

tuercas y tornillos



¡Adiós, Rodríguez & Esquivel!



Después de más de 50 años de atender el mercado de Pérez Zeledón, Ferreteria Rodríguez & Esquivel dijo adiós al mercado para desaparecer como empresa. Los 500 compradores que les visitaban a diario, sin duda, echarán de menos la tradicional esquina donde se ubicaba.

- 16 Negocio de varillas
- 22 Mercado de herramientas eléctricas
- 28 Inventarios: un asunto delicado
- 30 Nicaragua: ferreteros contra la adversidad

expo
FERRETERA
su herramienta de negocios
30, 31 MAYO Y 1 JUNIO 2014



Revista TYT



Innovación en Morteros para Construir

Para paredes finales libres de problemas, confíe en la calidad de la línea de repellos INTACO

Repemax®



Acabado típico de un repello tradicional hecho en obra

Acabado libre de problemas con Repemax®



Con Repemax® usted obtiene:

- ✓ Mayor rapidez en la preparación y aplicación.
- ✓ Excelente trabajabilidad.
- ✓ Garantía de acabado fino, sin grietas ni fisuras.

3 en 1

Selle, impermeabilice y pinte de una sola vez

LANCO[®]

Ya NO importa qué hay
al otro lado de la pared

Miles
de colores
a escoger

**DETIENE 100%
EL PASO DEL AGUA**



Los expertos recomiendan Lanco

Comparta con nosotros su proyecto nuevo o de remodelación. Busque en los centros de pintura o en ferreterías al experto en pinturas, él le recomendará el producto Lanco ideal para sus necesidades. O bien llámenos al 2438-2257, donde uno de nuestros especialistas le asesorará. www.lancopaints.com

Síguenos en





16 EN CONCRETO NEGOCIO ENTRE VARILLAS

Este mundo cambia y todo cambia, y no es extraño tampoco que las empresas cambien y que lo hagan también los mercados. Así las cosas, ArcelorMittal cambió su esquema de comercialización al pasar de uno a varios distribuidores y mantiene una producción mensual de 32 mil toneladas de varilla.

10 PINCELADAS

14 MERCADEO

Escenarios: herramienta de mercadeo

No hay la más mínima duda que los adivinos, videntes y magos del pasado y de ahora, tienen que hacer muchas proyecciones sobre el futuro. Luego de ello, seleccionar aquella que creen se ajusta más a la realidad de su cliente en concreto.



22 Especial de Herramientas Eléctricas

¡Aquí hay mucha herramienta!

Costa Rica se ha convertido en uno de los países del área con mayor consumo en herramientas eléctricas. Solo en taladros, el año anterior importó más de \$4 millones.

CONTENIDO

PERFIL

20 ¿Qué hacer cuando la familia de productos aumenta su crecimiento?

Apostada sobre un terreno de 60 mil metros cuadrados, y con su primer nave de 10 mil m², Plastimex se lanzó por una conquista más fuerte del mercado.

26 ¿Cómo vender más sin que la competencia importe?

En Diasa, Alajuela, han ideado que los compradores son mayormente seducidos cuando se les ofrece todo un concepto y líneas especializadas como Force.

28 El inventario es un tema sumamente delicado

Si no lo quiere llevar, pues no lo lleve usted, pero entonces, necesariamente, si quiere una empresa de éxito, déjelo en manos de un tercero, pero el inventario hay que llevarlo al día.

NICARAGUA

30 Una ferretería "bendita"

Aunque en Nicaragua, los ferreteros deben lidiar con condiciones económicas adversas, basta una dosis de pasión y "ponerle" muchas ganas para que los negocios mejoren.

32 Mejía: ferretería muy cooperativa

Los Mejía, Propietarios de Ferretería Mejía, en Masaya, optaron por funcionar al estilo de una "cooperativa", pues como distribuidores exclusivos de Cemento Canal, han establecido algunas sinergias con camioneros para funcionar con más eficiencia.

34 PRODUCTOS FERRETEROS

36 EL FERRETERO

Crónica de un cierre anunciado...

La Ferretería Rodríguez y Esquivel de Pérez Zeledón, dejó de existir, después de más de 50 años de vigencia. Jorge Calvo, fue ferretero y testigo del devenir del negocio.

Si antes era buena, ahora se pone mejor.



SIN OLOR **ACRÍLICAS** **6000**
MÁXIMA DURABILIDAD colores

Super precio desde

¢12,950^{ivi}
Antes ¢19,900 ivi



Aplican restricciones. Promoción válida hasta el 31 de agosto del 2013.

CRÉDITOS

Presidente

Karl Hempel Nanne
karl.hempel@eka.net

Directora General

Michelle Goddard
michelle.goddard@eka.net

Director Editorial

Hugo Ulate Sandoval
hugo.ulate@eka.net

Directora Eventos

Carolina Martén
carolina.marten@eka.net

Periodista Nicaragua

María José Uriarte
mariajose@ekaconsultores.com

Asesor Comercial

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

Directora de Arte

Nuria Mesalles

Diseño y Diagramación

Irania Salazar Solís
Liliana Castro Solano

Foto de Portada

Daniel Piedra

Circulación

Andrea Moodie
andrea@ekaconsultores.com

Reciba una Suscripción Anual de Cortesía*

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

*Aplican Restricciones

Más información



CARTAS

Comprometidos

En la revista de mayo de TYT, en la sección del Ranking de Marcas, aparece Cosmac S.A., en la categoría de Láminas de Gypsum, en el puesto número 5, siendo esto incorrecto ya que no distribuimos esta línea.

Otro dato que aparece en la categoría de Luminarias y Lámparas, nos califican en el puesto 3 como distribuidor de la línea Philips. No sé qué fuente utilizan para recopilar estos datos, pues desde hace varios años dejamos de comercializar esta marca y somos un distribuidor exclusivo de la marca Sylvania.

Espero que esta información que ya la conoce todo el medio ferretero, no nos afecte a lo interno de Cosmac, por el compromiso que adquirimos desde hace un buen tiempo atrás, con nuestro proveedor Sylvania.

Me gustaría aclarar, en la próxima edición, esta situación.

Muchas gracias

Isidro Porras

Gerente

R/ Estimado señor Porras, la investigación responde a una consulta directa a ferreteros o encargados de compras de los negocios. Imaginamos y suponemos que aún en el mercado, algunos empresarios no tienen del todo claro que Ustedes ya no poseen estas marcas, y por eso los resultados del estudio. Esperamos que esta publicación sirva para aclarar totalmente.

Hugo Ulate

Editor de Revista TYT



6644 vistas en

www.tytenlinea.com

Encuentre ejemplares de TYT en nuestros puntos de distribución



Llegó a Costa Rica una nueva opción...



...en **EXHIBICIÓN**

Góndola • Rack • Estantería • Exhibición

GREE
DISPLAY

☎ 2297-5656 | grecostarica.com

ventas@grecostarica.com

Colima de Tibás, San José, Costa Rica

Entre dos aguas de tamarindo...

misma solución, terminará eligiendo la de menor precio.

Aquí nace la pregunta: ¿existirá otra manera en la que ferreteros y mayoristas podrían diferenciarse sin la necesidad imperiosa de entrar en una guerra de precios? Muchos han optado por agregar características a los productos que los de su competencia no posee, pero siempre basado en lo que presenta el competidor, midiéndolo muy de cerca, lo que no deja también al final, de que unos a otros terminen por imitarse y consecuentemente, volviendo a la guerra de precios.

Si nos olvidamos por un momento del precio, y desde el punto de vista del ferretero, imaginemos que todos los productos fueran gratis, y que todas las ferreterías, como es usual, tuvieran de todo y para todos los gustos, todas con los mismos productos...

¿Qué haría que un cliente ingrese a esta o a otra ferretería? ¿Qué podríamos hacer para ser tomados en cuenta? ¿Qué valor verían los clientes en nuestro negocio para que llegaran a adquirir de gratis nuestros productos? ¿Cómo lograríamos

convencerlos?

¿Quizás se las puse un poco difícil! Pensemos en otro ejemplo un poco más sencillo: hay dos puestos de agua de tamarindo, uno en cada acera, frente a frente... Ambos negocios venden el vaso de 300 ml, en ₡100.

Sin embargo, el negocio A, a diferencia del B, puso sillas con palmeras para que los compradores se sientan más a gusto y estén más cómodos cuando lleguen a adquirir el refresco, pero además, preguntó a sus clientes si les gustaría que el tamarindo tuviera algunos sabores complementarios como tamarindo con canela, con amaretto, con azúcar de dieta, sin azúcar, con limón, y no contento con eso, se fue por su zona de influencia a encuestar posibles clientes sobre sus gustos y preferencias hacia el tamarindo.

Como vemos, antes de entrar en una guerra de precios, el negocio A, ideó una estrategia de diferenciación en su producto, innovó la demanda e incluso desarrolló nuevos compradores.

¿Cómo dicen: se las dejo picando en el área!



Hugo Ulate Sandoval
hugo.ulate@eka.net

Una de las variables determinantes en el sector ferretero sigue siendo el precio. Si lo vemos desde el punto de vista del mayorista, éste sabe que tiene que ser lo suficientemente competitivo en este factor para ganar la mayor cantidad de clientes, pues el ferretero, basado en este principio, también a su vez quiere ganar sus compradores.

Si por ejemplo, vamos a una ferretería a comprar una ducha, notaremos, sin que sea mucha la disparidad, siempre el precio no es el mismo, y el usuario, ante productos similares necesariamente, si los dos le otorgan la

En nuestra próxima edición
SEPTIEMBRE / TYT 207

Especial: Abrasivos

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.

Cierre Comercial: 26 de agosto

**Anúnciese en TYT
y exponga en Expoferretera**



Braulio Chavarría
braulio.chavarría@eka.net

Tel.: 2231-6722 ext.137 • Cel: 7014-3611

PINTURAS

Austral

Calidad a todo Color.

INHIBIDOR DE OXIDO



**Elimine la corrosión,
proteja y embellezca
sus metales a un bajo
precio con un solo
producto**

PINTURAS

Ceresita

Da vida a tu hogar.

CONTACTENOS

Tel: 2451 1613 • 2450 1553
ventas@pinturasaustral.com
Naranjo, Alajuela.



PINTURAS AUSTRAL
COSTA RICA



PLASTIMEX S.A.

CALIDAD · SERVICIO · VARIEDAD

Tablillas PVC cuando los finos acabados se unen con la máxima resistencia

Conozca la tablilla PVC de la más alta calidad

TABLILLA DE PVC

AGRÍCOLA

INDUSTRIAL

AVÍCOLA

HOGAR

JARDÍN

MESAS Y SILLAS

ACABADOS CONSTRUCCIÓN



Plastimex/ www.plastimexsa.com



Costa Rica Tel. +506 2453-9270



Panamá Tel. +507 244-5522 Fax: +507 244-5406

Maxicut

durable cutting tools



INFO@MAXICUT.NET | TEL. 1-305-330-1558

WWW.MAXICUT.NET

FABRICA DE DISCOS DE CORTE DE ALTO DESEMPEÑO
ALTA CALIDAD Y PRECIO COMPETITIVO VS MARCAS LIBERES

BUSCAMOS IMPORTADORES PARA LATINOAMERICA Y EL CARIBE

NUESTROS PRODUCTOS

- DISCOS ARRASIVOS
- DISCOS DE DIAMANTE
- HOJAS DE SIERRA CIRCULARES DE CARBONO



SE BUSCAN
REPRESENTANTES

CONTACTENOS HOY
INFO@MAXICUT.NET
WWW.MAXICUT.NET
1-305-330-1558

MAXICUT HERRAMIENTAS DURABLES DE CORTE

WWW.MAXICUT.NET

TEL. 1 305-330-1558

WWW.MAXICUT.NET
MAXICUT HERRAMIENTAS DURABLES DE CORTE

Sorie la pega

A la espera de “pegar” muchos compradores, Sorie lanzó al mercado su nuevo epóxico industrial Pegatanke, de tecnología venezolana.

Según Niki Schiamanna, de Sorie, está formulado para pegar metal, aluminio, cobre, MDF, vidrio, cerámica, losa, madera, PVC, plástico, para pegar superficies porosas con no porosas y entre no porosas, e incluso se puede aplicar bajo el agua.

“También funciona como soldadura en frío, y se puede usar en la industria automotriz, pues funciona para sellar tanques de gasolina, transfer, carter, radiadores. Incluso para tanques de agua no hay problema porque después de la reparación, el agua sigue siendo potable”, dice Schiamanna.

El epóxico se puede moldear y expuesto al sol cura en 30 minutos, y en temperatura ambiente en hora y media.

“Puede soportar un peso muerto (suspendido) de 250 kgr, y una temperatura de hasta 300 grados centígrados”, dice Niki.

El producto es bi-componente, y para hacer la formulación se aplica un 50% de cada envase hasta formar una pasta uniforme y si se requiere para reparar productos flexibles como mangueras, se le puede agregar silicón.



Niki Schiamanna (derecha), muestra el Pegatanke, epóxico industrial que distribuyen en forma exclusiva. Lo acompaña el representante de la marca.

PTK PEGATANKE
Soldadura Al Frio

APLICABLE SOBRE CUALQUIER SUPERFICIE Y BAJO EL AGUA
EPOXI
CONT. NETO 44cc
30 MINUTOS AL SOL

• METAL • ALUMINIO • COBRE • MDF • CERÁMICA
• LOSA • MADERA • VIDRIO • PVC • PLÁSTICO
• INCLUSO BAJO AGUA

CON PEGATANKE ES MUY FÁCIL
Repáralo y Listo

Distribuye: **SORIE** SORIE CAROLINA S.A.
TELÉFONO: 2296-3005 / 2296-3193 / 2296-2117 / 2296-2623
www.sorie.com

Tablilla para **cielo raso**

HECHO EN COSTA RICA

Líderes en fabricación

ARKIPLAST
APLICACIONES PARA LA CONSTRUCCIÓN

- No propaga el fuego
- Fácil de instalar y limpiar
- Alta flexibilidad

Acabados brillantes y AHORRA
también disponibles tonos mate

- Entrega inmediata
- 0% deterioro por manipulación
- Personalización

¡Hágalo fácil,
limpio y elegante!

CieloPlast
INTERNACIONAL S.A

Amplia variedad de diseños y colores...



más de **1000** opciones
disponibles...

 CieloPlast Internacional

Tel: 2475 5111 / www.arkiplast.com



Pennsylvania y Megalineas fueron los estrategas del lanzamiento del nuevo Duretán en presentación de 95 gramos y de capacitar a los ferreteros en el uso y aplicación de selladores.

Duretán se hizo papá

En Megalineas están prácticamente de fiesta, por el hijo que acaba de tener uno de sus productos estrella: Duretán, pues lanzaron una presentación en blíster de 95 gramos y de momento, disponible en colores blanco, negro y gris.

Al lanzamiento, acudieron ferreteros de todo el país en una actividad combinada con un seminario taller sobre Usos y Aplicaciones de los Selladores, impartido precisamente por los representantes de Pennsylvania, empresa mexicana y fabricante de selladores y obviamente del Duretán.

La actividad fue totalmente práctica, donde los empresarios ferreteros tuvieron la oportunidad de elaborar aplicaciones de producto para que pudieran constatar los beneficios y los alcances.

Víctor Cordero, Gerente General de Megalineas, agradeció la presencia de todos los clientes, e indicó que la salida al mercado con esta alternativa de Duretán, obedece a una necesidad que en muchas ocasiones habían expresado ya en el canal.

“Estamos complaciendo la necesidad, pues sabemos que hay un mercado doméstico que esperaba Duretán en esta presentación”, indicó Cordero.

Carlos Jenkins, de JR Vargas en Atenas, uno de los asistentes al evento, estimó que estas oportunidades de aprendizaje y capacitación hay que aprovecharlas.

Armado una pecera: Este fue uno de los retos que los ferreteros tuvieron en el Seminario Taller Usos y Aplicaciones de los Selladores, organizados por Megalineas.



Sobre Reglamento de Varilla

En el perfil de Facebook de TYT, Randall Avalos Hoffmann, nos hace llegar el siguiente comentario sobre la entrada en vigencia del Reglamento de Varilla:

“Esperemos que la decisión que tomen, sea en favor de los consumidores y sobre todo de su seguridad. Ese reglamento lo que busca es que se construya con los materiales adecuados para un país tan sísmico como el nuestro. Al final, todos los productos deberían brindarle al consumidor final una garantía de su calidad y esto se logra con reglamentos y normas que funcionan en todos los países. No es justo que un consumidor compre un producto pensando que cumple con ciertos requerimientos y que no sea así y sea engañado”.

PRÓXIMAMENTE

TRAMONTINA

Distribuido por
TORNECA



EXCLUSIVOS

TRAMONTINA

PRO

HERRAMIENTAS PROFESIONALES

TRAMONTINA

MASTER

Herramientas profesionales
para mantenimiento industrial,
automotriz, eléctrico y agrícola.



Escenarios: herramienta de mercadeo

Los llamados “escenarios” son instrumentos para ordenar las percepciones de la gente sobre futuros alternativos en los que las decisiones tomadas hoy podrían desarrollarse. Un escenario encarna una visión plausible o la percepción del futuro en un año determinado, vinculado a las condiciones en el presente, a través de una secuencia de coherencia interna de los acontecimientos. Un escenario podría ser descrito como una hoja de ruta desde el presente hacia el futuro.

La planificación por escenarios, es una metodología usada por los militares, adaptada al mundo corporativo por la petrolera Shell para crear composiciones de lugar sobre el futuro. Pierre Wack, del grupo de planeamiento de la Shell y autor de “Scenarios: The gentle art of re-perceiving”, dice: “Los escenarios enfrentan dos mundos: el mundo de los hechos y el mundo de las percepciones. Ellos exploran por hechos pero apuntan a las percepciones, dentro de las cabezas de los tomadores de

decisiones. Su objetivo es recoger y transformar la información de significancia estratégica de las percepciones frescas”.

Arie de Geus, autor de “The living company” sostiene que “las acciones de individuos y de organizaciones aisladas tienen un impacto mínimo sobre las fuerzas poderosas y repartidas que impulsan la creación, dirección y sostenibilidad de los acontecimientos externos”.

Modelos mentales

El propósito real de la planificación estratégica – dice A. de Geus – no es predecir el futuro, sino cambiar los modelos mentales de quienes tienen que tomar las decisiones importantes ensanchando sus percepciones y re-enmarcando sus perspectivas. Para lograrlo con éxito, el equipo directivo debe comprender lo que fluye por su mente. Aprender cómo piensa el equipo es un primer paso esencial para identificar lo que necesita ser cambiado. Los miembros del equipo no pueden saber si han cambiado sus modelos menta-

No hay la más mínima duda que los adivinos, videntes y magos del pasado y de ahora, tienen que hacer muchas proyecciones sobre el futuro. Luego de ello, seleccionar aquella que creen se ajusta más a la realidad de su cliente en concreto.



les, a menos que sepan los que tenían al comienzo de proceso. Ariyoshi Okimura, el brillante economista y director del Banco Industrial, sobre los malos pronósticos relacionados con la economía, ha dicho: “No creo que los desequilibrios van a desaparecer, y no creo que van a destruir el sistema. Creo que vamos a tener ‘desequilibrios administrados’. La pregunta no será la manera de eliminarlos, sino la forma de vivir con ellos”. Los expertos en escenarios afirman que las únicas cuestiones relevantes acerca del futuro son las que logran que cambiemos la pregunta: de si ocurrirá algo, a lo que haríamos si ocurriera. Los futuros escenarios son múltiples. Son solo relatos alternativos de cómo puede evolucionar en el futuro el entorno general o global. No son predicciones sino relatos alternativos, creíbles y relevantes que nos permiten explorar hipótesis, utilizando la pregunta ¿qué pasaría si...? Un conjunto de escenarios facilita un entorno de aprendizaje en el que los ejecutivos pueden

explorar esas fuerzas, mejorar la comprensión de las dinámicas que conforman el futuro y poder así evaluar las opciones estratégicas para tomar decisiones.

Esta metodología preparó a la empresa Shell para enfrentar la crisis energética de 1973, la caída de la Unión Soviética y la presión para alinearse con las tendencias ambientalistas. Los objetivos principales del desarrollo de esta herramienta de gestión son:

- Generación de proyectos y toma de decisiones, ante una variedad de futuros inciertos y alternativos.
- Tener una mejor perspectiva acerca del futuro.
- Conseguir que los ejecutivos fueran más perceptivos, capaces de reconocer eventos posibles y dotarles de una base para comprender sus implicaciones.
- Potenciar a la gerencia, usando la metodología de escenarios para definir un contexto, dentro del que se toman esas decisiones.

Fuente: www.mercadeo.com



ArcelorMittal

La varilla nacional certificada que cumple con el Código Sísmico, las normas nacionales INTE y las normas internacionales ASTM, es **ArcelorMittal**, **identifíquela así:**



**CUIDE SUS SUEÑOS, CUIDE A LOS SUYOS, VAYA A LA SEGURA.
COMPRA VARILLA NACIONAL**



Actualmente, la planta tiene una producción de varilla de 32 mil toneladas mensuales.

Negocio entre varillas

Este mundo cambia y todo cambia, y no es extraño tampoco que las empresas cambien y que lo hagan también los mercados. Así las cosas, ArcelorMittal cambió su esquema de comercialización al pasar de uno a varios distribuidores y mantiene una producción mensual de 32 mil toneladas de varilla.

“En río revuelto ganancia de pescadores...” Un refrán que suena por ahí, y que si aplicáramos al mercado del hierro en Costa Rica, tendríamos que transformarlo y hacerlo a manera de pregunta para decir: “¿en varillas revueltas, ganancia de acereros?”.

En los últimos días, hemos visto como el mercado del acero se muestra más que convulso, no solo por las fluctuaciones en el precio del material, específicamente para la varilla número 3, que es una de las más usadas en la construcción, sino por la entrada, si se quiere repentina, de más jugadores al mercado.

Así las cosas, solo para nombrar algunos, hemos detectado oferentes que “coquetean” con la red de distribución, con producto traído desde México, Turquía, Taiwán, China, Corinca que pro-

duce en El Salvador, Saret que es otro proveedor, los señores de Inca, que traen su producto desde República Dominicana, y por su puesto ArcelorMittal, que además de ser un fabricante mundial, posee fabricación local en Costa Rica.

No hace mucho, ArcelorMittal tenía como principal y único distribuidor para el país a Abonos Agro, pero de un momento a otro, y como dicen que no hay amor que dure 100 años, decidieron romper la relación, devolverle las fotos y los peluches del noviazgo, y ¡zaz! Sucedió lo que nadie se imaginaba: con Abonos Agro sin ser su principal distribuidor, ArcelorMittal decidió cambiar su esquema de uno solo a tener varios distribuidores, y hoy se identifican como tales, Mayoreo del Istmo, Prokasa, y algunos sub-distribuidores de

otras zonas.

Con este cambio, a esta empresa parece bastarle, y de sobra, para seguir atendiendo el mercado tico, y así lo hace ver su Gerente General de Ventas y Logística, Sergio Pérez, cuando indica que “tenemos producto y producción de sobra para atender todas las demandas del mercado”.

Así es, como solemos hacer, y para no hacer caso a las especulaciones y a los dimes y diretes que se dan en los corrillos del mercado, nos fuimos a sentar a las propias oficinas de ArcelorMittal, para conocer la versión real sobre todo lo que está sucediendo en el mercado del hierro.

¿Hemos visto que el mercado del hierro se ha comportado diferente, quizás por la llegada de otros competidores y será

esa la razón de la tendencia a la baja en los precios de la varilla?

Por supuesto, que hay una estrategia nuestra en todo este proceso, pero fundamentalmente un cambio en la estrategia de comercialización. Los precios bajan porque también eliminamos intermediarios que teníamos en el medio.

¿Qué sucedió, entonces, con Abonos Agro?

Nosotros compramos en el 2006, el 50% de la parte de empresas de aceros largos del Grupo Pujol, y Metalco compró la otra parte. Dentro de esa compra, el acuerdo inicial con ellos era que nosotros íbamos a administrar toda la parte de materias primas, procesos, y todo el “know how” y la parte comercial la manejaba el Grupo Pujol. En el 2008, compramos el 100% de las empresas de



Sergio Pérez, Gerente General de Ventas y Logística, no lo desvela el tema de pasar de uno a varios distribuidores. “Tenemos producto y producción de sobra para atender todas las demandas del mercado”.

La planta de ArcelorMittal en Guácimo de

aceros largos. Los primeros años fueron muy buenos, pero poco a poco la relación dejó de sumar valor y así lo sentimos ambos... Abonos Agro prefirió tener provisión de otra fuente y no trabajar con nosotros, por lo que optamos por un esquema comercial más abierto, más cerca del mercado, con un contacto más directo, y seguiremos por esa línea.

¿Cómo definiría ese nuevo esquema comercial?

Es un esquema muy abierto y transparente, no le damos demasiada vuelta a las cosas, somos bastante apegados al esquema que tenemos como para evitar que el mercado se convierta en un caos. Estamos abriendo a varios distribuidores y lo que nos interesa lograr es que haya cobertura geográfica para que los ferreteros, las constructoras

puedan acceder a producto nuestro. “Solo la planta de aquí tiene capacidad para atender 4 veces todo el mercado de Costa Rica si me lo comiera yo solo...”

¿Qué puede hacer el ferretero ante estas variantes de precio?

Lo primero que puedo decir es que nosotros no provocamos una guerra de precios, más bien tratamos de cuidar que ese problema no se diera en la mayoría de todos los clientes, y lo hicimos lo más que pudimos.

El esquema de Arcelor, en la mayoría de los mercados donde está presente, con plantas productoras, es buscar mercados estables. Recordemos que este producto es un “commodity” que puede sufrir variaciones en cualquier momento. Hasta cierto punto, nosotros absorbemos movimientos bruscos en materia prima para que sea estable.



Guápiles tiene una capacidad de producción, de 350 mil toneladas al año.

“Nuestra “guerra” ha sido por la estabilidad y no que el mercado se vuelva loco por esto y se guíe por la especulación”, añade Pérez.

Manifiesta que actualmente están trabajando con una red propia con los mismos clientes del sector, “y con quienes vamos avanzando en soporte técnico, imagen y capacitando a su gente para que puedan hablar con más eficiencia y efectividad con sus compradores. Nuestra idea es profesionalizar el mercado”, concluye Pérez.

¿Así como están las cosas, como hacen para que el ferretero no confunda las varillas de ustedes con las de otros competidores?

Al ser el único productor nacional, nuestras varillas son las únicas que pueden decir Costa Rica, con las iniciales “CR”, pero

igualmente en el laminado de la varilla trae “AM” que es ArcelorMittal, después viene el número de varilla, el grado que si es 40 no dice nada y si es 60 viene escrito, y si es 60 puede ser una ASTM común, o la 706 que es la varilla sísmica y que viene con una “W” por ser soldable.

¿Es suficiente con esto?

- No solo alcanza con identificar las varillas, hay que tener algún certificado o garantía de calidad. El ferretero, en el paquete de varillas, trae una etiqueta que indica, que en nuestro caso el producto está certificado por INTECO, además a los clientes que nos lo pidan, en la etiqueta podemos indicarles todo el proceso de fabricación que tuvo la varilla o trazabilidad.

¿Qué tienen las varillas de ArcelorMittal que no tengan los competidores actuales?

- Hay varios aspectos: este es un producto que incide fuerte en la construcción, es un producto crítico en la obra y lo primero que garantizamos es que nuestras varillas cumplen absolutamente con todo, la cadena de distribución nuestra, está asesorada para poder vender y ayudar al usuario. Al ser fabricantes en Costa Rica, estamos aquí para dar respuesta en el momento, que no es igual que tener el productor en Taiwán, Turquía o China. “Al tener presencia aquí, podemos dar capacitaciones y asesoramiento, incluso en la misma obra”.

¿Qué pasa con el tema de la reposición de la salida al mercado del Reglamento de Varillas?

Primero se hizo una norma que regula la calidad que debe cumplir el producto. Costa Rica cuen-

ta con un Código Sísmico de alta calidad, pero había que instrumentar un reglamento que indicará cómo hay que aplicar estos productos y por último, un reglamento que indique como los productores o importadores o comercializadores, tienen que garantizar al usuario que se está cumpliendo con la norma. Todo este proceso se llevó como 4 años y en octubre se terminaron todas las consultas públicas, y entró a regir el periodo para adaptarse, y el 11 de abril tenía que entrar en vigencia, pero no estaba implementado todo lo necesario por ejemplo, para que las aduanas pudieran controlar. O sea se implementó la ley, pero los organismos no se prepararon a tiempo, por lo que el Ministerio de Economía, y me parece en buena hora, decidió posponer un mes la entrada en vigencia.



Julio Salas y su esposa Marta Guerrero, Propietarios de Plastimex, esperan conquistar con más fuerza los diferentes nichos de negocio que atiende en este momento, la empresa.

¿Qué hacer cuando la familia de productos aumenta su crecimiento?

Apostada sobre un terreno de 60 mil metros cuadrados, y con su primer nave de 10 mil m², Plastimex se lanzó por una conquista más fuerte del mercado.

Palmares de Alajuela.- Plastimex de verdad que se ha tomado muy en serio eso de entrarle al mercado con fuerza, pues con un edificio de esta magnitud, no solo espera mejorar aún más su desarrollo logístico sino incrementar la productividad de sus tres grandes áreas de negocio.

Específicamente, estas tres grandes áreas comprenden la línea agroindustrial con la comercialización de cajas para almacenar hortalizas y más y que incluso se exportan a mercados como Nicaragua y República Dominicana; la línea de hogar con productos como mobiliario para oficina, jardinería, y finalmente, la línea de acabados para la construcción con tablilla de PVC en diversos colores y 35 estilos diferentes, entre otros productos.

Y aunque no nos quiso dar una cifra de la inversión de este primer edificio, pues piensan construir otro con las mismas dimensiones, Alvaro Castro, Gerente de Ventas de la empresa, indicó que “este es un esfuerzo que nos deja 0 problemas de espacio, y que necesariamente, nos hará más productivos y eficientes”.

Incluso cuenta que en vista de todo esto, ya han ido buscando otras oportunidades de mercado donde incrementar sus ventas, por lo que han empezado a establecer negociaciones con el sector institucional. “Seguiremos atendiendo con más fuerza nuestros nichos de mercado como el ferretero, con el desarrollo e incorporación de más productos”, sostiene Castro.

Sin duda, el desarrollo y con la apuesta sobre la mesa de esta compañía, viene a significar un golpe para sus competidores que si se descuidan un poco, bien podrían recibir, en cualquier momento, otro “puñetazo certero”.

La nueva cara de Plastimex muestra una sala en la que exhiben todos sus productos. con la ventaja de que algunos de ellos, como la tablilla PVC se puede ver instalada y en sus diferentes estilos.





BOSCH

Innovación para tu vida

Su mejor aliado en la construcción

BOSCH presenta 3 herramientas de su amplia gama de medidores eléctricos los cuales agilizan la planificación y ayudan a maximizar la rentabilidad de sus proyectos.



GSL2 – El "Robot" que va a cambiar la forma que verificamos la nivelación de los pisos

El GSL2 es la primera herramienta del mercado especializada en detectar el desnivel de pisos. Nos indica claramente dónde hay ondulaciones y depresiones en el piso, acompañado de una placa con la que se puede verificar cuanto es este desnivel.

Es un equipo demasiado flexible porque trabaja tanto con baterías de 10,8V de iones de Litio de BOSCH como con 4 pilas AA, y es resistente al polvo y salpicaduras de agua con IP54.



GLL3-80 – Nivel láser con 3 planes 360°

El nivel láser GLL3-80 es el nivel de línea más completo del mercado, con robusta utilización para interiores y exteriores, trabaja con 3 planes 360°, llegando hasta 80m con el receptor LR2, con una precisión de 0,02mm/m.

Garantiza un perfecto alineamiento horizontal, vertical, trasferencias de puntos, con un costo beneficio muchísimo mejor que un nivel rotativo.



GLM80 – Telémetro para el profesional completo

La cinta láser GLM80 es una solución de alta tecnología para la construcción garantizando una medida precisa y confortable. Es la primera cinta láser del mundo que se puede transformar en un nivel, auxiliando en todas las fases de la construcción.

Mide una distancia de hasta 80m con 1,5mm de precisión, y trabaja hasta 360° para la nivelación. Es la cinta láser más completa del mercado para el profesional.

"Pregunte por nuestra gran variedad en su ferretería más cercana"

¡Aquí hay mucha herramienta!

Costa Rica se ha convertido en uno de los países del área con mayor consumo en herramientas eléctricas. Solo en taladros, el año anterior importó más de \$4 millones.

De acuerdo con cifras de partidas arancelarias, Costa Rica es uno de los países del área que más herramientas eléctricas consume.

Solo para citar un ejemplo, y tomando en consideración que al ser los taladros, las herramientas más emblemáticas o las que más se importan, solo el año anterior se registraron más de \$4,5 millones. (Ver tabla 1).

Si bien es cierto se podría inferir que hay un mercado profesional que sigue en aumento, pero que también el sector doméstico o de "hobbie", continúa su crecimiento.

Desde el punto de vista de la ferretería, ha visto aumentado su caudal de venta en este rubro gracias a la asesoría misma que los dependientes o encargados de departamento, siguen brindando a sus clientes, al someterlos al interrogatorio necesario para determinar el uso de la herramienta y asignar la venta de acuerdo con la necesidad.

La primer recomendación de cara al vendedor, aunado a la capacitación que el proveedor suele dar, es leer los manuales de instrucciones. Allí los mismos fabricantes exponen los riesgos posibles e indican los elementos de protección adecuados, así como los cuidados sobre el mantenimiento apropiado y cómo alargar su vida útil.

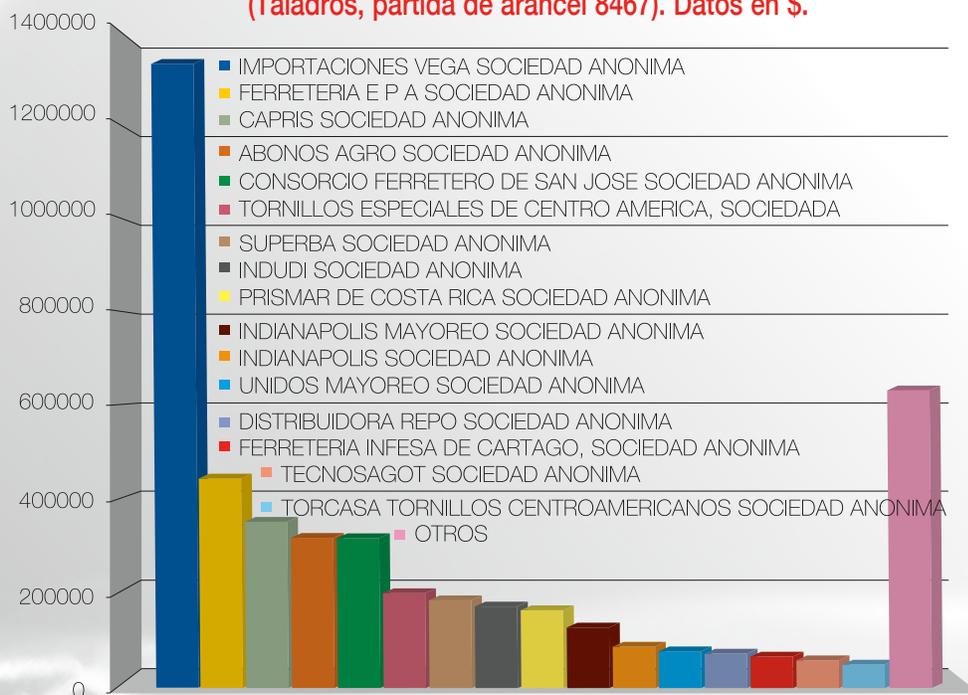
Las importaciones de herramientas eléctricas es uno de las categorías más representativas en las empresas proveedoras, y se está convirtiendo en un ítem de alta importancia en las tiendas, por lo que los expertos recomiendan que para una tienda de mediana superficie en adelante manejar no menos de 3 marcas diferentes de herramientas para todos los segmentos de mercado conocidos: industrial, profesional y doméstico. (Ver gráfico).

Importación para Costa Rica de taladros de toda clase. Periodo 2012

Importador	US\$-CIF
IMPORTACIONES VEGA SOCIEDAD ANONIMA	1,336,275.00
FERRETERIA E P A SOCIEDAD ANONIMA	442,045.00
CAPRIS SOCIEDAD ANONIMA	349,280.00
ABONOS AGRO SOCIEDAD ANONIMA	311,631.00
CONSORCIO FERRETERO DE SAN JOSE SOCIEDAD ANONIMA	311,162.00
TORNILLOS ESPECIALES DE CENTRO AMERICA, SOCIEDAD A	191,020.00
SUPERBA SOCIEDAD ANONIMA	174,353.00
INDUDI SOCIEDAD ANONIMA	162,235.00
PRISMAR DE COSTA RICA SOCIEDAD ANONIMA	153,594.00
INDIANAPOLIS MAYOREO SOCIEDAD ANONIMA	115,704.00
INDIANAPOLIS SOCIEDAD ANONIMA	71,824.00
UNIDOS MAYOREO SOCIEDAD ANONIMA	63,350.00
DISTRIBUIDORA REPO SOCIEDAD ANONIMA	57,236.00
FERRETERIA INFESA DE CARTAGO, SOCIEDAD ANONIMA	50,700.00
TECNOSAGOT SOCIEDAD ANONIMA	42,345.00
TORCASA TORNILLOS CENTROAMERICANOS SOCIEDAD ANONIM	33,148.00
OTROS	641,173.00
TOTAL	4,507,075.00

Datos según partida arancelaria: 8467

Valor de importaciones según mayorista. (Taladros, partida de arancel 8467). Datos en \$.



SERIE G

LINEA PROFESIONAL

Línea de Esmeriladoras

UNA NUEVA GENERACIÓN



G720
4½"/820W



G1000
4½"/1000W



G2207
7"/2200W



G2209
9"/2200W



www.BlackandDecker-la.com

¡Vega sí importa!

Importaciones Vega quiere ganar en el mercado y por eso, entre sus productos, apuesta con firmeza al sector de herramientas eléctricas, donde maneja 4 marcas principales: DeWalt, Neo, Gladiator y Forest & Garden.

Por Importaciones Vega

Con estas cuatro marcas, según el Gerente General de Importaciones Vega, Rafael Vargas, no se necesita tener ojo clínico para darse cuenta que la compañía se ha convertido en el mayor importador de herramientas eléctricas del país para el mercado ferretero.

“Esto ha hecho que también invirtamos fuertemente en capacitaciones a nuestros clientes y en exhibidores que hagan lucir más atractivas las herramientas”, Dice Vargas.

“Con nuestras marcas abarcamos 3 segmentos de mayor importancia en el mercado: “heavy duty” con DeWalt, trabajo pesado con Neo, y en esta marca también ofrecemos “heavy duty”, pero con precio menor y el segmento de usuario profesional y doméstico con Gladiator PRO y Gladiator”, sostiene Vargas.

Afirma que con estas tres marcas “abarcamos los tres segmentos de compradores que más visitan las ferreterías”.

Precisamente, estas tres marcas ha hecho que Importaciones



Vega sea la empresa que más vende herramientas eléctricas.

“En suma a nuestras marcas, también está el servicio real de soporte en todo el país”, indica Vargas.

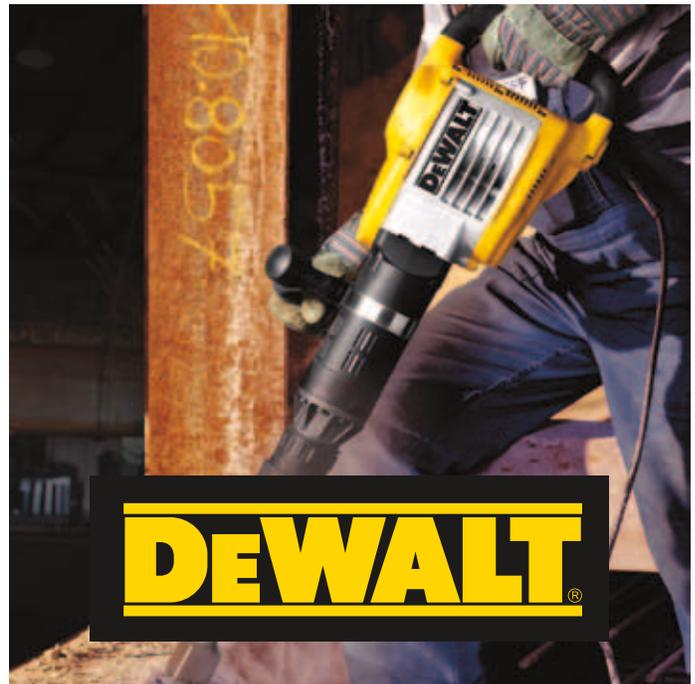
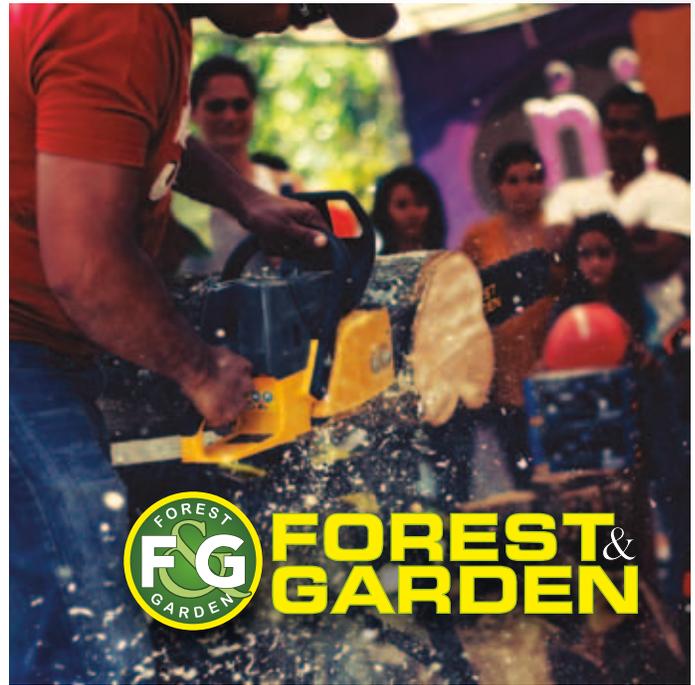
El gerente dice que estas tres

marcas siempre viajan con todo el respaldo de la empresa.

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

Rafael Vargas afirma que tienen soluciones de herramientas eléctricas para todos los segmentos de mercado, gracias a que la empresa ha hecho esfuerzos que la han llevado a convertirse en el mayor importador del sector.

Somos la empresa más integral del mercado ferretero.



Un complemento entre **calidad** y **respaldo**.

VEGA

www.importacionesvega.com | 2494-4600

¿Cómo vender más sin que la competencia importe?

En Diasa, Alajuela, han ideado que los comoradores son mayormente seducidos cuando se les ofrece todo un concepto y líneas especializadas como Force.

Es precisamente de esas empresas que no “echa”, como dicen, todos los huevos en la misma canasta, sino que basados en una experiencia de más de 20 años, le apuestan sólidamente a la diversificación.

Así es Distribuidora de Acabados Diasa, un negocio que dedica varias departamentos a la ferretería, materiales de construcción, decoración, acabados, línea de hogar, y que ha encontrado en esa estructura la clave para mantenerse y más bien, aumentar su crecimiento.

Jaime Rodríguez, su propietario nos contó que todo se debe a “la dedicación de querer atender a los clientes con buenos productos, atención, comodidad y buenos precios”.

Rodríguez cuenta que se inició como agente de ventas y “dentro de ese caminar me encontré con un amigo que me motivó a que nos asociáramos para crear un negocio en Alajuela”.

Y con tanta competencia en esta provincia, con ferreterías por doquier, Rodríguez asegura que la diferencia con su negocio está en que “hemos sabido identificar

cuáles nichos de mercado presentaban algunas deficiencias de atención para cubrirlos, por ejemplo, cuando abrimos fuimos la primer sala de acabados y eso no había en Alajuela”, cuenta Jaime.

Precisamente, dice que esa sala tenía productos españoles, losa sanitaria de un nivel más alto, griferías finas. “Empezamos a meter productos muy diferenciados”.

Y ahora con 22 años de estar vigente, Rodríguez sentencia que “más que en un negocio se ha convertido en una pasión”.

¿Cómo manejar un negocio con tanta diversificación? Para Rodríguez, es sencillo, pues han dividido la empresa y sus bodegas en departamentos, con administraciones divididas, lo que hace que se tenga un mayor control.

Jaime dice que muy buena parte de su negocio está hecho para vender conceptos y que a eso apuntan en el futuro con la incorporación de un vivero que tendrá varios servicios, entre ellos mostrar áreas complementadas con un conjunto de productos.



“Force tiene mucha fuerza”

Jaime dice que en el negocio se han vuelto muy selectivos con los productos y todos responden a lo que los compradores les piden y a las novedades que va lanzando el mercado.

Y afirma que por ejemplo, han apostado con fuerza a la línea Force de herramienta manual, de Capris, porque sustenta que este es un producto diferenciado. “Sin duda, es la línea líder del mercado, con mucho renombre y con mucha calidad. Considero que quienes son profesionales en el campo, la mayoría utiliza Force”, agrega Jaime.

Y va un poco más allá, al indicar que esta herramienta no podría

Jaime Rodríguez, Gerente General de Distribuidora de Acabados Diasa, en Alajuela, dice que la línea Force son herramientas que se recomiendan por sí mismas. A su lado, Cedrik Cartín, Gerente Regional de Ventas de Capris.

compararse con una serie de productos que hay en el mercado porque no cumplen con la expectativa del sector profesional.

“Force está muy posicionado en el mercado, que se recomienda por sí solo. La aceptación de los clientes ha sido total. Cuando se habla de Force, el profesional sabe bien de qué le están hablando”.

FORCE

Calidad, variedad y disponibilidad



www.capris.cr • 8000-CAPRIS

El inventario es un tema sumamente delicado...

Si no lo quiere llevar, pues no lo lleve usted, pero entonces, necesariamente, si quiere una empresa de éxito, déjelo en manos de un tercero, pero el inventario hay que llevarlo al día.

En la vida, y más que en la vida, en nuestras empresas somos a diario administradores independientemente de la función o rol que desempeñemos. Así somos administradores de productos, de personal, de tiempo y cualquier tarea que competa hacer más eficiente una compañía... Pero la pregunta del millón, se centra en saber ¿qué tan buenos somos o no administrando?

Hágame saber si el siguiente relato, de alguna forma, no le suena familiar: este ferretero estaba

acostumbrado a comprar y a observar cómo gustosamente lo que compraba iba poco a poco saliendo en manos de sus compradores, pero lo que no sabía era cuánto tardaba cada producto en ser escogido por los clientes para llevárselo. O lo que es más, aunque veía que los compradores seguían entrando a su tienda, no notaba que había productos que no se habían vendido desde hace un año, y otros que duraban hasta más para rotar.

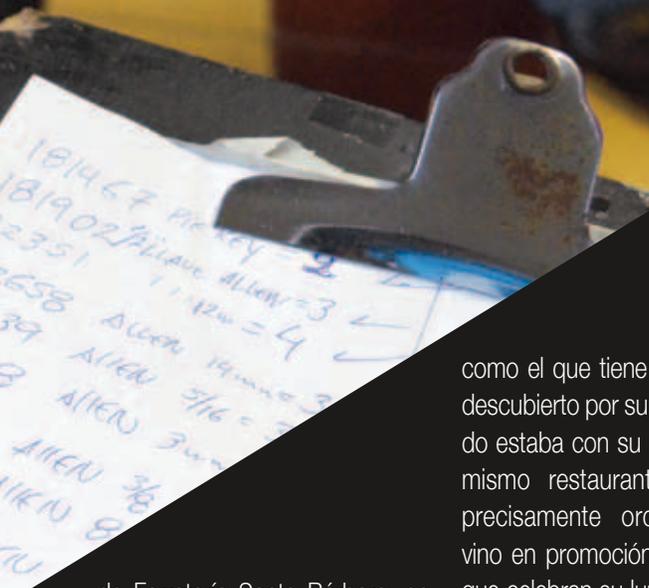
Todo eso sin contar aquellos otros productos que por el tiempo pasaron a convertirse en mercadería obsoleta, de esos que ya los rebasó una mejor tecnología y quizás hasta más económica o simplemente pasaron de moda y ya no se usan.

Don Pedro, como le hemos llamado a nuestro ferretero, en un momento se percató que solo notaba lo que estaba frente a sus ojos, y nunca le preocupó profundizar para observar en detalle a lo interno de su negocio. Dar una mirada profunda a sus anaqueles, exhibidores y bodega...

Y es que a simple vista, a veces nos podría parecer que el negocio marcha boyante, pero sin darnos cuenta que la utilidad de unos productos compensa infructuosamente -porque no es para siempre- la de otros que no solo se pegan, sino que han iniciado o avanzan ya en su etapa de obsolescencia.

Lo que es lo mismo, la utilidad máxima del negocio o ganancias máximas, en ocasiones se ven sacrificadas porque simplemente hay productos que no se mueven y siguen ocupando espacio, lo que en definitiva aumenta los costos.

Alfredo Campos, Administrador



de Ferretería Santa Bárbara, en Pavas, sostiene que cuando hay un producto que se pega y genera estos inconvenientes, se pueden seguir dos caminos para moverlo cuanto antes. “Lo primero es exhibirlo, buscar que si se puede, que el comprador se tropiece con él, pues solo así saltará a la vista y podría despertar el interés”, dice Campos.

El otro camino, según Campos, es sacrificar utilidad, irse a la menor pérdida, pero sin que la empresa pierda. “En este sentido, hay que bajarle estratégicamente el precio, pero sin que signifique pérdidas para la ferretería. Por ejemplo, si se trata de un taladro que en definitiva no se mueve, hay que bajar el precio al mínimo de utilidad, pero es muy importante explicarle al comprador que esta mercadería tiene todo el respaldo de la tienda”, sentencia Campos.

Nada de juguetes

Con el inventario no se juega, ni es nada que se puede dejar al azar, y mucho menos es algo que pueda encerrar un capricho o conlleve una tempestad pasional. Claro está, que un mal manejo en cualquier sentido, podrían enfrentarlo junto con su empresa, a un conflicto tan serio

como el que tiene aquel que fue descubierto por su esposa, cuando estaba con su amante, en el mismo restaurante, y cuando precisamente ordenaba aquel vino en promoción, para parejas que celebran su luna de miel...

Bueno, dejémonos de cuentos y vayamos al grano de que con el inventario no se pueden tirar los dados. Así lo hace ver Eduardo Méndez, Mercadólogo y Gerente del programa radial Constru Radio, al indicar que hay que estar muy atento a llevar un riguroso control “fill - rate”, “que lo que compro se me venda. Si todo se me vendió en un mes, tener la capacidad para tener siempre producto en la góndola, en exhibición, lo que quiere decir que debería tener llena la exhibición y con un “backup” que me respalde un mes, para no tener emergencias de falta de inventario”, dice Méndez.

“O lo que es lo mismo -añade Méndez- de la misma forma que la góndola se me vacía, que se me vaya llenando”.

Méndez recalca que un empresario con una ferretería, debería de preocuparse de proveer a los consumidores con los productos y servicios que requieren, en el momento, lugar y calidad que lo requieren y al menor costo posible. Esto es lo que se conoce

como “ECR” Respuesta Eficiente al Consumidor, por sus siglas en inglés.

“El ferretero debería tener todos los frentes de producto que requiera, así que por ejemplo, no importa si en una cabecera de góndola, o en dos paredes exhibe las mismas herramientas, pues aquí lo que interesa es que el inventario se mueva en el menor tiempo posible y hay que inducir las compras. Claro está que el asunto va más allá, y no es tan simple su aplicación porque para hacerlo más eficiente, se requiere de toda una planimetría”, agrega Méndez.

Finalmente, Méndez dice que el inventario hay que saber manejarlo muy bien para que no pase de ser una fuente de utilidad a un costo financiero total.

Bien estudiados

Y bueno, ya es hora de ir haciendo el cierre, pero creímos pertinente consultar la opinión de Christian Dedeu, Gerente General de la Cadena ConstruRed, quien asegura y coincide que en que hay que ser muy minucioso con este tema.

“Compras controladas: el ferretero debe tener claro el ciclo de rotación de los productos para

poder definir el tiempo de pedido al proveedor”, indica Dedeu.

Además señala que es trascendental hacer pruebas físicas semanales. “Hacer conteos físicos y verificarlos semanalmente vs sistema de software. Esto se puede hacer con 20 artículos por semana y darle seguimiento mensualmente. Generalmente, se comienza con los de más rotación”.

Como tercer punto Dedeu apunta a la revisión de rotación de artículos. “Tener en cuenta el mínimo de inventario de un producto para mantener en stock y el máximo de inventario o inventario de seguridad para poder dar un buen servicio ante la demanda del cliente final. Aquí se puede definir la compra sin exceder inventario y además se pone en evidencia cuáles artículos realmente son efectivos en la Ferretería”, concluye Dedeu.

¡Lea próximamente, cuáles son los software más eficientes y que proveen de mayores herramientas diferenciadas y simples para el manejo de inventarios!

Una ferretería “bendita”

Aunque en Nicaragua, los ferreteros deben lidiar con condiciones económicas adversas, basta una dosis de pasión y “ponerle” muchas ganas para que los negocios mejoren. Ferretería Bendición de Dios, es un negocio familiar de esos que no se doblegan con facilidad.

Por María José Uriarte / Periodista TYT Nicaragua

Managua, Nicaragua.- Ferretería Bendición de Dios, está ubicada sobre la carretera Masaya – Granada, al oriente de la capital Managua, pero sus orígenes, hace siete años, fueron en la calle 12 de Mayo, una de las vías más transitadas del Municipio de Masaya. Si bien, su posición hoy es mejor que donde se ubicó al ser inaugurada tiempo atrás, no deja de tener competencia, lo que a ojos de Mayra Narváez, no los ha perjudicado, todo lo contrario, los motiva a ser mejores en su ramo.

Narváez quien funge como copropietaria del negocio ferretero, cuenta que esta ferretería además de ser un negocio familiar, es una gran bendición de Dios, debido a que el local anterior era de una hermana, pero por razones ajenas debieron entregarlo. La decisión de obtener un nuevo local tuvo sus dificultades, ya que fueron a una institución bancaria a solicitar un préstamo, el que no sería aprobado por no entregar las escrituras del terreno, por lo que su papá: Santos Díaz Galero, acudió a la dueña del terreno, le comentó lo que sucedía y esta persona, sin conocerlo y de la nada le confió algo tan importante como son los documentos de

propiedad, para que los diera al Banco, sin obtener en el momento nada a cambio, por lo que su progenitor decidió llamar el negocio: “Bendición de Dios”.

Muy completa

Actualmente, esta ferretería es muy completa, en ella se pueden conseguir desde materiales de construcción como cemento, arena, pedrín, pintura, hasta los artículos más pequeños relacionados a electricidad o fontanería, por citar algunos ejemplos. El personal está representado por el esposo e hija de la señora

Narváez y dos personas más que fueron contratadas, y con ellos brindan la atención a los compradores, quienes llevan a domicilio los productos si estos son requeridos por los clientes, pues cuentan con tres camiones para brindar el servicio.

Doña Mayra cuenta que en el negocio han afrontado períodos donde la venta les dejan saldos rojos, pero en general, han logrado mantenerla a flote estos siete años, pues han logrado salir ya de grandes préstamos con instituciones bancarias, pues desde un principio decidieron que el

local debía ser de ellos, en vez de mantenerse alquilando.

Una de sus experiencias como ferretera, ha sido la de decir “NO” a algunos proveedores que buscan exclusividad en sus productos, esto debido a que prefiere dejar esas exclusividades que le brindaban algunos beneficios para abrirse al libre mercado, ya que estima que le resulta más rentable.

Una de sus estrategias para mantenerse activos dentro del negocio ferretero, ha sido estar atentos a las necesidades de los clientes, porque asegura que



Mayra Narváez, Co-Propietaria del negocio dice que aquí toca hacer de todo, y que recibe a cualquier mayorista que le proponga buenos negocios, pero no de exclusividades que no le permiten abrirse por completo al mercado.

Sobre la carretera Masaya - Granada, la Ferretería Bendición de Dios, procura tener de todo a la mano. Los compradores encuentran desde todo tipo de materiales de construcción, hasta productos ferreteros exhibidos por doquier.



saber escuchar y observar qué productos son los que se compran más, le ha permitido sobrevivir en crisis económicas, pues a veces decidirse solo por un producto, “nos puede afectar las ventas”.

Y es que el hecho de estar a orilla de una carretera que comunica a muchos departamentos del país de la región del Pacífico, hace que se diversifique la oferta, porque hay ocasiones donde el cliente le solicita un producto que ella ni conoce, pero si no lo

vende en esa ocasión, ya para una siguiente vez lo tiene porque hace hasta lo imposible por tenerlo para no tener que volver a decir que “no”.

Para Narváez, aunque la situación es dura, dice que esto de ser ferretera necesita el ingrediente de la pasión “pues hay días en que las ventas no asoman, pero en otros se puede incluso hacer para el resto de la semana. Todo es cuestión de paciencia y de ponerle muchas ganas”, dice Mayra.



En Ferretería Bendición de Dios, los compradores llegan en busca de materiales de construcción y se las ingenian para el acarreo. Sin embargo, sus propietarios dicen que también han incorporado las entregas express.

Mejía: ferretería muy

Los Mejía, Propietarios de Ferretería Mejía, en Masaya, optaron por funcionar al estilo de una “cooperativa”, pues como distribuidores exclusivos de Cemento Canal, han establecido algunas sinergias con camioneros para funcionar con más eficiencia.

Por María José Uriarte / Periodista TYT Nicaragua

Masaya, Nicaragua.- La necesidad de trabajar y ganarse honradamente el pan de cada día, fue lo que dio origen a la Ferretería Mejía, ubicada sobre la Calle Reforma en Masaya, departamento de Nicaragua. “Nunca nos imaginamos que llegaríamos a crecer tanto”, dijo el Co- Propietario y vendedor, Norman Mejía. Hace ocho años, esa era la única aspiración que tenían él, su hermano y su cuñada, cuando con pocos recursos, alquilando el

local y una deuda con el banco, decidieron iniciar este negocio que además de propio, hoy es un orgullo para ellos y el patrimonio familiar.

Con el tiempo, los proveedores fueron viniendo, la confianza creciendo y el local además de pequeño, llegó a convertirse en propio, por lo que a media cuadra necesitaron un local que sirviera como bodega, y el que al poco tiempo se transformó también en la segunda Ferretería Mejía, pues como la administra-

ba un hermano que había venido de Costa Rica y la ciudadanía iba regularmente a buscar sus productos, lo discutieron en familia y decidieron que este sitio fuese oficialmente otra ferretería.

En exclusiva

El señor Mejía lo asume como un negocio familiar pero reconoce también que un gran apoyo ha sido hacerse distribuidores exclusivos de Cemento Canal, el que comercializan en ferreterías de departamentos como Rivas,

Carazo y el mismo Masaya.

Mejía aseguró que asociarse con propietarios de camioneros que a nombre de ellos facturan con la cementera más de 40 mil bolsas de cemento Canal por mes y reparten equitativamente los porcentajes de descuentos y ganancias, ha sido una de las mejores oportunidades que han tenido para mejorar.

Otra opción ha sido el hecho de que si una persona necesita determinada cantidad de cemento en algún lugar lejos, solo



Ser distribuidores exclusivos en Nicaragua, del Cemento Canal, ha permitido que Ferretería Mejía se abra paso frente a la competencia, y además es una estrategia que le funciona como “gancho” para la venta de otros productos.

cooperativa



Además del cemento, Ferretería Mejía mantiene una oferta variada de productos ferreteros y materiales de construcción, pues Norman Mejía asegura que no se pueden descuidar ante la fuerte competencia.

llaman al propietario de un camioncito cercano para que lo lleve.

Este funcionamiento a manera de cooperativa, es lo que les ha permitido convertirse en líder de este ramo y un referente para la población, por quienes asegura mantienen la ferretería abierta aun en días feriados o asuetos nacionales.

Esta ferretería si mantiene una competencia muy ardúa, pues está ubicada en una de las calles en donde están situadas varias ferreterías, pero el objetivo de los Mejía ha sido siempre que su negocio sea el punto de referencia para población, “sin

importar el día que sea”, expresó el señor Mejía.

Mejía reconoce que aunque el liderazgo lo mantienen en la línea del cemento, “en cuanto a los demás productos estamos iguales, porque la idea de nosotros no ha sido competir, sino de ponernos de acuerdo y llevarnos bien con los demás”, apunta Norman.

Afirma que mantienen el enfoque de “vernos a nosotros mismos, para determinar lo que hacemos mal y lo que ejecutamos de buena forma, para evaluarnos y estar entre las alternativas de decisión de los compradores”, dice Norman.

**HERRAMIENTAS
ELECTRICAS**

ESMERILADORA
ANGULAR

SIZE 4 1/2" 1050 W Potencia/Power
SIZE 9" 2400 W Potencia/Power

PROFESIONAL

1 AÑO

ROTOMARTILLO

1/2" 1010 W Potencia/Power

PROFESIONAL

IMACASA
FUERZA EN SU TRABAJO

www.imacasa.com

PRODUCTOS FERRETEROS



Nuevo Duretán Poliuretano con nueva presentación de 95 gramos. Colores: blanco, negro y gris.

Distribuye: Megalineas
Tel.: (506) 2240-3616



Bomba silenciosa

Bomba de agua de tanque electrónica que no emite ruido, tiene una potencia de 1hp-220 voltios, presión de arranque 30 Psi y presión de corte 70 Psi. El diseño de la bomba es capaz de abastecer una casa de 2 pisos con 2 a 4 baños y 2 años de garantía.

Distribuye: Importaciones Campos Rudin
Tel.: (506) 2257-4604

facebook.com/ExpoempleoCR

www.expoempleo.net

11 expoempleo

Enlace entre empresas y talentos

Más que una feria de empleo

- Reúnase directamente con los especialistas en recursos humanos de varias empresas.
- Recibirá información sobre los reclutadores.
- Conseguirá aumentar su red.
- Asista a charlas gratuitas.
- Obtendrá información acerca de la carrera que quieren seguir.
- Aprenderá más sobre su industria.
- Explorará los distintos aspectos del mercado de trabajo.

Entrada €1500
Incluye entrada a charlas

- Traer curriculum en llave maya

Ingrese su curriculum y compre su entrada en www.expoempleo.net

6 al 8 de Septiembre 2013
Antigua Aduana

Organizan:
EKA LA REVISTA EMPRESARIAL
HR Global LA CONSULTORA DE RECURSOS HUMANOS

Copatrocinan:
cultura juventud



Cerradura de seguridad

Esta cerradura de la marca peruana Travex está fabricada en una sola pieza para resistir ataques tipo comba, no se puede palanquear, es anticorrosiva y tiene acabados en poliéster.

Distribuye: Atiko
Tel.: (506) 2291-7717



Ideal para instalar en estudios, al aire libre, duchas de piscina, cabañas, lugar de improvisado de emergencias, y duchas públicas. Fácil de instalar, ahorra hasta un 60% en costo de calentar agua, puede ser conectada a un generador, agua caliente interminable.

Distribuye: Evonet
Tel.: (506) 2262-3934



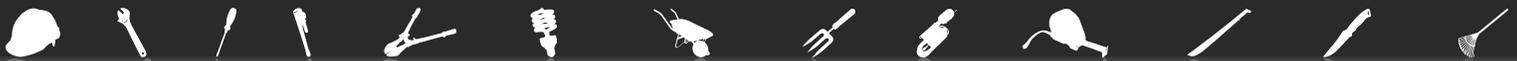
X-Terium es un sistema de alto desempeño para aplicaciones en fachadas y plafones exteriores. Su núcleo está formulado para resistir humedad y la formación de moho. Es un sustrato que puede recibir ladrillo delgado, estuco, recubrimientos texturizados.

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

Sección patrocinada por:



FUERZA EN SU TRABAJO



Crónica de un cierre anunciado...

La Ferretería Rodríguez y Esquivel de Pérez Zeledón, dejó de existir, después de más de 50 años de vigencia. Jorge Calvo, fue ferretero y testigo del devenir del negocio.



Jorge Calvo se mostró feliz al ser premiado por los seguidores de facebook como Ferretero del Año. Para él, fue un cierre de oro cuando las puertas del negocio en el que estuvo por más de 50 años anunciaron su cierre.

Pérez Zeledón.- Cuando usted empiece a leer esta nota, ya habrá pasado quizás unas dos semanas desde el día que fuimos a Pérez Zeledón a hacer entrega del premio a Ferretero del Año a Jorge Calvo, un ferretero con más de 50 años de experiencia, y a quienes los

seguidores del facebook de Expoferreteria eligieron sin miramientos.

Y fue precisamente ese día cuando vimos por última vez, las puertas abiertas de la Ferretería Rodríguez y Esquivel, que después de más de medio siglo de atención, hizo un alto y decidió

vender sus terrenos para dar pie a lo que se supone otro tipo de negocio que no tendría nada que ver con las lides ferreteras, aunque como siempre, algunas voces se asoman y hasta se atreven a indicar que una ferretería josefina tomaría este lugar para probar en el mercado ferretero

del Sur. Pero bueno, ya veremos lo que podría suceder en este mercado de oportunidades...

Muy en claro, y luciendo el certificado que lo acreditaba como Ferretero del Año, Calvo nos contó que ante el eminente cierre, varios eran los sentimientos que experimentaba... "Es una decisión dolorosa que no comparto, pero que respeto", nos dijo.

Y es que no debe ser para nada fácil aceptar un cierre, después de entregar 55 años a ser el ferretero que le tocó las alegrías en unas y hasta poner el pecho a las balas en otras. Un trago amargo, tan amargo que Calvo encontraba solo un tanto de dulzura al decir que "me siento bien

porque sé que ayudé a una empresa a tener éxito y con ella crecí. Este negocio me dejó muchos amigos con los que aprendí mucho. El dolor no es solo para mí sino para todo el pueblo que siempre nos vio como una solución".

Norte: ganar compradores

Aunque en ese día, aún había productos, los pocos que quedaban junto a una caja de ofertas, parecían rehusarse al cierre, pues daba la sensación que aunque se exhibían, era más fuerte el sentir de que estaban escondidos, de que querían pasar desapercibidos. La comprensión entre los pocos empleados que aún estaban era latente, pero la

tristeza ya había llamado a la puerta.

"Aquí llegaban más de 500 personas todos los días... Había mucha gente que quería esta ferretería. Fue un buen negocio, me siento orgulloso", indicaba Jorge, mientras entre los dos coincidíamos que los ciclos de las empresas a veces son así, y que es mejor cerrar las puertas dejando un buen sabor y las esperanzas de volver que cerrar para siempre.

Calvo dice que a sus 68 años aún conserva una buena dosis de carga en sus baterías. "Quiero seguir en esto. A mí la ferretería me formó y aún puedo dar más y sobre todo, aprender mucho", recalca Calvo.

Ahí, ese día, todo era nostalgia, pero aquella nostalgia de tener en la retina la luz del deber cumplido, esa dosis de placer que solo experimentan los que alcanzan metas. ¿Secretos? "Secretos hay muchos, pero aquí no escondemos nada, es solo saber tratar bien al cliente y ayudarlo a buscar una solución", asiente Calvo como para dar a entender que ese fue el norte que siempre le guió y el tiquete para ganar compradores.

Dice que durante esta media década siempre recibió la confianza y respaldo de los fundadores Antonio y Alberto y por supuesto de Patricia Rodríguez que ya era parte de la tercera generación.

Casualmente, Patricia agrega que a veces hay decisiones que no se pueden posponer y hay que sacar provecho de las oportunidades. "Acompañé a mi padre 15 años en el negocio, y siento que es hora de parar y dedicarme a otras cosas", asegura.

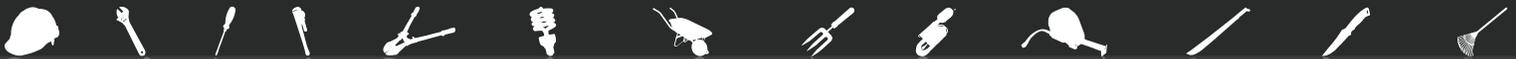
Algunos amigos aprovecharon para despedir a don Jorge y darle el último adiós a la ferretería. Marco Zúñiga (derecha), Vendedor de Importaciones Vega, fue uno de los que acostumbraba visitar el negocio.



Sección patrocinada por:



FUERZA EN SU TRABAJO



LISTA DE ANUNCIANTES

Empresa	Contacto	Cargo	Teléfono	Fax	Apartado	E-mail
Arcelor Mittal	Silvia Solera	Comunicacion	2205-8963	N.D	N.D	silvia.solera@arcelormittal.com
Capris	Gerardo Gutiérrez	Director Comercial	2519 50 00	2232 85 25	7 2400	gerardo.gutierrez@capris.co.cr
Cielo Plast	Herberth Alfaro	Gerente General	2475-5111	2475-7696		aherbert@cieloplast.com
Cofersa	Michelle Millet	Especialista Comercial	2205-2525	2205-2542		mmillet@cofersa.cr
Gree	Junior Montero	Administrador	2297-5656		2235-2929	jmontero@greecostarica.com
Imacasa	Andrés Zamora	Gerente General	2293-2780	2293-4673		azamora@imacasa.com
Imacasa	Andrés Zamora	Gerente General	2293-2780	2293-4673		azamora@imacasa.com
Imacasa	Andrés Zamora	Gerente General	2293-2780	2293-4673		azamora@imacasa.com
Imp Vega	Rafael Vargas	Gerente General	2494-4600	N.D	N.D	rvargas@importacionesvega.com
Intaco	Roger Jimenez	Gerente Comercial	2211-1717	2222-4785	N.D	roger.jimenez@intaco.com
Kativo	Adriana Brenes	Mercadeo	2518-7300	ND		adriana.brenes@hbfuller.com
Lanco Harris	Ignacio Osante	Gerente General	2438-2257	2438-2162		lancoyharris@racsa.co.cr
Pinturas Austral	Alexander Delgado	Gerente General	2451-1613			adelgado@pinturasaustral.com
Plastimex	Alvaro	Castro	2453-1251	N.D	N.D	acastro@plastimexsa.com
Promotora Panacost Corp	Ricky Alvarez		1-305-330-1558			info@maxicut.net
Sorie de Centroamerica S.A	Niki Sciamanna	Gerente General	2296-2117	2296-8127		info@sorie.com
Sur	Arturo Tello	Gerente Ventas	2211-3741			a.tello.s@gruposur.com
Torneca	Luis Fernando Coghi	Gerente General	2207 77 77	2207-7700	N.D	lquesada@torneca.com



ExpoVinoCostaRica

●●● La cultura del vino

La Ruta del Vino

Disfrute de un viaje diferente. Recorra más de 80 distribuidores y productores de vinos de todo el mundo en sus diversas calidades y variedades y sus principales bodegas. Disfrute de la exposición, degustación y catas con una extraordinaria compañía.

24 y 25 Octubre 2013
IV Edición

Hotel Real Intercontinental
& Club Tower

Compre su entrada en:
www.expovinocr.com

Reserve su stand:
Guillermo Rodríguez
Tel.: (506) 8997-1651

Más información
Tel.: (506) 2231-6722 Ext. 144
 www.facebook.com/Expovino

Organiza:

Apetito
La revista para hoteles y restaurantes

Patrocina::

**BANCO NACIONAL**

El consumo de licor es nocivo para la salud. SICP-479-08-12



¡Yo también voy a expo

¡Y ya tengo mi Entrada Gratis*!

Adquiera su entrada gratis en www.expoferretera.com
o llámenos al Tel.: (506)2231-6722 ext 154
(Precio de la Entrada en el evento \$3,000)

FERRETERA!

su herramienta de negocios

30, 31 Mayo y 1 de Junio, 2014 • Centro Eventos Pedregal • Costa Rica

Más de 100 empresas exponiendo productos y servicios para ferreterías y construcción
Reserve su stand: Tel.: (506) 7014-3611. **Horario:** Viernes y Sábado de 11a.m.- 8p.m. y Domingo de 11a.m- 6p.m.



Servicio de transporte
Reserve su espacio
Tel: (506)2231-6722 ext 144

Organiza:



/Expoferretera Costa Rica
www.expoferretera.com

Morteros para CONSTRUCCIÓN



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



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

ISO
9001
Calidad

ISO
14001
Ambiente

EMPRESA CERTIFICADA

SUR

www.gruposur.com