fabricante de guantes profesionales, Gala Gar, de los más importantes fabricantes españoles de compresores y grupos electrógenos, Cintacor que fabrica barras de cortina y accesorios para ventanas, así como Orfesa, especialista en grifería y ahorro de agua.

Los encargados de conjuntar la delegación en España, externaron que los empresarios se mostraron complacidos con los resultados en la pasada feria, y que otros empresarios se han contagiado con la idea de hacer trascender sus productos en este mercado.

En cualquier momento, estaríamos informando no solo de cuáles serían las compañías que podrían estar repitiendo la experiencia, sino también de las novedades que estarían incorporando a este mercado.

# ¿YA SU NEGOCIO NO CRECE?



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

**29, 30 y 31 de Mayo, 2015 • Centro de Eventos Pedregal**

Regístrese y consiga su entrada gratis en [www.expoferretera.com](http://www.expoferretera.com)

**Reserve su stand:**

Braulio Chavarría, [braulio.chavarría@eka.net](mailto:braulio.chavarría@eka.net)

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

Organiza:   /Expoferretera Costa Rica  Expoferretera

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

**Expositores** confirmados al 30 de Octubre, 2014



**Internacionales:**

La Carreta:

# YUNTA DE PASIONES



**¿Cómo hace un ferretero para atender dos pasiones: un equipo de fútbol y su negocio, complementarlos, sacarlos adelante y hacerlos crecer?**

Después de aquel gol, Andy Furtado, se fue a celebrar a la malla con sus aficionados, en su camiseta con los colores amarillo y negro, se dejaba ver la estampa de una carreta, pero no era una carreta cualquiera, era la carreta de Liberia, la de Agropecuaria La Carreta, una ferretería y depósito que todos conocen allá en la Pampa.

¿Y qué tiene que ver La Carreta con el equipo de Liberia? ¡Mucho! Por un lado, es uno más de los patrocinadores que creen en el equipo que busca su ascenso a la Primera División, por otro lado, su propietario, Julio Salas, es el Presidente del equipo.

Y si nos atrevemos a sacar conclusiones, esta es quizá una de las estrategias utilizadas por Salas para mantener su negocio vigente y que haya sido de los pocos que hayan soportado los embates de la Pampa, en lo que a la recesión constructiva se refiere.

Salas además de ser liberiano de cepa, sabe que una de las formas de llegarle al corazón de la gente, es por medio de apoyar algo en lo que todos creen: su equipo, y de esa forma esa pasión puede beneficiar a su negocio.

Así es como lo vemos, y estamos seguros de eso, porque aquel día, luego de conversar con Julio, nos llevó hasta el propio entrenamiento del equipo, y comprendimos que el hombre tiene dos pasiones: su negocio y el Municipal Liberia.

Y es que para soportar cualquier momento adverso, momentos como los que se han vivido en Guanacaste y que a más de un negocio se llevaron y dejaron en la osamenta, hay que aliarse de una estrategia que cale profundo y atraiga a los compradores.

### **Confianza**

Bueno, y para dedicarse a sus dos pasiones, Julio, sabe que mientras atiende una, tiene que confiar en su gente, por eso dice que “mi papá –Julio- siempre me ha dicho que a la gente hay que darle el valor que se merece, tanto a quienes trabajan con nosotros como a los que nos compran”.

Y añade que incluso desde que abrieron, allá por el 2000, hay colaboradores que aún están con ellos. “Buscamos que la rotación sea mínima, que la gente esté contenta”, sostiene Salas.

Pero recalca otra ventaja que les ayuda a vender más y a hacer diferencia frente a la competencia. “Tener gente con mucho tiempo de trabajar aquí, que sean de la zona, y que son conocidos ya de los clientes, nos ayuda a generar confianza entre los compradores y que salgan más que satisfechos”.

Aparte, no hace mucho, Julio implementó otro cambio en el negocio que fue el de incorporar el sistema de autoservicio, eso sí, sin descuidar el esquema de mostrador. “El mostrador no se puede dejar, porque siempre hay clientes que les gusta ese calor que da la atención personalizada, sin embargo, hay otros que les gusta tener los productos de cerca, atenderse ellos mismos, pero ante cualquier duda, el personal está atento”, indica Salas.

Recordemos que La Carreta tiene sucursales en La Cruz de Guanacaste y en Santa Cecilia, y que las tareas se las reparten entre casi 90 colaboradores que atienden la visita diaria en promedio de cerca de 625 clientes, siendo más fuerte el negocio de Liberia.

“La cosa no está fácil, sigue siendo duro, pero hay que ponerle ganas, ser positivos y estar implementando estrategias innovadoras”.

En las afueras del negocio, sin ningún problema para parquear, se sigue construyendo la nueva carretera principal, que se espera esté lista el año siguiente, y que Salas esperaría traiga mayores beneficios de flujo de clientes a su ferretería.

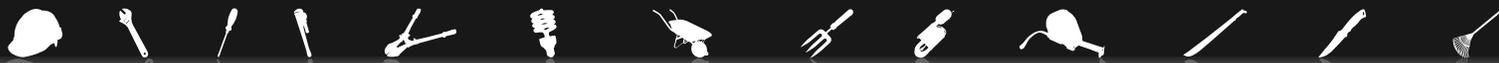
Precisamente, ese día que llegamos, y antes de llevarnos al entrenamiento de su equipo, estaba preparando la estrategia para las ventas de noviembre, y alcanzamos a escuchar que se alistaba con algunas ofertas y que bien suponemos podrían entrar y encajar en eso que ya se ha puesto de moda: “el viernes negro ferretero”.

**Julio Salas, Propietario de Agropecuaria La Carreta, afirma que todos los días hay que buscar con qué innovar. Hace poco, implementó el esquema de autoservicio, y se alista con fuerza para las ventas de cierre de año.**

Sección patrocinada por:



FUERZA EN SU TRABAJO



Empresa	Contacto	Cargo	Teléfono	Fax	email
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
Tornillos la Uruca	Enrique Araya	Gerente General	(506) 2256-5212		gerencia@tornilloslauruca.com
Imacasa	Andrés Zamora	Gerente General	(506)2293-2780	(506)2293-4673	azamora@imacasa.com
Taike	David Tseng	Gerente General	(506) 2231-7307		dt seng@taikecr.com
Vertice	Eitan Rosenstock	Gerente General	2256-6070	2257-4616	info@verticecr.com
Sur	Ricardo Chanto Ulloa	Gerente Ventas	(506) 2211-3741	N.D	r.chanto.u@gruposur.com
Celco de Costa Rica	German Obando	Gerente General	(506) 2279-9555	(506) 2279-7762	gobando@celcocr.com
Coflex	Mariano de la Torre	Director de Ventas Colombia, Centroamérica y el Caribe	(52) (55) 5523-8014	N.D	mdelatorre@coflex.com.mx
Braico Group LLC	Gabriel Bruno	Gerente General	001-786-4015283	N.D	braicosales@gmail.com
Bticino Costa Rica S.A	Federico Calderon	Gerente General	(506) 2298-5600	N.D	federico.calderon@bticino.com
Elektrosistemas	Aisen Sánchez	Gerente Administrativo	2456-2020	N.D	asanchez@elektrosistemas.com
Almotec	William Alfaro	Gerente General	2528-5454	N.D	william.alfaro@almoteccr.com
Universal de Tornillos y Herramientas S.A	Oscar Castellanos	Gerente General	2222-7676	2256-4090	gerencia@unitorni.com
Farmagro S.A	Juan Manuel Castro	Gerente de mercadeo y Ventas	2547-9797		juan.castro@farmagro.co.cr
IHD International Hardware Distributors	Carlos Mosquera	Gerente de Mercadeo	(507)430-5000		carlos.mosquera@ihd.com.pa
Importaciones Industriales Masaca S.A	José Rodríguez Brenes	Gerente General	2244-4044		jjrodriguez@masaca.net
Impersa	Mauricio Orozco	Gerente de Proyectos	2218-1110	2218-1107	morozco@impersacr.com
TecniGypsum	Ivannia Villalobos	Gerente General	2217-4200		vbarboza@tecnigypsum.com
Importaciones Vega	Rafael Vargas	Gerente General	(506) 2494-4600	(506)2444-8351	rvargas@importacionesvega.com
Forestales Latinoamericanos	Rocio Jimenez	Gerente General	2272-4448		rjimenez@buenprecio.com



# Westinghouse

INNOVATION YOU CAN BE SURE OF

SERIES  
LED



Distribuido por

**TaiKé**  
Un legado de excelencia

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



# JONNESWAY®

PROFESSIONAL TOOLS SERIES

AHORA CON  
WAREHOUSE  
EN



**MIAMI**

- \* INVIERTA MEJOR SU DINERO...
- \* NO ACUMULES STOCK INNECESARIOS
- \* COMPRE SOLO LO QUE NECESITE
- \* STOCK DISPONIBLE CON + 1.500 ITEMS
- \* HABLAMOS ESPAÑOL

**all in 1**  
HAND  
PNEUMATIC  
AUTOMOTIVE **TOOLS**



**BUSCAMOS DISTRIBUIDORES EN COSTA RICA, LAS ISLAS DEL CARIBE, CENTRO Y SUR AMERICA**

**BRAIC**   
Group. LLC

Síguenos en



@braicogroup



8400 NW 17th St. Miami, FL 33126 - T: 786-401-52-83 / 305-500-9253 / C: 954-297-6266  
E-mail: sales@braicogroup.com - braicosales@gmail.com / www.braicogroup.com

# Morteros **SUR**

La calidad se demuestra con resultados

Los morteros SUR, son el resultado de profundos trabajos de investigación y de la tecnología más avanzada desarrollada por SUR en su afán de ofrecer siempre los mejores productos para la construcción.

Ningún otro mortero nacional le ofrece tanto:

- Tecnología de innovación.
- Excelente respaldo técnico.
- Fácil aplicación y la más alta trabajabilidad.
- Competitividad a todo nivel.
- Aditivos adhesivos y retardantes de humedad.
- No requieren fibras ni se fisuran.
- Cumplimiento de normas ANSI / ASTM.
- Laboratorio de materiales certificado ISO 9001 / ISO 14001.

Hay un mortero **SUR** para cada necesidad



Los morteros SUR, están respaldados por nuestra alianza estratégica con la empresa italiana Vimark.

Con más de 30 años en el mercado mundial y con las más diversas e innovadoras soluciones para la construcción.



Más Información

Encuéntrelos en los depósitos de construcción más prestigiosos del país



La evolución no se detiene

**SUR**  
www.gruposur.com