

tuercas y tornillos

# TYT

LA REVISTA FERRETERA

Cosmac "enfiestó" sus clientes **P.08**

Especial de pinturas y accesorios **P.12**

Brenes: "David de 5 estrellas" **P.30**

Ferresparza descubre nuevos negocios **P.38**



## NUEVOS EN FERRETERIA

Javis Ferretero abrió sus puertas en Puriscal, San José, y su propietario Ronald Jiménez, con más de 30 años de ser comerciante, dice que va con todo, rodeado de gente de experiencia. Conformó un negocio de más de 2000 m<sup>2</sup>.

**p.xx**



 /Revista TYT

Suscríbase en:  
[www.tytenlinea.com/suscripcion](http://www.tytenlinea.com/suscripcion)

SETIEMBRE 2015 año 18 / No. 231

**expo**  
**FERRETERA**  
*su herramienta de negocios*  
06 al 08 Mayo 2016

**CORREOS**  
DE COSTA RICA

PORTE PAGADO  
PORTE PAYÉ **PERMISO N° 130**



El que sabe de morteros

Primeras pastas cementicias en el país

# Revolución

en el mercado de las pastas

Paredes extra lisas  
sin necesidad de lijado



El Maxiempaste® Extra Liso revoluciona la forma tradicional de empastar. Sin necesidad de lijado las paredes quedan extra lisas para una mayor rapidez y economía de empastado.



**LANCO**

Interior/Exterior

MICRO-ESFERAS DE CERÁMICA  
Evita que se peguen manchas



ULTRA PREMIUM

TECNOLOGIA DE MICRO-CERÁMICA

**STAINLESS**

ESMALTE SATINADO - DE LATEX 100% ACRÍLICO RESISTENTE A LAS MANCHAS  
REPELE: CRAYOLA, CAFÉ, ACEITE, LAPIZ LABIAL, GRASA...

SATIN ENAMEL - 100% ACRYLIC STAIN RESISTANT  
REPELS: CRAYONS, COFFEE, OIL, LIPSTICK, GREASE...

1 U.S. GALLON

3.785 LITROS

# A LA **NUEVA** STAINLESS **todo** LE RESBALA

**Nada se le pega, toda la suciedad resbala.**

**MI MUNDO ES MEJOR CON LANCO**

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



¡Fiesta de negocios! Cosmac realizó su feria con sus clientes ferreteros y una variedad amplia de marcas.

8

### PINCELADAS

- 8 Santa Bárbara quiere dinamizar la construcción
- 9 Cosmac se “enfiestó”

30

### PERFIL

- 30 “Somos un David de 5 estrellas”
- 32 Aunque el robo sea poco, deja pérdidas...
- 34 El alambre cobra vida en Bekaert
- 38 Ferresparza le “saca punta” al negocio

10

### MERCADEO

#### Emoción en mercadeo y ventas

La enorme cantidad de información que estamos recibiendo por minuto, en este momento, es muy superior a la recibían nuestros padres y abuelos, en el pasado.

12

### EN CONCRETO ESPECIAL DE PINTURAS

- 16 El Lagar apuesta por Glidden
- 18 Sur, más allá de las pinturas
- 20 Pintuco le pone “Koraza” al mercado
- 22 Perfect sabe de brochas...
- 24 Celco le pone a la innovación
- 26 Masaca es “sólo bueno” en pintura aerosol
- 28 Reposo pinta firme con B Y P

38

### EXPOFERRETERA

¿Qué hacer para que sus clientes elijan su negocio, antes del de su competencia?

40

### PRODUCTOS FERRETEROS

44

### EL FERRETERO

Jivis se estrena en el sector



Lea TyT en digital:

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

3.869 vistas en la edición digital

**Octubre  
TYT 232**

**En nuestra  
próxima edición**

### Especial: Abrasivos

Si los abrasivos representan más del 8% del total de inventario en una ferretería, busque que los suyos sean de los primeros en venta, a través de TYT.

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

### Especial: Herramientas para exterior (jardinería y agrícola)

La línea de herramientas que se conoce en el mercado como categoría OPE, y que muestra un avance significativo entre marcas, pero cuáles manejan la mayor tecnología, en qué se diferencian unas de otras, cuáles marcas debería manejar el ferretero...

Productos: motoguadañas, cortacetos, sopladoras, orilladoras, motosierras, entre otras...

**Cierre comercial: 21 de setiembre, 2015**

## Anúnciese en TYT Y exponga en Expoferretera y Expoautomotriz

Hugo Ulate Sandoval • hugo@ekaconsultores.com

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



Construrama



ROSEJO



Central de mangueras S.A.



### 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)





## ¿CÓMO SABE QUE EL SERVICIO AL CLIENTE ES SUFICIENTE?

O lo que es más, si es o no el adecuado, si es el que los clientes buscan y requieren... ¿Acaso hay una fórmula o una medida? Pues, de verdad, que sí la hay, no como una fórmula matemática, pero sí existe.

Aplice lo siguiente, escoja un día de labores cualquiera, el que prefiera, esté o no lleno el negocio, elija un comprador y que ojalá, no conozca, vaya donde él está, y hágale dos preguntas sencillas: ¿Es la primera vez que nos visita? Si la respuesta es “no”, pase a la siguiente, de lo contrario busque otro. Ahora pregúntele: ¿por qué prefiere venir a este negocio antes de visitar otro? Si le dice que por cercanía... Perfecto, está frente a un comprador que adora la comodidad, pero si le dice: “porque siempre encuentro lo que busco”, excelente, su inventario es el completamente deseado. Y si le dice: “porque me atienden rápido y me atienden bien”, entonces su negocio está brindando un servicio adecuado, justo, con prontitud porque los clientes están regresando, es más, les gusta regresar.

Ahora bien, sólo estas dos preguntas, para quienes quieren, les abre el mundo del servicio, les da la oportunidad invaluable de mejorar, y les da la ventaja de adelantarse y aprender más del negocio.

Hoy, la relación entre vendedor y comprador, es una relación de negocios, al punto que si el vendedor logra calar con profundidad en las entrañas de atención del cliente, cuando éste vuelva hasta quiera esperar los 15 minutos de café del vendedor, con tal de que éste lo atienda.

Aprender los nombres de los clientes, no es sencillo, y más cuando se sabe que a los clientes nos gusta que nos llamen por el nombre, pero lograr que un cliente se sepa el nombre del vendedor, es un comprador conquistado por el servicio. Un comprador con empatía por el negocio.

¿Qué diferencia un martillo negro de uno blanco? Para unos es solo un color, pero a veces es solo el gusto del cliente, aunque sean el mismo martillo, y para conocer el gusto, hay que conocer un poco a quien nos compra.

Conocer los clientes, nos permite saber que si hubo un cambio de color en el tono blanco de los martillos, que es la hora idónea para llamar a aquel comprador que gusta de los martillos blancos.

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



**¿Sabía usted qué?**



Nuestra base de medidor con interruptor principal cumple que lo que solicita el Código Eléctrico y además está certificada UL.

Además, el interruptor del panel es un interruptor para aplicaciones industriales.

**Calidad certificada al precio justo**

# OPTIMICE SU ESPACIO MEJORE SU EXHIBICIÓN



Cambie la forma en que exhibe con los Sistemas que Vértice Diseño le ofrece

Aproveche mejor el espacio y aumente sus ventas

**VERTICE**  
Líder en sistemas de exhibición y almacenamiento

 /VerticeCR

 (506)2256-6070

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

 [info@verticecr.com](mailto:info@verticecr.com)



## ¿Sabía usted qué?



El interruptor falla de arco General Electric está diseñado para proteger contra arcos causados por aislamiento defectuosos en los alambres o un desgarre provocado por el estiramiento del cable.

Esto permite una protección adicional que los breakers convencionales, para protección del hogar contra incendios

Calidad certificada al precio justo

## Cartas

### Imagen de cerca

Luis Francisco Barrantes, Propietario de Ferretería y Materiales Garyba, en Parrita, nos indica que es importante las visitas que TYT hace a las ferreterías para crearse una imagen más cercana de los negocios.

R/ Estimado señor Barrantes, coincidimos con usted, pues consideramos que el acercamiento con nuestros lectores nos permite aprovechar las oportunidades de mejora que nos brinda el mercado.

¡Muy pronto, estaremos gustosos de visitar su negocio. Agradecemos su aporte!

### “De manteles largos”

Queremos desearte un muy feliz cumpleaños al señor Mario Salazar, Gerente General de Masaca, que el pasado 24 de agosto, estuvo de fiesta. Felicitaciones a este empresario, que dirige las riendas de una empresa nacional.

## SANTA BÁRBARA QUIERE DINAMIZAR LA CONSTRUCCIÓN

En el mercado, nadie puede cruzarse de brazos y esperar a que las ventas caigan del cielo... De esto son conocedores en Grupo Santa Bárbara (GRUSABA), que como estrategia para vender más, pronto estarían lanzando un programa denominado: “Micro Créditos”, que busca dar la posibilidad a personas, que difícilmente son considerados como sujetos de crédito en instituciones financieras, para que tengan acceso a préstamos para remodelar, ampliar o mejorar sus viviendas.

Esto es muy parecido a lo que aplican las empresas que venden electrodomésticos cuando venden a crédito sus artículos y logran incrementar sus transacciones.

Fabio Benavides, Gerente de Ventas de GRUSABA, comenta que el programa pretende dar la posibilidad a gente de adquirir materiales de construcción para realizar, por ejemplo, un baño, un cuarto, una remodelación o mejora, y que en condiciones normales no pueden hacer un desembolso para adquirir estos productos.

“Ya hay una institución que sería la encargada de otorgar los préstamos, y Santa Bárbara se ocuparía de los materiales de construcción, y estamos a la búsqueda de realizar otras alianzas con otras empresas para brindar más beneficios. Incluso ya tenemos la colaboración de ingenieros y arquitectos”, dice Benavides.

Benavides dice que hay que buscar cómo dinamizar el sector construcción, y esta podría ser una posibilidad de empezar a lograrlo.

Advierte que hay viviendas en el país con un deterioro muy fuerte y que la gente no las atiende porque no encuentra una posibilidad que financie sus proyectos.



Fabio Benavides, Gerente de Ventas de GRUSABA, afirma que el programa Micro Créditos, pretende ayudar a la gente para que tenga acceso a financiamiento para mejoras en sus hogares, y de paso aumentar las transacciones en el negocio.

## **COSMAC SE “ENFIESTÓ”**

Es que todos los ferreteros que asistieron a la feria de Cosmac, de verdad que vivieron una pura fiesta de productos, marcas, descuentos, promociones, entretenimiento y diversión.

La feria, de un solo sábado de agosto, arrancó desde bien temprano en las instalaciones de Cosmac, allá en Santa Rosa de Santo Domingo.

Aquí nos topamos, por ejemplo, con Ernesto Venegas, Comprador de la Ferretería Palmares, de Pérez Zeledón, quien afirmó que “hay que venir siempre a este tipo de actividades. Hay que aprovechar los negocios, además forma parte de la actualización que se debe tener en el mercado para ser más competitivo”.

Otro que estuvo en la feria fue Eduardo Méndez, Director del programa Constru Radio, que se transmite en vivo por Columbia, todos los sábados a las 9 de la mañana, y quien estuvo desarrollando todo un tema de seguridad eléctrica en el stand de Eagle. Igualmente, nos encontramos a la gente de Stihl muy contenta, estrenándose como una de las nuevas marcas que distribuye Cosmac.



En Eagle, y junto a Eduardo Méndez, Director de programa Constru Radio, y desde la feria de Cosmac, hablaron sobre la variedad de productos y la seguridad eléctrica.



La gente de Stihl se mostró muy contenta de pertenecer a la familia de productos y marcas de Cosmac.



Ernesto Venegas (centro), Comprador de Ferretería Palmares, de Pérez Zeledón, llegó desde bien temprano a la feria de Cosmac.

**IMACASA**  
FUERZA EN SU TRABAJO

**FUERZA  
EN SU TRABAJO**

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

# Emoción en mercadeo Y VENTAS

Por Jorge Pereira

**La enorme cantidad de información que estamos recibiendo por minuto, en este momento, es muy superior a la que recibían nuestros padres y abuelos, en el pasado. Los equipos que nos hacen llegar datos nos rodean y crecen en forma constante. Estamos absorbiendo una gran cantidad de datos por segundo, que nos es difícil de procesar.**

Lo que dicen todos los expertos en mercadeo es que para captar la atención de los consumidores, e impulsar su elección de compra, hay que ser no solo creativo, sino aplicar una serie de principios que no se conocía anteriormente. Apelar a la emotividad del consumidor es una de las tantas recomendaciones dadas por los estudiosos del complejo comportamiento de compra.

## Botón emocional y PV

Los consumidores, aunque sobreexpuestos a lo digital como nunca antes, siguen siendo humanos, al menos en gran parte. Los llamados centauros, consumidores mitad digital y mitad humanos, se encuentran solo en una etapa primaria de evolución.

Las investigaciones del comportamiento del comprador demuestran que las decisiones de compra se hacen en el PV (Punto de Venta), esto es donde los compradores hacen sus compras. Las decisiones de los compradores son principalmente emocionales, esto es motivadas por alegría, felicidad y agrado.

## Mercado del lujo

Hay un segmento del mercadeo que se encuentra compuesto por aquellos que buscan productos lujosos y marcas reconocidas. En la medida que los ingresos promedio crecen, esos segmentos aumentan notoriamente. Citar lo que ha estado sucediendo en los últimos tiempos en China, en la medida que ese gran país ha ido liberando su economía, no es necesario, porque es un hecho ampliamente conocido.

Las ventas de lujo en China en el 2015, se estima van a ser US 15 billones, convirtiéndolo en el consumidor más grande de productos de lujo del mundo.

## Remodelar para emocionar

Las grandes cadenas de marcas de lujo, como Dior, Gucci, Hermes, Vuitton, han remodelado sus puntos de venta, para crear verdaderas emociones en los consumidores. Tiendas que les permite a los compradores no sólo navegar por ellas libremente, sino en las que no sienten presión de compra y en las que se sienten mejor que en sus propias casas.

Los puntos de venta que estamos viendo desarrollarse, tratan de presionar el botón emocional del consumidor.

## Apple y el toque sentimental humano

El "Genius Bar" es una estación de soporte técnico ubicado dentro de algunas tiendas de Apple. Su objetivo es ofrecer soporte a los productos de Apple, en software y hardware. De acuerdo con la empresa el Bar de Genios es el "corazón y el alma de las tiendas Apple".

Los llamados Genios son personal debidamente entrenados, conocen a fondo los productos de Apple, ayudando a resolver dudas o problemas técnicos.

## La necesidad y el soporte

Esto tiene relación directa con las necesidades del cliente. En el caso del soporte técnico de hardware y software toca las fibras más sensibles del usuario de un equipo de computación. Los equipos, sean de escritorio o móviles, han pasado a ser parte integral de los humanos que los han integrado a sus vidas.

Cuando el celular inteligente, la tableta o la computadora personal no funciona entramos en una crisis, que podría denominarse como catatónica. Nos mantenemos despiertos pero, sin el equipo, no sabemos cómo responder a los estímulos externos, nos sentimos desconectados con el mundo externo.

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





# KLINGSPOR

La última tecnología en abrasivos



## CALIDAD ALEMANA EN TECNOLOGÍA DE ABRASIVOS



PLIEGO DE LIJA PARA METAL  
(RESPALDO TELA) 230X280MM

GRANOS DESDE EL 40 HASTA EL 220



PLIEGO DE LIJA PARA MADERA,  
PINTURA Y LACA  
230X280MM

GRANOS DESDE EL 40 HASTA EL 220



PLIEGO DE LIJA RESISTENTE  
AL AGUA Y MUY FLEXIBLE  
230X280MM

GRANOS DESDE EL 60 HASTA EL 600



PLIEGO DE LIJA PARA MASILLA,  
PINTURA Y LACA  
230X280MM

GRANOS DESDE EL 80 HASTA EL 220



DISCO DE LIJA,  
SUJECIÓN VELCRO  
Ø 150MM

GRANOS DESDE EL 60 HASTA EL 320



LIJA DE BANDA PARA  
LIJADORA PORTÁTIL  
100X610 MM

GRANOS DESDE EL 60 HASTA EL 180



DISCO DE LIJA PARA  
INOXIDABLE Y METAL  
115X22 MM

GRANOS DESDE EL 24 HASTA EL 80

### COMPRUÉBELO

PIDA CALIDAD, PIDA RENDIMIENTO, PIDA KLINGSPOR

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

ventas@capris.co.cr  
**www.capris.cr**





¿Quién  
pinta  
más en el

## MERCADO DE PINTURAS?

Para el año anterior, el tamaño de mercado de pinturas y pastas registraba una cifra cercana a los 15 millones de galones por año. Hoy, un año después, se mantiene casi en las mismas condiciones, pero con la novedad del reingreso de una marca, la más que conocida Glidden, que podría quitarle a algún fabricante, parte de su “pastel”.

Y es que tras ser adquirida por una multinacional, la firma PPG Comex invertirá \$6 millones para expandir en Centroamérica sus marcas, incluyendo Glidden.

La marca ya arrancó en el país, y estaría, de manera exclusiva en las 17 tiendas de las ferreterías de El Lagar.

Esto inyecta no solamente más competencia, sino una ventaja para estos empresarios ferreteros, que poseen algo que nadie más tiene en el mercado. Algo así como una “marca propia”.

Ahora para entrar en materia, y haciendo algunos cálculos, en la actualidad el consumo per cápita de pintura para el país es de 3,3 galones por año, y si lo comparamos con otras naciones, por ejemplo, el promedio colombiano es de 0,6 galones, en Venezuela es de un galón y en Brasil de 2,4 galones. En Estados Unidos, el consumo anual por habitante asciende a 6,6 galones y en Alemania a 7,9.

Diríamos, que proporcionalmente, integramos un país “altamente” consumidor de pintura.

En la parte de especialidades, que llamamos a todos aquellos productos, con excepción de la pintura general para exteriores e interiores, los fabricantes se pulen en todo sentido, investigando sobre las necesidades de los usuarios y echando mano a la tecnología para lanzar cada vez más novedades al mercado.

Y consideramos que Costa Rica es un país para que consuma aún más galones de pintura, pero hay un factor que en las ferreterías, en los puntos de venta, atenta contra este mayor número de transacciones: al alta rotación que se da en el personal encargado de atender los centros de pintura en los negocios.

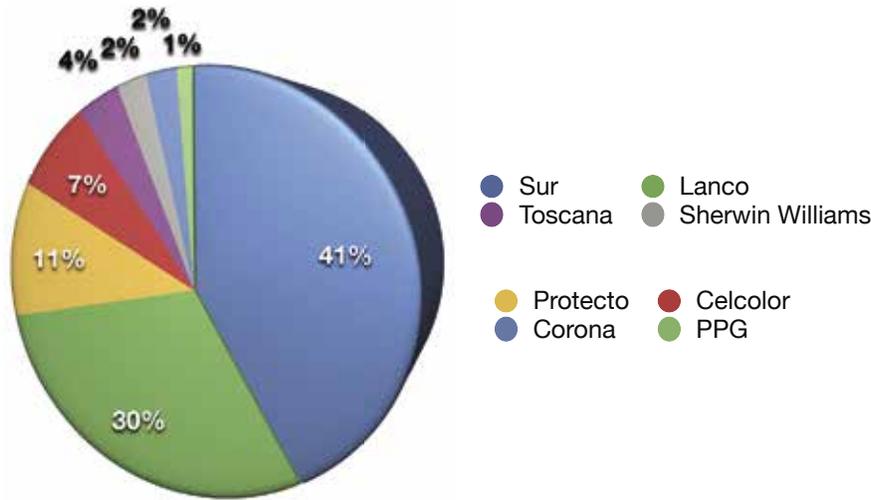
### Personal entrenado

De acuerdo con nuestros números, la rotación de personal ya entrenado, ronda arriba del 46%, pues en un sondeo, al azar, en el sector ferretero, se les consultó a los propietarios si en los últimos 6 meses habían tenido que variar a su asesor o vendedor de pinturas, y de los 75 consultados, 35 dijeron haber tenido que ejecutar cambios.

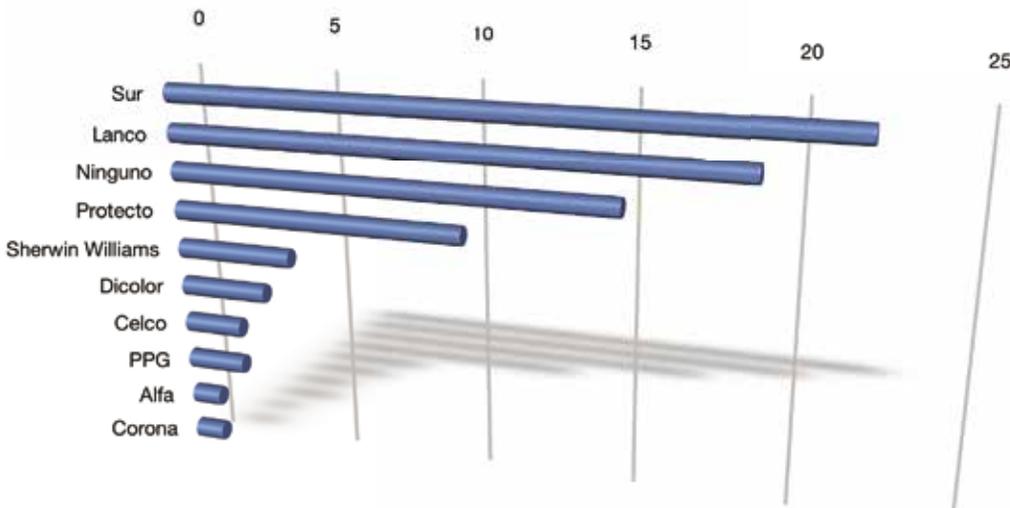
Claramente, estamos ante una tendencia de mercado y que rompe con el esfuerzo de los fabricantes por ayudar a mantener personal entrenado y calificado para atender cualquier consulta del comprador, ya sea especializado o no. Quizás vender pintura no es tan fácil, y por eso se necesita de mucha capacitación, pero también es cierto que es uno de los productos que más rentabilidad otorga a los puntos de venta.

De la misma forma quisimos conocer cuáles son, en este momento, las marcas de pintura más vendidas por los ferreteros y el resultado muestra claramente, que Pinturas Sur marcha a la cabeza.

¿Qué marca de pintura es la que más vende?



¿Qué proveedor de pintura, le ayuda más con capacitaciones?



En el área de capacitación, los ferreteros mencionaron las empresas que más aporte les daban con respecto a preparación para comercializar los productos. Ninguna o la capacitación escasa, pareciera conformar una debilidad en el sector. Un rubro, que de acuerdo al criterio de los ferreteros es insuficiente.

## Capacitaciones más mencionadas

	Ninguna
Celco	Qué tipo de pintura recomendar de Celco
Dicolor	Preparación de colores
Lanco	Siliconizer y Stainless, Impermeabilizantes, anticorrosivos, decoración
Lanco	Preparación de pinturas
Lanco	Arquitectónico industrial
Sherwin Williams	Acabados para madera
Sur	Acabados para madera, impermeabilizantes, diseños de interiores
Sur	Acabados en concreto, morteros, repellos, anticorrosivos
Protecto	Tintes para madera, Madetec 3 en 1
Protecto	Barniz Madetec 3 en 1

**REF. 315**

- Línea Económica
- Cerdas sintética plumada [Especial para recortes]
- Espesor simple
- Pintura Base agua y solvente

**100% SISTEMA MONOBLOCK**

Medidas Disponibles	
1/2"	1"
1-1/2"	2"
2-1/2"	3"
4"	

Distribuidor  
**ROSEJO**  
0786.7872 800.0082.01 [www.rosejo.com](http://www.rosejo.com)

# Atlas manda en el MUNDO DE LAS BROCHAS

Por Rosejo

Elegir el tipo de brocha más adecuada para el tipo de pintura, y ofrecer a los pintores y clientes una brocha de alto desempeño, son dos factores que un ferretero podría atender con Atlas.

## TIPOS DE CERDAS



Precisamente, en Rosejo, como distribuidor exclusivo de las brochas y accesorios para pintar de Atlas, son conocedores al “dedillo” de lo que requiere el mercado de pintureros, por eso Rodrigo Martínez, Gerente de Ventas de esta empresa, indica que a simple vista, todas las brochas parecieran ser iguales, “pero existe mucha diferencia, sobre todo a la hora de dar rendimiento y lograr los acabados que se requieren”.

### - ¿Qué debería tomarse en cuenta para escoger una brocha?

- Las brochas deben ser sedosas, suaves, plumadas... Esto para dar un acabado uniforme y profesional, para que la pintura no quede con efectos rayados.

### - ¿En qué se basa y en qué se diferencia la tecnología de Atlas, con respecto a otras brochas del mercado?

- Atlas es la última generación en producción de brochas ( mango + cerda + resina epóxica= única pieza) a esto se le llama Sistema Monoblock, es el método de construcción para garantizar la óptima fijación de las cerdas al mango.

### - ¿Cómo saber si una brocha bota o no bota pelo, antes de ser utilizada?

- Desde el momento que tomamos una brocha y que está sujeta por clavos, grapas o tornillos sabemos que al hacer la acción de pintar comenzará a dejarnos cerdas en la paredes y superficies a pintar. Debido a que las cerdas no están 100% sujetas al mango, siempre van a existir cerdas sueltas y se quedarán pegadas en la superficie que se está pintando.

### Más que sus competidores...

### - ¿Cómo elegir una brocha de acuerdo con el tipo de pintura o superficie?

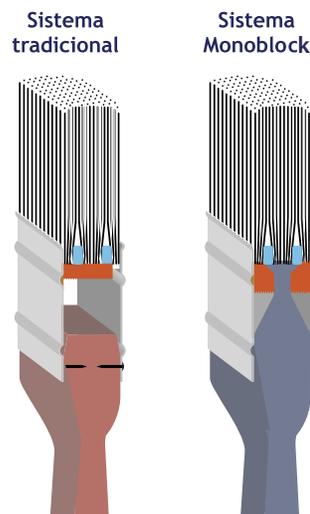
- Atlas ofrece 7 calidades a escoger ( brochas sencillas-dobles o de triples espesores) lo que la hace 100% recomendable para cualquier aplicación. Se recomienda para todo tipo de pinturas (base agua, base solvente o industrial)

su cerda natural de cerdo y su fabricación monoblock.

Atlas cuenta con 7 calidades de brochas: triple espesor para un usuario profesional, tiene más retención de pintura para cubrir más sin tener que cargar la brocha con pintura, doble espesor para un usuario semi-profesional o alguien que va a utilizar la brocha para un trabajo mediano-grande y finalmente, el espesor sencillo, una brocha más económica por la cantidad de cerdas que generalmente se usa para trabajos pequeños. También tenemos la nueva tecnología de brocha sintética Plumatek una brocha con sus cerdas 100% perfectas, con una textura ultra suave.

### - ¿Por qué el ferretero debería tener a Atlas entre sus líneas versus otras del mercado como: Perfect, BYP, Tigre?

- Calidad, máximo rendimiento horas hombre al tener brochas doble y triple espesor, precio de acuerdo con lo que el cliente necesita, líneas económicas simple espesor (ref. 319 – 395 - AT315) línea profesional doble espesor (ref. 419-445- AT415) línea Premium triple espesor (ref. 480), además del resto de accesorios con que cuenta la marca, con más de 100 referencias.



### Sistema monoblock

Cerda + mango + resina = única pieza  
El sistema monoblock reduce la caída de cerdas durante el pintado.

# Una felpa SIN "GOTERA"

Por Rosejo

En Rosejo afirman que tienen a todos los pintores y amantes de los buenos accesorios de su lado, gracias a la felpa antigota de Atlas que distribuyen en todo el mercado.



## - ¿En qué consiste este sistema de felpa antigota y cuál es la marca?

- Es un tejido especial que se llama Poliamida 66 que tiene la propiedad de no pringar cuando la felpa gira y aplica la pintura, es la única 100% garantizada que no salpica al hacer su trabajo. "Marca Atlas y se distingue por sus dos rayas amarillas", dice Rodrigo Martínez, Gerente de Ventas de Rosejo.

## - ¿Cuál es la ventaja principal?

- Al ser 100% antigota el usuario se debe despreocupar por pringues y gotas de pintura en muebles, pisos, etc.

## - ¿Cuándo y con qué tipos de pintura se debería usar esta felpa?

- Ideal para todo tipo de pinturas base agua, base solvente o pinturas industriales

## - La competencia habla de poseer este tipo de felpas, pero, ¿en qué se diferencia la de Rosejo?

Realmente, el tejido de la felpa Poliamida 66 es el que hace la diferencia para que no gotee o pringar, los otros tejidos del mercado son poliéster / perlon

o tejidos conocidos como acrílicos que tienen alta capacidad de retención de pintura, pero sí salpican. "Rosejo también vende la marca Handyman, con la felpa Yellow Line en tejido acrílico, pero por ética no la ofrecemos como antigota, ya que no podemos engañar a nuestros clientes. Aquellos que ofrecen felpas antigota, colocan una impresión con una etiqueta sobrepuesta, y no con impresión directa del fabricante.

## - ¿Por qué un ferretero debería tomar en cuenta este tipo de felpas en su inventario de accesorios para pintar?

- Por la calidad de la felpa. No podemos engañar a nuestros clientes y menos al consumidor final con una copia que no reúne los requisitos al 100% de ser una felpa antigota. Debemos de decir "no" al engaño y denunciar donde lo veamos.

## NO SE DEJE ENGAÑAR!

Busque la verdadera **AntiGota**

**NO RESPRINGA**

**LEGÍTIMO**  
só com 2 listras

**Rolo AntiGota**

Indicado para superficies lisas. Use com tintas acrílica, esmalte e látex (PVA)  
Indicado para superficies lisas. Usado con pinturas acrílica, esmalte y látex (PVA)

**LEGÍTIMO**  
solo con 2 líneas

**ATLAS**  
PINCÉIS E FERRAMENTAS

23 cm  
Largura Ancho

10 ITEN  
Altura de la Altura de la felpa

Contém 1 unidade  
Contiene 1 unidad

Ref. 3.

**Rolo AntiGota**

Indicado para superficies lisas. Use com tintas acrílica, esmalte e látex (PVA)  
Indicado para superficies lisas. Usado con pinturas acrílica, esmalte y látex (PVA)

Produzido em tecido poliamida com 2 listras e marca registrada Rosejo. © 1982 patente registrada em 11/08/1982

**COMPRUÉBELO!**

Distribuye  
**ROSEJO**

2296-7670 800-ROSEJO1 ventas@rosejo.com www.rosejo.com

**\*TEJIDO DE POLIAMIDA 66**  
Diseñado especialmente para retener mayor cantidad de pintura.

# El Lagar apuesta POR GLIDDEN

PPG Industries, como decimos, “no se anda por las ramas” y empieza a tomarse muy en serio el mercado, tanto así que empezó a retumbar en Costa Rica, el objetivo de invertir cerca de \$6 millones para expandir sus marcas en Centroamérica, al firmar un convenio para que El Lagar, con sus 17 locales, sea el distribuidor de su marca Glidden.

Glidden es una marca sumamente conocida por el mercado tico, cuando por muchos años atrás estuvo en manos de la empresa Kativo, lo que supone ya lleva una ventaja para su distribución. Solo habrá que esperar el “poderío” de la marca para ver si es tan fiero como lo “pintan” en Comex.

Lo cierto es que PPG quiere afianzar un 25 % de participación en el mercado de pinturas de Centroamérica para los próximos dos años.

PPG Comex nació en junio del año pasado, cuando la multinacional estadounidense PPG Industries compró a Consorcio Latinoamericano, concesionaria de Comex, por un monto de \$2,300 millones.

PPG Comex es propietaria de las 94 tiendas Comex que operan en Belice, El Salvador, Guatemala, Honduras, Costa Rica, Nicaragua y Panamá, y comercializa las marcas: Comex, Glidden, Amercoat, Sigma, Éxito, Plaka, Polyform, Comex Industrial Coatings (CIC), y Meridian, y otras.

“Hace 2 años que venimos haciendo proyectos con ellos (El Lagar), uno de ellos fue la marca de complementos Éxito, y fue a partir del año pasado cuando PPG nos adquirió que pensamos en ofrecerles la marca Glidden”, dice Horacio Dobal, Director de Mercadeo y Marca LATAM de PPG Industries. Bueno, y cómo viene ahora la marca, luego de perder fuerza en el mercado por su ausencia... Para Dobal Glidden, es una marca que “volvió a los dueños originales, y que ahora le vamos a dar un cuidado especial. Cuando estaba en otras manos, no tenía el enfoque que se requería y por ello su pérdida de fuerza, por eso reformulamos y diseñamos todos los productos que vamos a traer a la región”. Afirma que el desarrollo de Glidden arrancó en Panamá. Asegura que “nosotros cuidamos mucho nuestras marcas y las desarrollamos, y desde hace mucho que queríamos estar con El Lagar distribuyendo pintura”.

Dice que están preparados para enfrentar la competencia del mercado. “Sabemos que vender pintura no es fácil, pero nuestro producto no viene solo, por eso somos fuertes en capacitación”.

Indudablemente, Glidden se asegura cobertura de mercado con esta alianza, por eso Dobal indica que “en corto tiempo esperan tener una participación entre un 20% y un 25%”.

## Oportunidad de negocio

Manrique Jiménez, Gerente Comercial de El Lagar, comenta que se trató de una negociación muy bien pensada por el grupo y apostamos a ganar. “Tenemos claro que en el mercado ya hay marcas consolidadas y posicionadas, incluso nosotros tenemos marcas muy en el “ADN” de El Lagar, en la categoría de pinturas, pero nunca le decimos que “no” a una oportunidad de negocio”.

Jiménez asegura que el valor de la confianza se las dio el respaldo que les brinda PPG Industries, por su especialidad y experiencia.

“Al estar en GAM, vemos mucho potencial de crecimiento, y más adelante, queremos abrir más tiendas de pintura Glidden Lagar, para estar en otras zonas donde no tenemos presencia”, estima Jiménez.

El gerente recalca que no es la primera vez que les toca desarrollar una marca, “ya hemos tenido la experiencia, por ejemplo con Viakon y Makita,

y al tener un canal estructurado, siento que el camino se nos va a facilitar”.

Para Manrique, Glidden es una marca que aún se mantiene en la retina del consumidor, “y siendo exclusivos nos da la posibilidad de diferenciarnos con una marca propia”.

Además de Glidden, El Lagar también distribuye Lanco y Sur.



El Lagar apuesta al desarrollo de marcas propias, en este caso lo hace con Glidden en la categoría de pinturas. Aquí Manrique Jiménez, Gerente Comercial, de El Lagar y Horacio Dobal, Director de Mercadeo y Marca LATAM de PPG Industries.



# *Respaldo internacional de la marca líder*

La adquisición de Comex Group por parte de **PPG Industries** tiene beneficios para todos. Ofrecemos a los clientes el respaldo internacional de la empresa de recubrimientos que más superficies pinta a nivel global. **PPG Industries, líder global en innovación, sostenibilidad y color.**



**PPG Industries**

**Comex**

---

Atención al consumidor: Belice: (501) 223-4496, Guatemala: (502) 2222-4141, El Salvador: (503) 2527-9100, Honduras: (504) 2516-4474, Nicaragua: (505) 2250-5974, Costa Rica: (506) 2201-0200, Panamá: (507) 393-4014

# Sur, más allá DE LAS PINTURAS

Por Sur

Sur, en el sector ferretero, representa una solución completa en construcción y decoración, que va mucho más allá de ser una compañía fabricante de pinturas.



## Pega Forte

Estos son solo algunos de los productos que la empresa tiene para acompañar el sector de madera, como el pegamento Pegaforte cola blanca y cementos de contacto. El Promotor Técnico de Adhesivos Marco Leandro indica que los adhesivos son para todo tipo de maderas, para el armado de puertas industriales, muebles en general y artesanías. Presentaciones que van desde 4 onzas, ¼, galones y tanquetas de mil kilos. Cumplen con la norma internacional DIN 204. También cuenta con cola blanca resistente al agua, para uso en interiores y exteriores bajo techo. Cemento de contacto con 5 tipos diferentes, de uso general, para zapateros, mueblerías, peleterías, pegado de espumas, vinilos, cueros, formica, chapetear. Cumple con un mayor tiempo abierto, más viscosidad y menor tiempo de secado. Desde 1/32 de galón, hasta estaciones.

## Especialidades



**Clinical Coat:** Pintura grado sanitario, bicomponente. Por ser base agua es de reducido impacto ecológico a pesar de incorporar poderosos biocidas contra hongos y bacterias. Fue desarrollada especialmente para proteger ambientes donde la asepsia y sanidad son críticos y estarán sujetos a frecuente limpieza y desinfección con productos agresivos: cocinas industriales, preparación de alimentos envasados, quirófanos, consultorios clínicos y dormitorios de personas con alergias. Disponible en acabado Brillante, satinado y mate.



## Sur Fastyl

Impermeabilizante con nanotecnología, para paredes con humedad positiva. Para exteriores. La nanotecnología no permite penetración del agua, ya que logra escurrir con más facilidad, que la humedad no permanezca y de paso a hongos. Facilita que el polvo sea arrastrado y se limpie. Base agua.



## Látex 3100 con Nanotecnología

Pintura con acabado satinado, ideal para interiores y exteriores cubiertos. Base agua, de fácil aplicación y en todos los colores de cartilla. Alta lavabilidad.

## Construcción

La amplia oferta de SUR incluye: Desmoldantes, adhesivos epóxicos y líquidos, curadores de membrana, impermeabilizantes, Pasta para gypsum y morteros.

**Desmoldantes:** en base sintética, agua o biodiesel, listos para desmolde de alta calidad.

**Adhesivos Epóxicos:** adhesivos 100% epóxicos bicomponentes, especiales para uso en estructuras, uniones entre concreto viejo y nuevo, anclajes y casos extremos, como los ojos de gato en carretera.

**Curadores de membrana:** membrana impermeable biodegradable en 28 días, diseñada para curado y protección del concreto. Especial para losas en pavimentos de concreto y estacionamientos. Evita agrietamientos por deshidratación del concreto.

**Fastacryl:** aditivo que multiplica la adherencia de una mezcla cementicia. **Plasterfast:** adhesivo listo para usar o concentrado. Se coloca imprimando la pared.

**Impermeabilizantes:** recubrimiento asfáltico que previene las filtraciones en muros de retención enterrados o en losas de concreto. Morteros impermeabilizantes para casos extremos donde exista presión interna.

**Imperfast Tapagoterías:** masilla acrílica de alto poder de relleno para láminas de zinc, botaguas y canoas. Viene en colores verde, blanco, rojo y negro.

**Pasta para gypsum:** pasta multipropósito, para juntas y acabados, relleno de buques de puerta, etc. En galón y cubeta de 28 kilos.



### Morteros especializados formulados con las tecnologías más avanzadas, incluyendo:

morteros adhesivos para pisos, repellos manuales, paredes livianas (muro seco), acabado de pisos tipo lavado o terrazo in situ, para paredes (mortero de acabado súper fino que sustituye la pasta para exteriores), además del mortero de fragua en variedad de colores.



## Tratamientos para madera

Línea industrial base agua Tek Sur: línea de embellecimiento de la madera, no necesita solventes, no es inflamable, prácticamente sin olor, eco amigable. Productos especializados para ebanistería, muebleros, tapaporos, tintes, sellador, acabados.

En la parte doméstica, los productos han sido mejorados, y comprende acabados para maderas exteriores e interiores, de base agua. Se cuenta con impregnantes que no alteran la belleza de la madera y además la impermeabilizan y protegen.

Restaurador de madera Carewood Restored: ideal para cuando la madera se degrada, y se llena de hongos, evita el proceso de lijado, restaura y deja la madera apta para recibir un acabado.



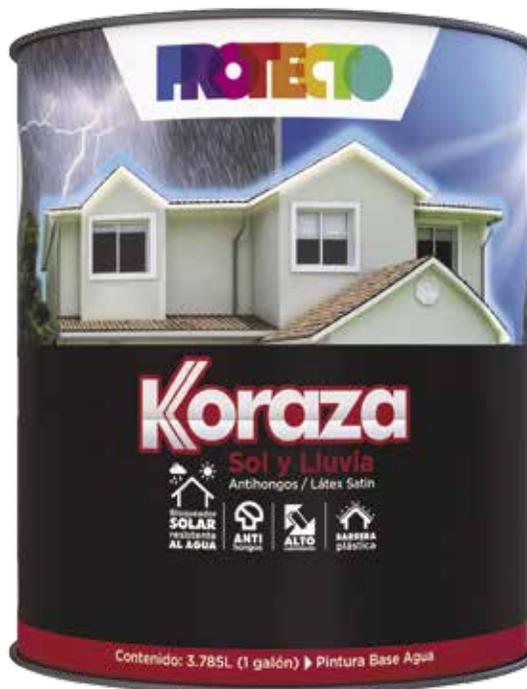
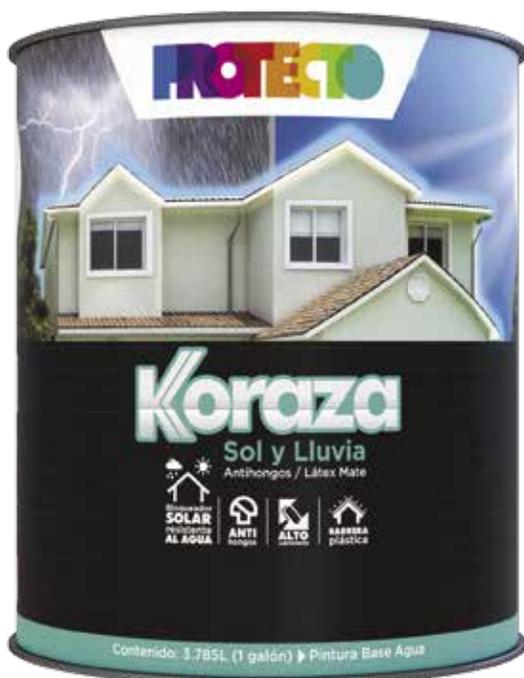
## Automotriz

Hay novedades en la línea de repintado **Premium Klass Automotive Refinish**, desde la preparación de superficies, primarios, acabados transparentes y soluciones base agua

En la línea de mantenimiento **Klear Automotriz:** Shampoo, ceras, abrillantadores y acondicionadores entre otros. Ventajas: una línea de alto desempeño, para limpieza y mantenimiento automotriz, a un precio competitivo y comparable con las mejores marcas.

Toda la línea **Klear** es eco amigable, la mayoría de los productos son base agua.

**NOVEDAD: Bio Klear:** permite hacer un lavado sin agua. Emulsiona las partículas de suciedad y polvo, las separa de la carrocería y al mismo tiempo lubrica y evita que el acabado se raye cuando se limpia. Presentación en botella de 870 ml.



# Pintuco le pone

## “KORAZA” AL MERCADO

Por Pintuco

Pintuco se mueve en un mercado que vende 100 millones de galones de pintura al año y representa alrededor de US\$1.000 millones en la región (excluyendo Venezuela).

Y si de especialidades en el mercado se trata, Pintuco tiene semejante coraza para ponerle el “pecho a las balas” en el mercado... Se trata de la pintura Koraza de Protecto, una pintura a la que llaman “Premium”, de alta calidad, diseñada para brindar una protección alta y eficiente a las paredes exteriores. La tecnología manejada en su composición y preparación dan como resultado que la aplicación de Koraza Protecto forme una barrera que repele las inclemencias del clima y el tiempo, especialmente los rayos del sol y la lluvia, lo que se traduce en una alta durabilidad de las superficies.

Es una pintura base agua que incorpora tecnología en materia de polímeros acrílicos. Esta tecnología permite que forme una barrera plástica de alta repelencia al agua y que también actúa como bloqueador solar ante los rayos UV.

Adicionalmente, proporciona una alta resistencia a la formación de hongos. Está recomendada para proteger y decorar paredes de fachadas, patios y terrazas, ya sean que sean de block, ladrillo, tejas, lámina de fibrocemento, repelladas o empastadas.

Ofrece una duración de hasta 5 años y está disponible en más de 6.000 colores con acabado mate.

### Más de Pintuco

Pintuco hoy tiene presencia en 11 países con operación propia, a través de plantas y tiendas Pintacasa. Inició en Colombia hace 70 años, luego llegó a Venezuela en 1994, a Ecuador en el año 2000, nueve años más tarde ingresó a Antillas y desde 2012 –con la compra del Grupo Kativo– tiene presencia en 6 países de Centroamérica, donde hoy opera como Pintuco Centroamérica.

Su política de expansión se ha centrado en adquisiciones, que le permiten contar con siete plantas en Colombia, Venezuela, Ecuador, Panamá, Costa Rica, Honduras y Curazao.

La empresa es de las primeras en Colombia, Centroamérica, Antillas y Venezuela, mientras en Ecuador se ubica como el tercer jugador. En todos los países predomina la comercialización de pinturas arquitectónicas de uso doméstico (vinilos para interiores y exteriores, esmaltes y lacas) y la venta de recubrimientos de alto desempeño.

La operación en el exterior, excluyendo Venezuela, representa la mitad de los ingresos totales de esta multilatin, cuyos planes, según Jean Jacques Thiriez, su gerente, se centran en incrementar la participación o defenderla soportados en innovación, competitividad y cercanía con clientes y consumidores, además de continuar posicionando la red de tiendas Pintacasa, de las que ya tienen más de 260 en toda la región.

Pintuco tiene hoy 20% del mercado latino de pinturas y por eso el objetivo es crecer y una de las prioridades es el sur de Ecuador y México. En la región, la compañía genera 2.200 empleos, y 600 están en Colombia.

# ¡Mr. Spray PINTA BIEN!

Por Rosejo

Los colores y las especialidades de Handyman y Mr. Spray, entran con fuerza en el mercado, y en Rosejo dicen que son de los más pintados del sector.

Muy pronto la línea de pintura aerosol de Mr. Spray aumentará sus filas de más colores, pues pasará de tener 23 a 30 diferentes.

Y entre estos colores poseen algunos especiales como los metálicos flash, rubber (pintura elástica), especiales para altas temperaturas, martillados y fosforescentes, acabados tipo espejo.

“La ventaja para el ferretero de contar con esta línea es que no solo puede ofrecer estas especialidades, sino que es una pintura que tiene un precio muy competitivo y mucha variedad de colores”, dice Rodrigo Martínez, Gerente de Ventas de Rosejo.

Martínez asegura que con la línea siguen capacitación a los ferreteros para ayudarles a vender más, “además con la compra de aerosol otorgamos exhibidores”.

Schifter apunta que Mr. Spray es de las líneas más completas en colores del mercado y la que ofrece más especialidades, “por eso somos una solución completa”.

Igualmente, Rosejo también cuenta con la línea de pintura Plastikote, 100% fabricación en Estados Unidos y con especialidades como pintura para tela, vinil, galvanizado en frío, metálica, perlada, para motor, para chasis, para muebles de cocina, bumper, altas temperaturas hasta 1500° F.



Rodrigo Martínez y Addy Schifter, de Rosejo, muestran la variedad de colores que posee la pintura aerosol Mr. Spray.

**Mr. Spray  
SPRAY  
PAINT**

**USO GENERAL**

**METÁLICO**

**FOSFORESCENTE**

**EFECTO ORO**

**SUPER METÁLICO**

**MARTILLADO**

**ALTA TEMPT**

**EFECTO CROMO**

**ELÁSTICA**

**AHORA CON...**

**+ ESPECIALIDADES**

**+ COLORES**

**- PRECIO**

DISTRIBUIDOR EXCLUSIVO **ROSEJO** [www.rosejo.com](http://www.rosejo.com) / 2296-7670

# Perfect sabe DE BROCHAS...

En Perfect aseguran que en el mercado son de los “más pintados” en la fabricación de brochas, y no es para menos, porque aquí en Costa Rica, ya llevan con sus productos bastante tiempo, y de la mano de sus distribuidores, difícilmente se les va un ferretero que no conozca sus brochas.



Luis Del Río Ambriz (derecha), Gerente de Ventas de Perfect, constantemente visita el país para capacitar a los ferreteros sobre los productos de la empresa. Aquí en la última feria de Unidos Mayoreo.

Precisamente, Luis Del Río Ambriz, Gerente de Ventas Internacionales de Perfect, compañía originaria de México indica que las brochas Perfect son de alta calidad gracias a los cuidados que se tienen a la hora de elegir las materias primas, así como su tecnología de fabricación.

“Nuestras brochas cuentan con una capa gruesa, espesa y resistente de pegamento epóxico que se aplica uniformemente a todas las cerdas para un máximo agarre”, dice Ambriz.

## - ¿Por qué el ferretero debería escoger una brocha Perfect, por encima de otras marcas como BYP o Atlas?

- Primero por su precio económico, posteriormente la calidad de la cerda, que se califica por su largo, también porque requiere un mínimo de pintura para cubrir una mayor superficie, gracias a su absorbencia por la forma en que están distribuidas las cerdas.

Este factor hace que las brochas brinden un acabado como lo requiere el pintor y evitando el goteo en superficies como esquinas y líneas rectas.

“Otra característica que nos diferencia de la competencia es la durabilidad y que no se deforman”.

## - ¿Qué debe conocer un ferretero para vender más brochas Perfect? ¿Cómo convence a los pintores?

- Muy sencillo. Siempre se dice que todo entra por la vista, pero a veces las apariencias engañan. Algunas brochas de la competencia se ven muy lindas de frente sea por su empaque o los colores del puño o la forma del mismo, pero la realidad es que la brocha el ferretero y el usuario deben observar las brochas de costado y podrán percatarse que la marca Perfect sea en la categoría profesional, standard o económica tienen más cerdas, lo que les da la ventaja de tener mejor absorbencia de pintura y mayor rendimiento.

“Este es uno de los detalles que clientes y usuarios no notan, y al ferretero le podría servir para aumentar sus ventas de brochas”.

## - ¿Actualmente, cuáles son los distribuidores de Perfect para Costa Rica?

- Contamos con Distribuidora Arsa, Megalineas, Importadora América,

Acuña y Hernández, Cosmac, Importaciones Re-Re, Indianapolis Mayoreo, Unidos Mayoreo.

## - ¿Cuál es la última novedad de la compañía y en qué consiste?

- Una de nuestras últimas novedades es el cepillo para techo que resulta más económico, cómodo de mayor absorbencia y casi eterno, pues es fácil de lavar, puede aplicar tanto pintura en aceite o vinílica y agua.

“La ventaja sobre la felpa de espuma es que no se deforma con los tornillos o clavos del zinc, por lo que el cambio no es tan constante como ocurre con las felpas. Este cepillo se adapta con facilidad a la superficie, cubre con una sola vez, sin que tener que hacer dos o más pasadas economizando pintura. Sus cerdas son naturales y sintéticas para una mejor absorción”.

“Con facilidad se le adapta un palo de escoba o una extensión. Se limpia como cualquier brocha”.

## - ¿Están adecuadas las brochas de Perfect para cualquier pintura?

- Sí claro. Muestran altos desempeños en la aplicación de barnices, pinturas de aceite, agua, vinílicas, poliuretano. Nuestras brochas brindan acabados muy estéticos en moldes, artesanías así como en gabinetes, mesas, escaleras, repisas y grandes superficies como techos, fachadas, paneles, pisos y paredes. Sus mangos están ensamblados con clavos niquelados para asegurar las cerdas y evitar la oxidación.



*Pinta mejor con:*

# Perfect<sup>MR</sup>



[www.brochasperfect.com.mx](http://www.brochasperfect.com.mx)



REF. 395

- \* Línea Económica
- \* Cerdas naturales
- \* Espesor simple
- \* Pintura Base agua y solvente

100% SISTEMA MONOBLOCK

Medidas Disponibles	
1/2"	1"
1-1/2"	2"
2-1/2"	3"
4"	5"
6"	

ROSEJO

2000-1070 MICHOACÁN



Jessica Chamorro, (derecha) Jefa del Departamento de Investigación y Desarrollo y Cinthya Rivera, Jefa de Control de Calidad de Celco, muestran parte de las líneas más novedosas que ya la compañía tiene en el mercado.

## Celco le pone **A LA INNOVACIÓN**

Las especialidades pareciera ser una de las cartas fuertes de Celco, pues de acuerdo con Jessica Chamorro, Jefa del Departamento de Investigación y Desarrollo, “se pulen” todos los días para que el mercado de verdad, sienta la diferencia de sus productos.

Precisamente, menciona como ejemplo, la línea de barnices entintados, que ha causado “furor” y acabados de ensueño en los usuarios.

“Se trata de barnices transparentes para interiores y exteriores y en sus tonos diferentes buscan dar vida a la madera, por ejemplo, utilizan las tonalidades de las maderas preciosas para embellecerlas aún más”, indica Chamorro.

Los tienen en 6 colores: natural o transparente, nogal claro, oscuro, caoba, roble oscuro, roble claro y cerezo.

“Estos barnices se caracterizan por contener una alta cantidad de pigmentos que los hace más resistentes a los rayos UV, que cualquiera en el mercado. Son únicos y presentan mayor nivelación a la hora de pasar una brocha”.

### Sin fisuras

Otro de los productos que Chamorro destaca es el anticorrosivo al agua Corrocel, fabricado con látex, acrílico y pigmentos anticorrosivos que hacen un efecto barrera que evita que el aire oxide el hierro.

“Usamos un alto porcentaje de este pigmento y es libre de plomo y mercurio. Es ideal para proteger estructuras de hierro negro, aluminio, láminas galvanizadas, techos de zinc, canoas, bajantes, y estructuras metálicas nuevas o de repinte”.

Añade que por su elasticidad cede y no se quiebra, por lo que no se fisura, y el tiempo de secado al tacto es de 20 minutos, 2 horas en repinte y el curado es de 12 horas.

Viene en colores: blanco, rojo teja, verde y azul.

Celco también tiene en el mercado el anticorrosivo brillante Popular, para uso doméstico e industrial con resinas alquídicas y pigmentos de alta resistencia a la corrosión y viene en colores: verde, rojo, rojo teja, negro, blanco y gris, y tiene un precio especial.

# CENTROAMÉRICA GANÓ MÁS FUERZA.

Por Pintuco

innova



**Robert Bosch Panamá S.A.**  
Nueva sede regional para Centroamérica.

[www.boschherramientas.com.pa](http://www.boschherramientas.com.pa) | [YouTube /boschherramientas](https://www.youtube.com/channel/UC...)



**BOSCH**

Innovación para tu vida

# Masaca es "sólo bueno"

## EN PINTURA AEROSOL

Por Masaca

En Expoferretera, se lucieron y brillaron con sus pinturas, cuando llenos de oportunidades de negocio llamaron la atención de los ferreteros y en el mercado, de acuerdo con sus números, siguen colocando a 7CF en más negocios.

Este es el exhibidor que los ferreteros adquieren cuando se apuntan con la pintura aerosol 7CF, de Masaca.



El poder de cubrimiento, así como la gama de colores son de los factores claves que han hecho que Masaca cada vez más se abra paso en el mercado con su marca de pintura en aerosol 7CF.

"Otra de las ventajas de esta pintura es que su fabricación se realiza bajo las certificaciones ISO 9001 de Gestión de Calidad y la ISO 14001 de Gestión Ambiental. La pintura cuenta con una pajilla microperforada que permite su aplicación en cualquier ángulo, y tiene una válvula de seguridad que impide el derramamiento de gas. Nuestra cartilla de colores cuenta con la amplitud para solventar la demanda y con un adherente para que pueda ser usada sobre plástico", dice Miguel Sequeira, Gerente de Mercadeo de Masaca.

En la empresa no dejan nada al azar, por eso antes de incorporar la marca estudiaron minuciosamente lo que el mercado busca, "llegando al punto que logramos tener un spray de alta calidad con precios realmente cómodos y alcanzando mayor rotación en las ferreterías", recalca Miguel.

### Eficiencia

El gerente dice que los ferreteros que se han aliado con la marca logran ofrecer un producto que de forma eficaz y eficiente solventa las necesidades del cliente final, sin tener que pedirle una inversión alta.

"Tenemos la exclusividad para Costa Rica y Centroamérica, lo que demuestra el respaldo que la fábrica nos está brindando. La solidez de Masaca es otra de las garantías de cara al cliente. Estas condiciones sumadas a nuestro compromiso de acompañar siempre al cliente son nuestra garantía de respaldo, lo que hace que los ferreteros que ya están con nosotros sientan la confianza de contar con una marca ganadora".

Miguel dice que actualmente "tenemos un paquete de introducción de pintura donde ofrecemos un exhibidor y condiciones de precio y pago especiales. Nuestra fuerza de ventas les puede atender con gusto y asesorar sobre los detalles".

Masaca aumenta el respaldo hacia sus clientes, al ser una empresa nacional con más de 29 años en el mercado, y cerca de 10 años con presencia en Centroamérica y El Caribe.



# EAGLE

CENTROAMERICANA

## Soluciones Eléctricas



...para

*CREAR*

*Plata*



En cada actividad de su vida hay un accesorio eléctrico Eagle que le permite, casi sin darse cuenta, disfrutar de un momento especial.

Soluciones como tomacorrientes, interruptores, extensiones, espigas o regletas lo hacen posible.

Los productos Eagle, cumplen con altos estándares internacionales, respaldados por una visión estricta de Control de Calidad para garantizar la seguridad de la familia.

**Prefiera productos certificados**  
**... prefiera Eagle**



 Eagle Centroamericana

► [www.eaglecentroamericana.com](http://www.eaglecentroamericana.com)



Eugenio Solano, Gerente de Servicios y Postventa, de Reposa, muestra la variedad de líneas de B Y P, entre ellos, la pintura especial en aerosol para electrodomésticos.

# Reposa pinta **FIRME CON B Y P**

Si se trata de pintura en aerosol, brochas o accesorios para pintar, en Reposa dicen tenerlo todo, y que de la mano de B Y P, son de los más “pintados” del mercado.

Incluso, las novedades están a la orden del día con la marca, pues Eugenio Solano, Gerente de Servicios y Postventa de Reposa, dice que “estamos promoviendo una nueva brocha, con una calidad y precio competitivo”. Se trata de una brocha de cerda natural que muestra un alto desempeño. Se llama Poli-Pro, con cerdas de poliéster para pintura base agua, con cerdas extra y que puede usarse, al menos en una oportunidad, con pintura base solvente.

Sostiene que igualmente, cuentan con una variedad de 9 líneas diferentes de brochas que van desde cerda natural hasta las de poliéster.

“La ventaja es que contamos con brochas que atienden todos los nichos de mercado, que van desde el usuario casual que decidió pintar un área pequeña de su casa, hasta el contratista más exigente. Contamos hasta con brochas profesionales, que con el uso adecuado, hasta pueden ser utilizadas 10 veces para trabajos distintos”, dice Solano.

Asegura que otra de las ventajas de las brochas B Y P, son el largo de las cerdas y el volumen por brocha.

“El ferretero que decida estar con B Y P, obtiene más variedad y mejores precios que otras marcas del mercado, y con una sola marca puede

abarcar todas las soluciones de brochas, y que solo le podrían dar dos marcas juntas. En ese sentido, perfectamente, podría tener un solo proveedor”.

## Para electrodomésticos

Y en el área de pintura en aerosol, Solano dice que con B Y P van adelante en tecnología, pues la pintura cuenta, por ejemplo, con resina de base alquídico que otorga un secado más rápido, menos olor, mayor cubrimiento y más rendimiento.

“Tenemos 48 colores diferentes y todos con un precio competitivo. También contamos con un spray epóxico ideal para electrodomésticos. Se trata de una especialidad que viene en colores almendro y blanco”.

  
**USO**  
PROFESIONAL

  
**USO**  
GENERAL

  
**USO**  
DOMÉSTICO

  
**USO**  
ESPECIAL

# LÍDERES EN APLICADORES PARA PINTURA

# byp



Distribuido por:  
 **REPOSA**  
Distribuidora  
TEL.: 2272-4066  
info@reposa.cr

Freddy Brenes, Gerente General de Ferretería Brenes, dice que su fortaleza es su fe y disfrutar lo que hace. Hoy, comparte sus conocimientos con su equipo de trabajo y la tercera generación.



# “Somos un David DE 5 ESTRELLAS”

“No somos el “Goliat” del mercado, pero sí un “David” de 5 estrellas. La competencia es importante, y a todos los competidores los tomamos en cuenta”, dice Freddy Brenes, Gerente General, de Ferretería Brenes.

Sobre la pregunta de por qué no ha integrado en la ferretería el esquema de autoservicio, Brenes es claro al indicar que “a los clientes les gusta como somos, que los atendamos en forma personalizada”.

Asegura que el trabajo en equipo es fundamental y entender que al comprador hay que atenderlo con esmero es primordial. “A los muchachos (colaboradores) siempre les digo que piensen por cuántas ferreterías pasó ese cliente, antes de llegar a nuestro negocio. Y si ya lo tenemos aquí, merece toda nuestra atención”, asegura Freddy.

Brenes no deja nada al azar, a lo que salga, pues es de los que sostienen que cada decisión debe ser bien pensada, y pensada para que cumpla su cometido, para que tenga éxito.

Apunta que en este país hay que olvidarse del “pobrecito”, que es aquel que quiere que le tengan lástima, “pero los que tenemos la oportunidad de levantarnos, de movernos, de respirar y de luchar, tenemos que agradecer a Dios eso, trabajar con fuerza y hacer equipo y tomar decisiones”.

“Cuando hacemos equipo pedimos a Dios que nos ayude a vender más, pero probablemente, al frente, en la competencia le están pidiendo lo mismo, por lo que aquí gana quien haga las cosas mejor, quien se esfuerza, quien hace su trabajo con amor, disciplina y pasión y quien disfruta lo que hace”, asegura Brenes.

Manifiesta que hoy en la vida requiere tiempo, que eso de las cajas rápidas es muy difícil que se de, porque el cliente toma el producto, pero qué pasa cuando al querer pagar, se topa con 100 personas más queriendo hacer lo mismo...

“Lo que nos toca es revisar bien los productos y asegurarse de que el cliente lleve en sus manos el producto correcto, el que necesita”.

## Gastar menos...

Ferretería Brenes conforma o es parte de la clase de empresas que los mayoristas buscan tener como clientes. “Digamos que somos odiados y amados. Llegar a ese nivel es pasión. En lo personal, me encanta y lo vivo todos los días”.

Desde su punto de vista, vislumbra un año difícil, y por eso le apuesta con fuerza a mantenerse en ventas. “No hemos crecido, pero tampoco hemos decrecido. Si vamos a vender lo mismo, hay que procurar gastar menos, contraer los gastos, para ser más efectivos y eficientes. A eso le llamo, hilar fino”.

32 años detrás de la empresa, le han dado ese ojo clínico para ubicar las estrategias para atraer compradores, la agresividad para elaborar las promociones y la sapiencia para negociar con los proveedores.

“Las cosas se ganan, y hay que luchar para mantenerse ahí. Somos el “David” de los ferreteros”, asegura Freddy.

Es un convencido de que para hacer las cosas bien, hay que ser disciplinado, hacerlo en equipo, y se vuelve algo que se domina, que se disfruta, y sobre todo si se cuenta con la infraestructura y a todo se le suma hacerlo con fe en Dios, las cosas son más llevaderas.

“Del trabajo, eliminé las quejas y el estrés”, concluye.



¿Sabía usted  
qué?



Estos interruptores de circuito de falla a tierra eliminan la necesidad para receptáculos separados de GFCI, protege contra cortocircuitos y sobrecargas, además previene un shock eléctrico, discerniendo los niveles muy bajos de descargas y abriendo inmediatamente el circuito, protegiendo la vida de la persona.

Calidad certificada  
al precio justo

# Aunque el robo sea poco, **DEJA PERDIDAS...**

¿Cómo evitar el hurto no intencionado en los negocios? Aunque pareciera inevitable por la gran cantidad de inventario que maneja una ferretería, un poco de control ayuda... Lo más importante es evitar que vaya en aumento.

Solo en México, los robos hormiga dejan pérdidas de hasta 100 millones de dólares anuales a las cadenas comerciales de México mermando entre un 30% y 35% las utilidades netas de los grandes corporativos.

Esto se da con más frecuencia en las ferreterías que ofrecen autoservicio, y a veces sobre todo en productos muy pequeños, que ni siquiera los sensores los detectan... Puede resultar que un comprador pone en la bolsa de su camisa, pantalón o cartera aquel pequeño bombillo, para pagarlo después en la caja, mientras busca otros productos...

A la hora de pagar, se olvida de este "articulito", y sin intención, no recuerda pedir que lo facturen... El problema tiene alcances grandes cuando la acción es repetitiva entre compradores.

Una forma de evitarlo, es dejar las menudencias para la atención de mostrador, crear un área para los productos pequeños, con "vigilancia" y asesoría de un vendedor, o bien, construir un muestrario en el departamento, indicando con una leyenda que diga: solicite este producto a cualquiera de nuestros vendedores.

**Tips:**

Para los productos más pequeños, trate en la mayoría de lo posible de embolsarlos en grupo, así será más difícil que por unidades pasen desapercibidos.

Cree departamentos con atención de mostrador sobre todo para aquellos productos como los tornillos.

Exhiba los artículos de más valor bien a la vista, o coloque sensores en estos. Recuerde que los productos de más valor son siempre los más atractivos.

Colocar exhibidores con productos pequeños cerca de las cajas es una buena idea, que incluso, supermercados aplican.

**CASEG**  
Centroamericana de Seguridad

TEL. 2253-6009  
www.caseg.cr

**ELECTROMAGNETISMO** TAGIT - SENTRY  
Tecnología Europea / USA

**VARIEDAD DE ETIQUETAS DE SEGURIDAD PARA CADA NECESIDAD  
PROTECCIÓN INVISIBLE EN:**

- PRODUCTOS METÁLICOS
- COSMÉTICOS
- ACTIVOS ( CELULARES, LAPTOPS, ETC )
- LIBROS
- LICORES
- Y TODO TIPO DE MERCADERÍA

**FERRETERÍAS**

**COMERCIOS**

**SUPERMERCADOS**

**¡AHORA SÍ!** LO QUE SE PENSABA QUE NO SE PODÍA PROTEGER...ES POSIBLE CON ELECTROMAGNETISMO



DE VENTA EN  
**TRANSFESA**  
Somos los mejores en servicio

DISTRIBUIDOR AUTORIZADO  
Ventas: 2210-89-06

## CONTINUO

La banda continua tiene una superficie de corte totalmente plana y lisa, apropiada para las aplicaciones que exigen acabados de alta calidad.



porcelana azulejos

## SEGMENTADO

Los discos de banda segmentada proporcionan cortes de menos fricción y son utilizados para cortar materiales pesados que no requieren mayor precisión ni calidad de acabado.



concreto ladrillos

## TURBO

Los discos turbo combinan el acabado y la estabilidad de los discos de banda continua, con la velocidad y capacidad de enfriamiento de los discos de banda segmentada.



Granito mármol

**PRUÉBALOS YA!!!**

Discos Diamantados IRWIN,  
La elección del profesional!

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

**IRWIN**  
TOOLS®

A OTRO NIVEL

# LAS BUENAS DECISIONES LE ACOMPAÑAN TODA LA VIDA.

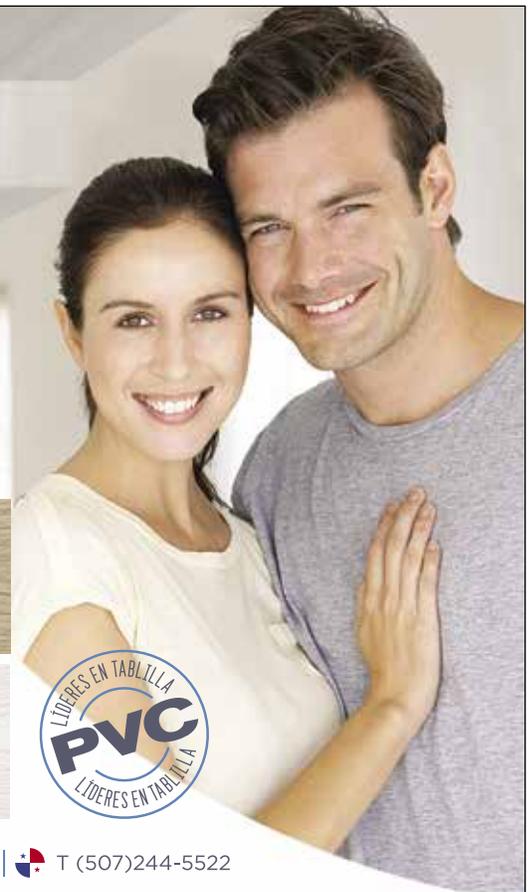
Como lo hacen las Tablillas de PVC para cielorraso de Plastimex, porque le garantizan los mejores beneficios del mercado.

- **ÚNICOS** con protección UV contra los rayos del sol
- 100% resistentes a la humedad
- No propagan el fuego
- Los mejores precios del país
- La mayor variedad en diseños y acabados Premium, Gold y Platinum
- Garantía y satisfacción total

Adquiéralas con nuestros distribuidores autorizados en todo el país



**PLASTIMEX**  
SERVICIO • VARIEDAD • CALIDAD



f /plastimex | @PlastimexSA | [www.plastimexsa.com](http://www.plastimexsa.com) | T (506)2453-9270 | T (507)244-5522



Simon Pineda, Gerente General de Bekaert, muestra parte de la planta.

# El alambre cobra **VIDA EN BEKAERT**

Desde su planta en Orotina, Bekaert fabrica localmente productos de acero para el sector construcción y agrícola, y compite con fuerza con los importadores, buscando sobrepasar el 40% de participación de mercado.

Orotina.- Allá, un poco después de la entrada al centro de Orotina, y aún en ruta hacia el Puerto de Caldera, llegamos esa mañana, y ante nuestros ojos estaba algo que difícilmente habríamos podido prever.

Más allá de lo que uno podría imaginarse tener o la simple idea equivocada de una empresa que sólo fabrica clavos, estaba Bekaert, una compañía de origen belga, y que desde mayo 2014, se instala en el país, dotando al sector de variados productos de acero, son expertos en la transformación de metal y revestimientos.

Cuentan con una planta de trefilados de alambre donde se fabrican productos para la construcción: mallas electrosoldadas, clavos, grapas, alambre recocido, alambre púas, malla ciclón, alambre galvanizado, y, sí, lo hace desde la Ceiba de Orotina, y con buena parte de mano de obra costarricense.

Apostados ya en la planta, allí nos esperaba Simon Pineda, Gerente General de Bekaert Costa Rica, y quien nos contó que la compañía apuesta con fuerza en este mercado, por lo que esperan en el mediano plazo, llegar a ocupar cerca del 40% de participación.

Son fabricantes del alambre de púas Motto, “un producto muy conocido por los ferreteros”, agrega Pineda.

Actualmente, para la planta de alambre, son socios junto con ArcelorMittal. Bekaert tiene un 73% de esta sociedad.

También cuentan con una planta de fabricación de fibra de acero, que se utiliza como refuerzo para el concreto.

## - ¿Qué vieron en Costa Rica?

- Es un país atractivo para los inversionistas extranjeros que buscan un lugar con estabilidad política, talento local muy capacitado.

## - ¿Y cómo les va en el mercado con los productos trefilados?

- Tenemos competencia feroz con productos importados, principalmente de China. Sin embargo, apelamos a la calidad y que fabricamos directamente en el país, por lo que los clientes no tendrían problemas de abastecimiento.

- ¿Cuáles son los distribuidores que tienen en el país?  
 - Contamos con Abonos Agro, que coloca productos en las tiendas de El Lagar y Colonos, ArcelorMittal que tiene su propia red de distribución, Acuña y Hernández y para los productos del área agrícola se manejan con empresas como Dos Pinos, Agrologos, Los Colonos.

**Entregas rápidas y justas en tiempo**

- ¿Así las cosas, en este momento qué porcentaje de participación tienen en el país?

- Estamos cerca del 40%, pero consideramos que para una planta nacional es bajo.

- ¿En qué se están diferenciando además de la ventaja de fabricar localmente?  
 - Este es un mercado que se maneja mucho por precio, y somos competitivos en ese factor, pero también tenemos una oferta de servicio más atractivas que la competencia, con entregas más rápidas, una atención directa y asesorada. Estamos en capacidad de generar nuevas presentaciones de producto, como por ejemplo, muy pronto estaremos lanzando clavos embolsados por kilo, para hacer más eficiente la venta a los detallistas.

- ¿Por qué los ferreteros deberían considerar la oferta de Bekaert, por encima de otros competidores?

- Aquí estamos hablando de productos de calidad, certificados que cumplen con las normas requeridas. Nos preocupamos porque estos productos cumplan con todo, por lo que el ferretero tiene que sentirse tranquilo y seguro que cuando compra producto nacional fabricado por nosotros, lleva esa garantía, que no necesariamente, la tienen los productos importados.

“Tener entregas oportunas más frecuentes, agrega valor al cliente porque los inventarios no tienen que ser tan cuantiosos en tamaño, pues perfectamente pueden recibir nuestro producto todas las semanas. Esto es más eficiente que traerse 3 carretas de stock, que va a tener que hacerlo cada vez que importa”.

Varillas Armex, alambre de púas Motto, alambre recocado, son productos y marcas que rondan en el mercado y quizás, muchos ni imaginábamos que detrás de ellos, en el kilómetro 71, de la Ruta 27, había una empresa que los respalda y gusta de hacerlos bien.



Esta es la planta donde se fabrican los diferentes productos en acero que Bekaert lleva al mercado ferretero, por medio de sus distribuidores.

**REF. 415**

- # Línea Profesional
- # Cerdas sintética plumada (Especial para recortes)
- # Espesor doble
- # Pintura Base agua y solvente

**100% SISTEMA MONOBLOCK**

Medidas Disponibles	
1/2"	1"
1-1/2"	2"
2-1/2"	3"
4"	

Distribuidor: **ROSEJO**  
 #338.1412 #104032.071 #040110000000000000



Todos los productos TANIA WIRING DEVICES, cumplen con las NORMAS DEL CÓDIGO ELÉCTRICO NACIONAL, respaldados por un control de Calidad estricto, que va desde el uso de materia prima virgen en su fabricación, hasta el control final de su funcionamiento, para salvaguardar lo más importante que es la FAMILIA.

**PROXIMAMENTE**  
**Nuevos**  
**COLORES**

**Línea**  
**ROSEMARY**



Distribuidor en Costa Rica:  
TEL: (506) 2297 -8282  
EMAIL: [elamigoferretero@ice.co.cr](mailto:elamigoferretero@ice.co.cr)  
DIRECCIÓN: Moravia del mega super  
300 metros norte.



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





Eduardo Benavides, Propietario de Ferresparza, destina todo un área a la exhibición de ambientes combinados entre baños y cocinas, para que el cliente pueda darse una idea cercana a cómo podrían verse en sus propiedades.

# Ferresparza le “SACA PUNTA” AL NEGOCIO

Ferresparza, un negocio que llega a 5 años y que busca todos los días la forma de diferenciarse de sus competidores, para aumentar las transacciones. Hoy, encuentra en la importación de cerámica y en exhibir productos ambientados, una clave para atraer compradores.

Esparza, Puntarenas.- Fue un día como todos para cualquiera, sin embargo, este empresario jamás habrá de olvidar aquel 24 de enero, de hace cuatro años, cuando, obedeciendo a su sangre de comerciante, decidió entrarle al negocio de la ferretería.

Y aunque sabía que no conocía mucho acerca de ferretería ni de materiales de construcción, vio una oportunidad y fue por ella...

Hoy, cuatro años después no se arrepiente del paso que dio ese día, y más conocedor, dice que busca mejorar todos los días, para que los clientes encuentren la solución que buscan para sus proyectos.

Y la lucha muy en serio, al punto que sabe que para hacer diferencia, hay que tener algo diferente, diferente a todos los del mercado, por eso, hoy posee líneas de importación exclusiva en la parte de cerámica, y ha visto en la creación de ambientes en vivo y a color, como los clientes se “atreven” a confiar y a comprar, al darse una idea clara de cómo podrían verse sus productos en sus propiedades.

Se trata de Eduardo Benavides, Propietario de Ferresparza, en el corazón de Esparza, Puntarenas, quien dice que hoy la empresa está lista para competir con cualquiera, hasta con los más grandes.

En Ferresparza trabajan 42 personas, cuenta con una superficie cercana a los 3400 m<sup>2</sup>, y en temporada regular recibe la visita de 180 clientes y en una temporada le llegan hasta 230 compradores.

Manifiesta que como toda empresa nueva, siempre hay que pagar un “derecho de piso”, para demostrar tanto a clientes como proveedores que “éramos una oferta segura, un negocio estable, sobre todo que cuando nacimos en el área, había mucha empresa posicionada. Siento que ya pasamos ese proceso y hoy estamos más consolidados”, dice Benavides.

## 5 años clave

Actualmente, Eduardo se muestra optimista y con fuerzas para darle al negocio crecimiento. Llegar a 5 años, para él tiene sus claves, y señala como primera a rodearse de gente muy capacitada, que se ha puesto la camiseta de Ferresparza y que han trabajado fuerte por ganar la confianza del comprador.

“Me gusta este negocio, a pesar de que fui formado en otras áreas de comercialización como los restaurantes, sin embargo, esta experiencia me ayudó a poner en práctica factores como que en el servicio al cliente hay que ser innovador, por eso mi oferta no era ser una ferretería más, quería ser atrevido, por eso hoy he hecho una apuesta fuerte en los acabados para construcción, e incluso estamos importando cerámica. Y ese plus de ver el mercado con una sed distinta, ha hecho que los clientes lo perciban”.

Por esta razón, es un creyente en la exhibición, sobre todo en la parte de cerámica. “Es que el cliente puede ver una cerámica en un exhibidor y a veces no tiene efecto, ni siquiera hace el intento de preguntar, pero si la ve en un ambiente real, ya es otra cosa, se muestra interesado, y a nosotros, nos da más oportunidad de asesorarlo y venderle”.

Benavides es de sangre comerciante, y sigue buscando estrategias que lo lleven a ser más competitivo. Va de frente, pero mirando a todos lados porque sabe que la competencia es fuerte.



REF. 419

- Línea Profesional
- Cerdas naturales
- Espesor doble
- Pintura Base agua y solvente

100% SISTEMA  
MONOBLOCK

Medidas Disponibles	
1/2"	1"
1-1/2"	2"
2-1/2"	3"
4"	

Distribuidor  
**ROSEJO**

2338 1912 810032/27



El visitante o empresario ferretero, sale de una feria con un 66% de más actualización sobre el negocio y los productos, aprende sobre factores y modelos de servicio al cliente, lo que indudablemente, lo hace más capaz para asesorar a sus compradores.

## ¿Qué hacer para que sus clientes elijan su negocio, **ANTES DEL DE SU COMPETENCIA?**

Esta es quizás la pregunta que si tuviera una respuesta única, bien podría ser la acreedora a ganar al menos, \$1 millón. Y aunque no hay una fórmula absoluta, sí hay un camino para lograr que los compradores ingresen primero a su negocio, antes que la competencia... ¿Cómo lograrlo?

Con el pedido del constructor en mano, con dos listados... En uno, todo lo que tenía que ver con material pesado u obra gris, y en el otro, una lista más grande contenía todo lo que concierne a artículos ferreteros.

Por un lado, perling, cerámica, "bondex", cemento, varilla, y por el otro: tornillos, silicón, pintura, masilla, goma blanca, lija, brocas, tornillos para techo. Ya el comprador, Juan Emilio, con todo eso en mano, y con 3 ferreterías y depósitos a menos de 5 kilómetros a la redonda, debía elegir una donde hacer todas las compras, pues por costos, tiempo, no podía darse el lujo de comprar unas cosas un uno y otras en en otra ferretería. Por logística, y para no atrasar al constructor, "era mejor comprar todo en un solo negocio", pensó para sus adentros.

### Más alternativas

Como todos estaban cerca, decidió pasar a los tres y entregar los listados para que le cotizaran. En el primero, el más cercano a su casa, le indicaron que no lo tenían todo a mano, y que máximo en 2 días le estarían entregando. En el segundo negocio, lo tuvieron esperando más de lo debido, sin que nadie se preocupara o se percatara de su presencia.

Y en el último negocio, al ingresar, después de dejar el carro en el parqueo, ya dos vendedores lo habían abordado para preguntar lo que necesitaba. Al verlo con listados en mano, lo dirigieron al área de telemercadeo, donde lo sentaron, y lo atendieron, tanto, que el vendedor cuando no tenía una marca específica que solicitaba en la lista, le indicaba que poseían otra alternativa, pero que igualmente funcionaría para los propósitos de su constructor.

Al llegar a la parte del adhesivo para cerámica, y al ver que en la lista no había indicación de marca, el vendedor, de inmediato preguntó por la cantidad

de metros de cerámica, y atinó a decir "le puedo ofrecer 2 marcas, una de alto desempeño y otra más económica. Al ver que son bastantes metros, le sugiero la de alto desempeño...".

En primer instancia, Juan Emilio se topó con dos negocios con deficiencias en el servicio al cliente, desactualización, y oferta escasa de productos. En el tercer establecimiento, fue evidente no solo el alto grado de actualización para asesorar al cliente sino una buena dosis de los factores que caracterizan el servicio al cliente.

Asesoría, factores de servicio al cliente, y actualización son tres factores que el ferretero no debe descuidar para que los compradores no se vayan a otro negocio. Antes de llegar al suyo, piense por cuántas ferreterías pasó antes ese comprador.

Estos valores de negocio se encuentran con facilidad en una feria especializada como Expoferretera. Sin duda, las estadísticas indican que: el visitante o empresario, sale de una feria con un 66% de más actualización sobre el negocio y los productos, aprende sobre factores y modelos de servicio al cliente, lo que indudablemente, lo hace más capaz para asesorar a sus compradores.

# expo FERRETERA

*su herramienta de negocios*

2 0 1 6

## ★ A RITMO VAQUERO ★

Expoferretera 2016, el encuentro internacional de negocios entre mayoristas, ferreteros y profesionales de la construcción, se viste a estilo vaquero para enlazar más oportunidades. Todos nos pondremos el sombrero para hacer los negocios del año.

6, 7 Y 8 DE MAYO, 2016.

EVENTOS PEDREGAL

Adquiera su entrada gratis en

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

Reserve su Stand y Patrocinios

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

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

SHOW VAQUERO

PARRILLADA FERRETERA

CHARLAS Y DEMOSTRACIONES



## Productos Ferreteros



### **Ducha con diseño exclusivo.**

No requiere tubo. Se adhiere a la pared. Posee cuello dirigitivo. Marca Kontiki. Calidad colombiana.

*Distribuye: Impafesa*  
*Tel: (506) 2297-8282*



### **Duchas en color blanco.**

110 y 220 Voltios. 3 temperaturas, con y sin manguera. Económica. Marca Kontiki.



### **RE 98 Hidrolavadora.**

Peso 13.5 kg. Presión 1450 psi. Potencia 1,4 kw. Caudal 1,8 gpm.

*Distribuye: COSMAC*  
*Tel.: (506) 2277-6600*



### **Angular portapuntas profesional Bianditz.**

Es una herramienta profesional que da una solución para el apriete en sitios con bordes o ángulos donde ningún tipo de atornillador podría entrar.

*Distribuye: Universal de Tornillos*  
*Tel.: (506) 2243-7676*



### **WD-50 Power Zone.**

Nueva fórmula mejorada del lubricante en spray WD-50 (wáter displacement / 50 attempt ), con el conjunto ideal del lubricante de uso general: lubricación duradera. Limpiador y protector. Disolvente. Removedor de adherencias. Destrabador. Eliminador de ruidos.



**Trampa flexible Coflex.** Interior liso que no acumula residuos. Material antimicrobial que evita malos olores. Fácil instalación sin herramientas.

*Distribuye: Coflex*  
*Servicio a Clientes: +52 81 83 892800*  
*01 800 226 3539*  
*servicioclientes@coflex.com.mx*  
*www.coflex.com.mx*  
*Costa Rica: Gil Coto Navarro*  
*Tel.: (506) 2224-2278*



PREOCUPADO CON QUE PINTAR???

# HandyMan

# LOS COLORES | *de la* PATRIA ENCUENTRALOS CON



Pajilla Microperforada | NO contamina la capa de ozono  
Aditivo especial para plástico | Válvula de Seguridad

Tel: +(506) 2244-4044  
Email: info@masaca.cr  
Web: www.masaca.cr  
Síguenos en



Distribución  
Exclusiva



# Jivis se estrena **EN EL SECTOR**

Jivis Ferretero nace como una alternativa fuerte en ferretería y construcción, en el mercado puriscaleño. Rónald Jiménez marcha a la cabeza, de la mano de 10 colaboradores.

Puriscal, San José.- Hacía poco más de 8 años que venía madurando la idea, y en su sangre de comerciante lo traía tan firme, que decidió dar el paso, pero antes de subir el siguiente peldaño, primero se fue a lo seguro, rodeándose de gente que tuviera experiencia en el negocio, que supiera de ferretería y de materiales para la construcción.

Fue así, en una mañana puriscaleña, después de acumular 32 años en el negocio de los electrodomésticos, que Rónald Jiménez decidió aperturar su sueño: Jivis Ferretero, en el puro corazón de Puriscal.

“La gente que trabaja conmigo fue la que me impulsó en este proyecto, me gustan los negocios, hacerlo bien, siempre he sido, como dicen, muy explosivo para entrarle”, dice Jiménez.

La ferretería consta de un edificio de más o menos 3 pisos, en 650 m<sup>2</sup>, distribuido entre herramientas, departamento de pinturas, asesoría de proyectos y todo lo de ferretería, más abajo, a menos de 100 metros, está el área de material pesado que tiene una superficie de más o menos 1400 m<sup>2</sup>.

Y aunque Puriscal ya poseía varias ferreterías fuertes e incluso con más terreno recorrido, a Jiménez eso no lo frenó, pues dice que ya está acostumbrado a enfrentar competidores fuertes.

“En el área de electrodomésticos uno compite con empresas como Gollo, Casa Blanca y otras, por lo que hay que estar muy bien preparado para diferenciarse y conseguir que los clientes lo prefieran”, indica y recuerda que solo con Jivis Electrodomésticos donde tiene tiendas en Parrita, Ciudad Colón y Puriscal, tiene cerca de 23 mil clientes, de los que más del 70% están activos.



Rónald Jiménez, Propietario de Jivis Ferretero, se estrena en el negocio de la ferretería con un negocio en Puriscal. Espera en menos de 3 años, tenerlo consolidado.

### Nuevo en el negocio

A pesar de ser nuevo en este negocio, y teniendo la experiencia con la comercialización de electrodomésticos, y al hacer una comparación, Jiménez dice que mira con optimismo la ferretería, incluso hasta siente que se le hará más fácil.

“En la parte de electrodomésticos hay que tener mucho control, pues hay que financiar los productos a los clientes a corto, mediano y largo plazo, mientras en ferretería, los tiempos de recuperación son más rápidos, los clientes pagan de contado”, asegura Jiménez.

Al hacer nuestros cálculos, con los activos ya en marcha, más el inventario, podríamos asegurar que Jiménez, dedicó una inversión cercana a poco más de \$1 millón, y asegura que su meta es ver consolidado el negocio en menos de 3 años.

En este proyecto lo acompañan 10 personas, empleados que ya han estado ligados a negocios similares, que poseen la experiencia ferretera y de materiales de construcción, y a quienes define como sus impulsores y a la vez como su mano derecha.

Uno de ellos, José Jiménez, es quien lo ha acompañado en toda la apertura y búsqueda de proveedores, y quien dice que “estamos muy entusiasmados y nos motiva este proyecto”, y cuenta que en las primeras horas de abrir, en los primeros días, recibieron un promedio de 150 clientes.

Rónald dice que ser puriscaleno de nacimiento, también le da ventaja porque “la gente me conoce, y saben lo que quiero a este lugar. Si estoy en esto, también es porque quiero beneficiar al pueblo”.

Jiménez dice que de aquí en adelante pone todo en manos de Dios, y en la parte financiera se alía de su hijo Roy, como graduado en área de finanzas.

“Voy sin temor, y abierto a seguir escuchando negociaciones”. concluye Jiménez.



**Amigo Ferretero  
Encuentre  
nuestros  
productos  
en los  
distribuidores  
mayoristas  
autorizados**



soluciones industriales  
& residenciales  
Tel: 2453-5946



**ELEKTRO  
SYSTEMAS**  
ELK-SOLUCIONES FERRETERAS  
Tel: 2456-2020

**MAYOREO DEL ISTMO**



Diferencia en Calidad y Servicio  
Tel: 2292-2370

## Lista de Anunciantes

Empresa	Contacto	Cargo	Teléfono	Fax	email
Imacasa Costa Rica	Mario Monterroza	Gerente General	2293-2780	2293-4673	mmonterroza@imacasa.com
Sur Química	Eduardo Gamboa	Gerentes Ventas	2211-3400	2256-0690	egamboa.s@gruposur.com
Lanco Harris Manufacturing	Ignacio Osante	Gerente General	2438-2257	2438-2162	lancoyharris@racsa.co.cr
INTACO	Roger Jiménez	Gerente Comercial	2211-1717	2221-2851	roger.jimenez@intaco.com
Conducen (General Cable)	Tanya Bogantes	Analista de Mercadeo	2298-4800 / 2298-4949	N.D	tanya.bogantes@generalcable.co.cr
Impafesa	Ronny Torrentes	Gerente General	2235-8271	2235-8292	elamigoferretero@ice.co.cr
Vertice Diseños, S.A.	Eitan Rosenstock	Gerente General	2256-6070	2257-4616	info@verticecr.com
Almotec	William Alfaro	Gerente General	2528-5454	N.D	william.alfaro@almotecr.com
Elektrosistemas	Aisen Sánchez	Gerente Administrativo	2456-2020	N.D	asanchez@elektrosistemas.com
Robert Bosch Panamá, S.A.	Alejandro Rivas	Gerente Regional División de Herramientas Eléctricas CA	(507) 301-0960	N.D	alejandro.rivas@pa.bosch.com
Capris, S.A	Peter Ossenbach	Gerente General	2519-5000	2520-1579	peter.ossenbach@capris.co.cr
Plastimex, S.A	Alvaro Castro	Gerente de Mercadeo y Ventas	2453-1251	N.D	acastro@plastimexsa.com
Transfesa	Central de Ventas		2210-8906	N.D	ventas@transfesacr.com
Rosejo Comercial	Rodrigo Martínez	Gerente Ventas	2296-7670	2232-7708	rmartinez@rosejo.com
Comex	Horacio Dobal	Director de Mercadeo y Marca	2201-0201	N.D	hdobalf@pinturascomex.com
Eagle Centroamérica	Servicio al Cliente	-	2261-1515	2237-8759	info@eaglecentroamericana.com
Distribuidora Solmon (Perfect SA de CV)	Luciano Ruíz	Representante para Costa Rica	2296-1633	N.D	calurusa60@gmail.com
Importaciones Industriales Masaca S.A	José Rodríguez	Gerente General	2244-4044	N.D	jjrodriguez@masaca.net
Distribuidora Reposa	Raúl Pinto	Gerente General	2272-4066	2272-1693	rpinto@disreposa.cr
Caseg	Ricardo Vega	Ejecutivo de cuenta	88123455	N.D	rvega@caseg.cr

El consumo de licor es nocivo para la salud.  
DPS-023-01-2015

Organiza:

*Apetito*  
LA PASIÓN POR LOS BUENOS PRODUCTOS

Patrocinan:

**BANCO NACIONAL**

**DELTA**

ExpoVino  
Costa Rica  
La cultura del vino

7 Y 8 OCTUBRE 2015  
EVENTOS PEDREGAL  
3:00 PM A 9:00 PM CUPO LIMITADO

ENTRADAS  
DISPONIBLES

**HOY**

Compre su entrada y vea los detalles en: [WWW.EXPOVINO.CR.COM](http://WWW.EXPOVINO.CR.COM)

Centro de Eventos  
**PEDREGAL**

 /Expovino | Tel: 4001-6723



Nosotros hacemos que la energía  
e información llegue a todo el mundo.  
Somos General Cable. 170 años innovando  
la fabricación y desarrollo de cables y alambres.



 **General Cable**  
*conducen*

**UNA COMPAÑÍA**  
CONECTANDO AL MUNDO

Costa Rica: 2298-4800 - [info.centroamerica@generalcable.co.cr](mailto:info.centroamerica@generalcable.co.cr)  
[www.generalcable.com](http://www.generalcable.com)

NUESTRAS MARCAS:

 **phelps  
dodge**  
International Corp  
a General Cable company

 **STABILOY**  
BRAND

**CAROL  
BRAND**

# 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

