

tuercas y tornillos

# TYT

LA REVISTA FERRETERA

- P.07** Cacesa: hasta los chicos apuntan a crecer...
- P.10** Categoría de abrasivos toma fuerza
- P.15** ¿Cómo tener zonas calientes en la ferretería?
- P.20** Tablilla PVC se llena de competidores

Novatecnia  
Materiales Eléctricos

## EMPRESARIO ELECTRIZANTE...

Luis Carlos Palma, tiene 18 años de especializarse en materiales eléctricos con su empresa Novatecnia. Asegura que la competencia, incluso la desleal, no puede contra los conocedores...



f /Revista TYT

Suscríbase en:  
[www.tytenlinea.com/suscripcion](http://www.tytenlinea.com/suscripcion)  
**OCTUBRE 2016** año 20 / No. 244

**CORREOS**  
DE COSTA RICA

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



## BONDEX® PREMIUM ORO

Mortero adhesivo flexible y deformable para revestimientos minerales y porcelánicos



RECOMIÉNDELO  
A OJOS CERRADOS



Bi-polímeros  
Tecnología  
adhesiva



Tixotrópico  
y flexible



ANSI A118.4  
ANSI A118.11  
INTE 06-08-03

Excede  
normas



Contribuyente  
LEED

Mortero adhesivo para alto tránsito  
en interiores y exteriores



# VERTICE

**Especialistas  
en Exhibición**

**Hacemos cambios ganadores  
en su negocio....**



**En Vertice, ayudamos a incrementar el  
tráfico de clientes y aumentar las ventas.**





Las macetas para barandas son de los productos que Hoggan Internacional acaba de lanzar al mercado. Se han puesto muy de moda, en las viviendas verticales.

07 PINCELADAS

09 **MERCADEO**  
**Estados financieros retocados**  
Aunque ya no debería suceder, seguimos viendo empresas públicas y privadas que sorprenden con voluminosas pérdidas, que las colocan al borde del abismo.

10 **EN CONCRETO**  
**Especial abrasivos**  
12 Fandeli: especialistas en lijado  
14 Metabo: potencia sus abrasivos

15 **PERFIL**  
¿Cómo convertir las zonas frías del negocio en calientes?  
16 Irwin lanza herramientas manuales para mecánicos  
18 Hoggan con nota alta en innovación  
19 Actitud de servicio: el secreto de los negocios exitosos  
20 Eco Cielos: ¡Se ganaron el cielo con la tablilla!  
27 Riesgos de utilizar concreto mezclado en carretillos  
28 ¿Qué, con el Duretan 2?

22 **FERIA INTERNACIONAL**  
**México: mayoristas y fabricantes internacionales seducen a ticos**

24 **EXPOFERRETERA**  
**Expertos mundiales de la ferretería asesorarán empresarios**

30 **PRODUCTOS FERRETEROS**

32 **EL FERRETERO**  
**Novatecnia. 18 años de ser muy eléctrico**



Lea TyT en digital:

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

4.731 vistas en la edición digital



## Noviembre / TYT 245

### Los Súper Mayoristas Ferreteros

¿Quiénes consideran los ferreteros que son sus aliados comerciales? ¿Qué mayoristas han roto el esquema de ser solo una empresa proveedora, y han pasado a convertirse en socios estratégicos? ¿Quiénes consideran los ferreteros que son los proveedores que hacen un éxito de su negocio?

TYT publicará un sondeo que mostrará la voz del mercado ferretero...

### Especial: Cerraduras, llavines, herrajes

Cerraduras, picaportes, llavines de alta seguridad, puertas, aldabas, cerraduras para madera y para soldar, manijas, manijas decorativas

**Cierre comercial: 17 de octubre, 2016**

## Anúnciense en TYT Y exponga en Expoferretera y Expoautomotriz

Marco Verdesia • marco@ekaconsultores.com

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



### Presidente

Karl Hempel Nanne  
karl.hempel@eka.net

### Director Editorial

Hugo Ulate Sandoval  
hugo@ekaconsultores.com

### Directora Eventos

Silvia Zúñiga  
silvia@ekaconsultores.com

### Directora de Arte

Nuria Mesalles  
nuria@ekaconsultores.com

### Asesor Comercial

Marco Verdesia  
marco@ekaconsultores.com

### Diseño y Diagramación

Irania Salazar  
irania@ekaconsultores.com

### Asistente Comercial

Tatiana Alpizar  
t.alpizar@ekaconsultores.com

### Fotografía de portada

Randall Rodríguez

### Suscripciones

Tel: 4001-6722  
revistaty@ekaconsultores.com

### Suscribase en:

www.tytenlinea.com/  
suscripciones

Una producción de  
EKA Consultores Internacional  
Apartado 11406-1000  
San José, Costa Rica  
contacto@ekaconsultores.com





Se viene  
la bulla  
ferretera

¡Espéralo!!!



**Director Editorial**



## ESOS DETALLES QUE DEJAMOS DE LADO...

Costo de mercadería vendida, entre inventario promedio actual, equivale a sacar una radiografía de cómo se mueve el inventario en la ferretería. En otras palabras, la rotación.

¿Tiene el ferretero noción sobre este criterio? ¿Lleva el control justo de sus inventarios?

Difícil respuesta... Respuesta incierta... Y no se trata de dejar todo en manos del administrador, el asistente o el contador, porque es necesario tener certeza de cuánto estaremos haciendo rotar el inventario. Cuanto más alto, sea el factor del resultado, más eficientes seremos vendiendo, más veces habremos "rotado" los productos en el año.

Las grandes superficies oscilan entre un 2,5 y un 2,7.

Y es que este sí es el remedio que tiene toda la cura de los males ferreteros y si de a poquito se llena el jarro, ahora sí podemos decir que es tan valioso un cliente que solo lleva un pliego de lija, como el que compró €3 millones.

Igualmente, esto determina con certeza cuáles productos son los que están "pegados" y arroja casi soluciones inmediatas, pues a veces solo es cuestión de variar la forma de exhibir.

Otro tema vital se centra en la forma de vender... ¿Ya analizó cómo venden sus vendedores? Si abordan al cliente con amabilidad o solo atinan a decir: "¿usted?" o "-El que sigue..." especialmente cuando la ferretería está llena... O más bien, buscan asesorar al comprador, escuchando primero con atención, y después buscando resolver con el producto correcto, o presentando, al menos alternativas de solución.

Cada cliente es diferente y cada comprador requiere su dosis de atención, y cuando más cercana la sienta, más en confianza se sentirá para comprar.

Si en una ferretería se comercializaran productos para sobrevivir, quizás no habría que hablar mucho de servicio, porque los clientes llegarían y casi que se atenderían solos por obtener las medicinas que requieren para mantenerse sanos y salvos.

Siendo así, es una distorsión del servicio y una pérdida de oportunidades para vender, decirle a los clientes: "salimos a almorzar", "regreso en 5 minutos", "¿puede llamar después?", es que en este momento no se encuentra o está con la línea ocupada", "no sabría decirle, quizás cuando venga el encargado".

Los empleados pueden salir a almorzar por ejemplo, y tardar hasta 3 días, mientras en el negocio haya un sustituto capaz de "enfrentar" a los clientes, asesorarlos y solventar sus necesidades y aclarar sus dudas. La pregunta sobre la pintura anticorrosiva no es solo para el técnico, es para cualquiera que labore en el negocio.

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

## Desde el Face

Tengo una ferretería, y uno de mis clientes me pide discos Grinding, pero no logro encontrar al distribuidor... ¿Me podrían ayudar?  
Francisco Azofeifa

R/ Estos discos, de acuerdo con nuestras investigaciones, los manejan dos proveedores en el mercado de Costa Rica: Valco (Valvúlas y Conexiones) y Fihne.

## CACESA VA PARA GRANDE...

Definitivamente, es una regla que el crecimiento no se puede hacer de forma desmedida, sin embargo, a esta ferretería, aunque aún pequeña, han tenido que ir añadiendo espacio, pues cada vez más los clientes demandan otros productos. Apostada sobre la carretera principal, allá en San Pedro de San Ramón de Alajuela, está Ferretería Cacesa, un negocio que apenas cuenta con poco más de año y medio desde su apertura, y Jeiner Campos, su propietario dice que “aunque todavía estamos gateando, hemos logrado crecer, al punto de que al inicio solo éramos de 100 metros, ahora tenemos 200”.

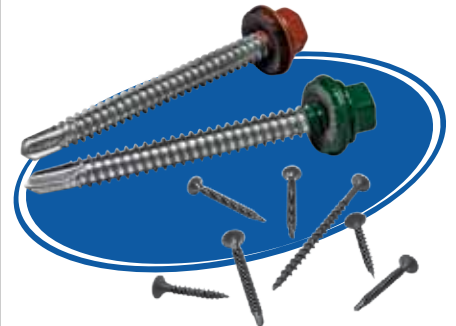
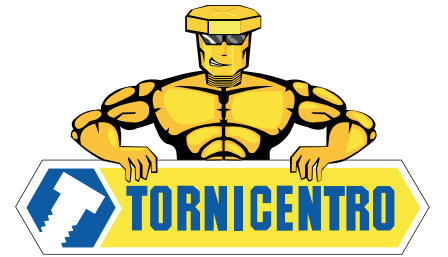
Asegura que buena parte ha sido estudiar la zona desde el arranque para tener un inventario lo más correcto posible. “Y también, en el trato nos hemos esmerado. Si un cliente es amable, nosotros tratamos de serlo doblemente”, dice Campos. En la ferretería, lo acompañan 3 colaboradores más. “Queremos meter material pesado en más cantidad, porque nos piden bastante, hay buenas construcciones y eso nos ayuda a vender más”.

Campos dice que antes de abrir la ferretería, trabajaba en una empresa arrocera. “No sabía nada de ferretería, pero la sangre de comerciante de la familia, además que en el pueblo no había una, hizo que me inclinara por abrir un negocio de este tipo. Aún me falta, pero ahí vamos aprendiendo poco a poco”.

Y el hecho de que sean pequeños, no es obstáculo para quedar rezagados, pues hasta cuentan con un software para llevar el inventario, que incluye una lectora de código de barras. “Con esto damos un mejor servicio, porque le logramos dar más rápido el precio de los productos a los clientes, además de que la emisión de facturas es más ordenada”.



Jeiner Campos (derecha), Propietario de Ferretería Cacesa, en San Pedro de San Ramón de Alajuela, asegura que para crecer hay que tener de todo en el negocio, pero sin descuidar la emoción por las compras.



2265-7474

[tornicentrocr.com](http://tornicentrocr.com)

[ventas@tornicentro.la](mailto:ventas@tornicentro.la)

# PLYCEM INTRODUCE TECHOS

¿Quién dijo que el zinc, en sus diversas presentaciones era la única opción del mercado en cubiertas para techo?

Plycem acaba de llegar con su techo estilo pizarra, fabricado en piezas de fibrocemento con cortes o ranuras en uno de sus bordes, que colocadas sobre puestas una sobre otra, permiten alcanzar conceptos victorianos en cualquier edificación residencial o comercial, donde prevalece el diseño arquitectónico vanguardista.

La tecnología de fibrocemento trae consigo atributos como su resistencia a impactos, intemperie, hongos, humedad, pero también es resistente al fuego. Al ser productos fabricados con base de cemento, el usuario no tiene que incurrir en inversiones adicionales por mantenimiento y evitará la corrosión que llega con el tiempo a los tradicionales techos de zinc o metal.

Ronald Thámez, Gerente de Mercadeo Corporativo de Plycem, dice que “el techo tipo pizarra es ideal para ser colocado en todas aquellas obras que incorporan un elegante estilo en su diseño arquitectónico, pero no deja de lado la seguridad y protección propias de esta parte de la construcción”

Aunque la forma de instalación es distinta a la de un techo de zinc o metal, es bastante sencilla. La compañía Plycem brinda

al arquitecto y maestro de obras, el acompañamiento técnico necesario, a través de asesoría técnica, guías de aplicación y un video tutorial que le trasmite el paso a paso de forma sencilla y práctica.



Plycem distribuye los techos estilo pizarra fabricados en piezas de fibrocemento, que permiten estilos más arquitectónicos.

**ARKIPLAST**  
APLICACIONES PARA LA CONSTRUCCION

Tablilla para cielo rasos  
**LAMINADOS**

(506) 2475-5111 / 2475-7696 | [www.arkiplastcr.com](http://www.arkiplastcr.com)

# PERFECT TAMBIÉN LE ENTRA A LOS ABRASIVOS

Buscando hacer diferencia en el sector de pinturas, y apostando a nuevos productos, Perfect mostró al mercado sus nuevas opciones en abrasivos con cepillos de raíz, copas y cardas.

De hecho, en las cardas, y de acuerdo con Luis Del Río Ambriz, Representante de Exportaciones de Perfect, dice que han hecho pruebas de laboratorio que demuestran la calidad de este producto.

Lo que quiere decir que difícilmente otro fabricante les llega a su calidad y rendimiento.

Y para demostrarlo, publican este estudio y prueba comparativa con otros productos similares para comprobar el desgaste final de cada uno.

MARCA	MODELO	PESO INICIAL	PESO FINAL	DURACION	DESGASTE DE CARDA	NUMERO DE CARDAS DE LA COMPETENCIA PARA IGUALAR EL RENDIMIENTO DE PERFECT
Perfect	100106	842 gr	746 gr	8 hr	86gr=11.4%	COMPETENCIA
CHINA	106	915 gr	405 gr	2 min 50"	500gr=54.6%	160 CARDAS
ESPAÑOLA	106	593 gr	586 gr	2 hr	262gr=44%	1.8 CARDAS
CHINA	106	595 gr	586 gr	2 hr	133gr=22.3%	2.87 CARDAS

En esta prueba se puede ver el desgaste final que tuvo cada una de las cardas de distintos fabricantes



# Estados FINANCIEROS RETOCADOS

Aunque ya no debería suceder, seguimos viendo empresas públicas y privadas que sorprenden con voluminosas pérdidas, que las colocan al borde del abismo.

Esas organizaciones, hasta poco antes de conocerse su situación financiera, se mostraban como muy estables y prósperas. Muchos somos los que nos preguntamos: **¿cómo pudo pasar eso cuando parecían organizaciones de gran solidez?**

Tal era la mentida fortaleza que, hasta el último momento, los ejecutivos alquilaban helicóptero para ir a las playas los fines de semana. Mientras tanto, los auditores internos encargados de controlar los gastos, no se daban cuenta de lo que estaba pasando dentro de la organización.

## Estados Financieros ignorados; contabilidad menospreciada

Retocar los **estados financieros** se ha convertido en una práctica corriente. Es tan evidente que son pocos los que creen en la veracidad de los mismos, aunque se encuentren auditados. La llamada **fe pública**, que ofrecen las empresas de auditoría, comienza a ser cuestionada. Los monumentales escándalos de Enron, Worldcom y otros que hicieron noticia a nivel mundial, han sido la causa notoria y contundente.

Por lo general, ese tipo de desfachatez, en los entes públicos, se esconde.

En las empresas privadas parece que no le interesan a nadie, mientras siga el baile. Como la gran mayoría de las empresas de nuestros países son **familiares**, el asunto termina quedando siempre “en familia”.

La contabilidad y la interpretación de los estados financieros son un tema poco conocido y menos estudiado. Cuando se incluye en los estados financieros **activos intangibles, gastos diferidos, derivados financieros** que generan ganancias, son pocos los que pueden interpretar lo que ello significa.

Son muchos menos los que se toman la molestia de leer o consultar lo que significan esos términos financiero-contables. La contabilidad ha sido siempre un tema mirado en menos. Cuando se menciona con altos ejecutivos un tema contable, ellos dicen de inmediato, con prepotente tono: **“eso es cosa del contador”**. Lo dicen como si se tratara de algo como recoger la basura de la oficina.

Cuando la empresa parece estar justo al borde del precipicio financiero – quiebra – no creo que tomen tan a la ligera los asuntos contables.

## Inversionistas desconfiados

Las proyecciones financieras erróneas, malintencionadas o no, son las que han incrementado la **desconfianza** de los inversionistas privados. Son también responsables de la desconfianza e incredulidad, los políticos que administran la cosa pública.

El drama del comercio y la industria es que, sin inversionistas desconfiados no hay ni empresas, ni crecimiento de las mismas. Si la inversión la solicita una empresa pequeña, de inmediato se les niega. Y los inversionistas tienen razón, porque muchas empresas pequeñas y medianas ni siquiera tienen estados financieros que mostrar.

**Los gerentes tienen que “gerenciar”, los auditores “auditar”.**


Las empresas las tienen que administrar, para que prosperen y no caigan en insolvencia, la junta directiva, los gerentes. Los auditores internos, en especial, tienen que controlar y alertar sobre las prácticas incorrectas de cualquier funcionario.

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



# Canal de abrasivos

# TOMA FUERZA



Si el uso de herramientas eléctricas en el país es uno de los más altos de la zona, es lógico pensar que la parte de abrasivos, sobre todo en discos, debe ser similar o consecuente. En este momento, abrasivos, tomando en cuenta lijas, en sus diversas presentaciones, oscila más o menos el 11% del total de inventario.

Incluso muchas ferreterías cuentan ya con más de una pared de exhibición para esta línea de productos.

Áreas como la metalmecánica (últimamente en un auge mayor), área automotriz, sector mueblero, construcción, soldadura, y la infaltable rama industrial, siguen comandando el consumo de abrasivos en el país.

Mirko Landivar, Representante de Klingspor dice que ninguna marca de abrasivos es igual a otra y que cada disco varía en la tecnología que lo respalda. "Lo importante es que el ferretero conozca qué está vendiendo, las capacidades de los productos, si quiere aumentar su venta".

Ahora bien, quién está ganando la partida en el mercado, en cuanto a discos y lijas por ejemplo. Aquí es como quien dice, quien tenga más juguetes que le hablen al usuario, está ganando más pastel del mercado, sobre todo cuando éste se encuentra en un negocio de autoservicio y no cuenta con asesor a la mano.

Entiéndase por juguetes que el usuario cuenta con "habladores" o material de consulta para cada producto. Ejemplo, que el comprador con solo acercarse al disco ya sepa que es ultrarápido y de alto desempeño, así como el máximo de revoluciones a las que puede ser usado.

## Mercado mundial

Las perspectivas de crecimiento para los próximos años del mercado de discos abrasivos, lijas y discos de diamante que pertenecen a la gran familia de abrasivos es sorprendente.

Según los últimos indicadores del estudio realizado por el sitio web especializado en reportes industriales Reportlinker, el tamaño del mercado de abrasivos a nivel global es de 38.2 mil millones de dólares. La tasa de crecimiento anual desde 2010 indica que la categoría de abrasivos crecerá 5.9% anual a nivel global.

Quizás uno de los puntos más destacados y de ninguna manera sorprende es el crecimiento y participación de China dentro del mercado global. De todo el crecimiento global de la categoría, China contribuye con 2/3 partes de ese crecimiento.

Como contraste, los mercados más desarrollados como Estados Unidos, Alemania, Japón y el Reino Unido han crecido tan solo un 1% en los últimos tres años, y su perspectiva de crecimiento es negativa para los próximos 4 años según el estudio. Sin embargo, el mayor poder adquisitivo de estos países hace que la gente gaste más dinero en bienes de consumo, lo cual puede equilibrar el crecimiento de la categoría.

Por otro lado, los mercados de mayor crecimiento han sido y continuarán siendo China, la Región Asia/Pacífico, África y el Medio Oriente, Europa Oriental y Latinoamérica. China, asimismo, es actualmente el mercado más grande de la categoría abrasivos del mundo superando a los Estados Unidos.

Latinoamérica con su nivel de inversión en construcción y en grandes obras sigue situándose como una de las regiones más atractivas y de mayor potencial de desarrollo a nivel mundial durante los próximos años.

## A tomar en cuenta

¿Qué pasa cuando un disco abrasivo de mediana o baja calidad topa con una herramienta eléctrica de alto rendimiento? De inmediato, el desempeño del disco se ve expuesto a un fiasco. O sea mucha máquina para el disco... Y si fuera al revés, quizás la potencia ni las revoluciones de la máquina pudieran ni siquiera llegarle a la mitad del desempeño del disco.

Otro factor son las revoluciones a las que se pueden someter los discos. Los de 9" a 6 mil y los de 4 1/2" de 10 a 12 mil revoluciones.

El rendimiento del disco, igualmente, va a estar supeditado a la máquina que tenga. Una máquina muy mala, por mejor que sea el disco, siempre lo hará lucir deficiente.

A mayor número de cortes y a más remoción de material, el disco es de mayor rendimiento.

Un disco de alto rendimiento, le permite al usuario ser más eficiente, pues incurre en tener que cambiar menos veces el disco por efecto de desgaste. Una máquina mala, por más bueno que sea el disco, hace que éste sea malo.

El aspecto de seguridad tampoco puede quedar de lado y en este factor los discos de calidad deben ser certificados al menos por OSA (certificación europea) y tener fecha de vencimiento.

Los discos no se pueden usar vencidos, pues pierden sus cualidades y calidad.

Para mantener un disco en buenas condiciones hay que evitar que tenga contacto con la humedad, además que cuando se almacenan, como en el caso de las ferreterías, se deben estibar de forma horizontal.



## Innovaciones mundiales en abrasivos

- En Revista Fierros de Colombia, afirman que muchos fabricantes le han apostado a migrar de los óxidos de aluminio convencionales a materiales con mejores resultados en resistencia, durabilidad y mucha más facilidad de manejo en superficies de difícil retoque. La definición que ofrece este producto da como resultado un abrasivo más filoso.

- En el mercado de las lijas, gran parte de empresas fabricantes están innovando y creando productos con cubiertas especiales para garantizar mejores acabados en el trabajo de superficies como masillas, pinturas y barnices.

- Discos de corte súper fino de óptimo rendimiento, libre de quema, que reducen material llamado mineral cerámico, que básicamente es una tecnología que reduce hasta en un 25 por ciento el esfuerzo mecánico.

- Discos multicorte, que permiten el corte hasta de seis materiales (acero, acero inoxidable, PVC, aluminio, azulejos y piedras).

Estos productos buscan brindar al usuario un mayor costo - beneficio, es decir, aumento de productividad y aumento en duración de la herramienta, mejores resultados en presentación, optimización de procesos (dos productos por uno, desbaste y acabado en un mismo producto, entre otros).

# Fandeli: ESPECIALISTAS EN LIJADO

De la mano de Reposa en el país, Fandeli mueve todo su arsenal de productos en el mercado, basados en propuestas novedosas de producto y de exhibición.

Por Reposa



Marco Lechuga, Gerente Regional Fandeli y Eugenio Solano, Gerente de Servicio y Post Venta, de Reposa, muestran parte de la amplitud y variedad de líneas que tiene la marca en el mercado.

Fandeli y Reposa están enfocados en tomar mucho más fuerza en el canal ferretero, gracias a la innovación constante de productos y al reforzamiento de la exhibición con áreas más profesionales que invitan a los clientes de los ferreteros a entrar en el mundo profesional del lijado.

Marco Lechuga, Gerente Regional de Fandeli, está en el país para dar mayor soporte a la marca, para asesorar y capacitar a los ferreteros sobre las diferentes alternativas y alcance de los productos.

“Hoy Fandeli gana en el mercado, con respecto a otras marcas, gracias a la profundidad de línea y familias de producto. Por ejemplo, uno de las más importantes, son los pliegos de lija para agua, orientado al sector automotriz y a la metalmecánica”, dice Lechuga.

Enfatiza que también cuentan con la lija en rollo que está enfocada al sector de la madera.

“Hoy los clientes nos eligen por la calidad, y porque tenemos, a diferencia de los competidores, productos que funcionan y son eficientes en todos

los mercados, y el nivel de rendimiento es cada vez superior. Nuestros estándares de fabricación hacen que los productos tengan alto desempeño en todos los mercados”.

Actualmente, Fandeli cuenta con un catálogo que alberga más de 22 familias diferentes de productos, con más de 18 mil códigos. “Esto nos da la ventaja de atender las múltiples necesidades de la amplia gama de clientes y especialistas”.

## Doble crecimiento

Fandeli acompaña a los profesionales en áreas como el repintado automotriz, la industria del vidrio, el cuero, madera. “Prácticamente, abarcamos todos los nichos de mercado, en los que se requiere dar acabados profesionales”, dice Lechuga.

Para Fandeli y Reposa, el factor innovación es número uno, y por eso es que ambas empresas han empezado a migrar a nuevas categorías de producto, que les ha ido marcando el mercado comercial y ferretero.

“Actualmente, estamos lanzando la línea de “masking tape”, en todas las medidas que el mercado requiere y que es ya muy usada por pintores, para uso arquitectónico y uso general, y repintado automotriz”.

La presencia de Marco Lechuga en el mercado, es para fortalecer las diferentes líneas y dar soporte a la marca y a los clientes centroamericanos.

“Ya tenemos cerca de 30 años de atender este mercado de Centroamérica, y es un área muy importante para la compañía. Queremos seguir creciendo, y sabemos que tenemos mucho potencial para seguir con nuestra estrategia de liderazgo”.

El crecimiento de Fandeli tanto en Centroamérica como en Costa Rica, en los últimos 5 años, ha sido más del doble, y con la presencia de Lechuga en el país, la empresa busca detectar otros nichos de mercado y apostarles con fuerza. Fandeli es fábrica de origen mexicano y cuenta con una experiencia de 90 años en el mercado, con presencia a nivel mundial.

# FANDELI®



## En Lijas... es la marca!

FANDELI es la marca comercial de Fábrica Nacional de Lija, S.A. de C.V., la primera y más grande productora de abrasivos revestidos en México y Latinoamérica, con más de 85 años de historia.



### Portafolio de soluciones integrales

La calidad de nuestros procesos cumple con los estándares ISO 9001:2008, garantizando la eficiencia de nuestros productos en tareas de desbaste, corte, lijado y acabado de diferentes materiales.

**Industrias:** metalmecánica, maderera, automotriz, tenería, plástico y hule, vidrio y cerámica, entre muchas otras.

**Materiales:** metales ferrosos y no ferrosos, acero inoxidable, aleaciones, maderas, aglomerados, plásticos, hule, fibra de vidrio, cuero, vidrio, mármol, textiles, etc.

**Productos:** hojas, rollos, bandas, discos de lija, discos de corte y desbaste, cepillos radiales, puntas montadas, discos diamantados, almohadillas, especialidades, etc.

**Abrasivos:** carburo de silicio, alúmina zirconia, óxido de aluminio blanco, premium y café, esmeril y cerámicos.

Distribuido por:  
**REPOSA**  
Distribuidora

Tel: +506.2272.9020  
Fax: +506.2272.1693  
Email: [info@reposa.cr](mailto:info@reposa.cr)  
Web: [www.disreposa.com](http://www.disreposa.com)

 Distribuidora  
REPOSA



# Metabo potencia SUS ABRASIVOS

El traje a la medida para las herramientas eléctricas de Metabo, son indudablemente sus discos abrasivos, y para los que según Cedrik Cartín, Gerente de Ventas Regional para el Sector Ferretero de Capris, éstos son altamente consecuentes con la calidad de la marca.

Por Capris



La innovación y la profundidad de líneas, son dos factores que Metabo inyecta a sus productos abrasivos.

## - ¿Cuál ha sido la tendencia y evolución en general de los abrasivos Metabo?

- Metabo es una marca que se caracteriza por la constante innovación y lanzamiento de líneas nuevas de productos, esto ha permitido introducir al mercado algunas líneas de abrasivos con diferentes tipos aplicaciones que permiten al sector tener más y mejores formas de agilizar sus procesos. Cerca de 9 tipos de discos abrasivos se han introducido al mercado en el último año, para agilizar el trabajo de los usuarios.

## - ¿Si hablamos de discos de corte el ferretero busca rapidez y en desbaste eficiencia, en qué discos Metabo se cumplen estos dos beneficios? ¿Qué tipo de tecnología incorporan estos discos?

- Metabo tiene la tecnología y avances que ninguna marca tiene con el disco de corte M-Calibur, este disco de está hecho a base de cerámica, base que logra dos cosas:

1- Velocidad de corte totalmente avanzada y tremendamente rápida.

2- Durabilidad del disco: su base de cerámica le da una vida útil al disco abrasivo como ningún disco del mercado, esto implica una vida útil de casi el 90% más que cualquier disco del mercado.

## Portafolio

### - ¿En qué gana Metabo a otras tecnologías del mercado y la competencia?

- Muy claramente en tecnología e innovación, en productos que elevan su rendimiento y vida útil versus el resto de marcas del mercado, su variedad de portafolio y la gran gama de productos para los diferentes tipos de aplicaciones.

### - ¿Se adaptan otros tipos de abrasivos a las herramientas eléctricas Metabo... Es recomendable?

- Podría trabajarse con cualquier marca del mercado en cualquier herramienta Metabo, pero su efectivo rendimiento y eficiencia podría mostrarse en la debida mezcla de herramienta y abrasivo correcto, para lograr un rendimiento diferenciado y mejor resultado de aplicación, esto se logra sólo con la aplicación de innovación y avance que Metabo da a sus clientes, con el debido mix de herramienta y consumible.

### - ¿Actualmente, cuál es la profundidad de línea que maneja Metabo para Discos Abrasivos?

- Con un portafolio dividido en 5 grandes familias de discos según aplicación ya sea corte y desbaste. Metabo ofrece cualquier tipo de disco según sea la necesidad del operario en términos de calidad, aplicación y precio.

### - Por inadecuados almacenajes, los discos pierden vida útil... ¿En el caso de Metabo, cuál es la mejor recomendación?

- Trabajar con el debido seguimiento a las fechas de caducidad de los discos, aunque en Metabo los niveles de rendimiento son mucho más rentables y duraderos que el resto de la competencia.

# ¿Cómo convertir las zonas frías DEL NEGOCIO EN CALIENTES?

En las ferreterías, hay dos tipos de espacios: las zonas calientes, donde pasan muchos clientes; y las frías, donde no llega nadie o no pasa la gente, (no es llamativo para ellos). Transformar los puntos fríos en calientes es una excelente forma de vender más y ser más productivos en el negocio.

Dentro de una tienda, el espacio se divide en zonas calientes y zonas frías. Las zonas calientes son los puntos más visitados por los clientes y suelen estar al lado de la entrada, junto a las cajas, mostradores, entre otros.

Por otra parte, las zonas frías son las áreas más alejadas de la puerta y a las que apenas llega el comprador, como detrás de las columnas, los rincones y esquinas, o puntos ciegos.

El 70% de los clientes que entran en una tienda sólo recorre las zonas calientes. Todo lo que ofrecen en las zonas frías es como si no existiera, es como si no fuese llamativo para ellos. Esto supone desaprovechar una gran parte de la superficie de la tienda.

Por lo tanto, resulta muy importante intentar transformar las zonas frías en calientes. ¿Cómo conseguirlo?

## Permanencia en la tienda

- Procurar situar la entrada a la derecha. Los clientes suelen recorrer una tienda en el sentido contrario a las agujas del reloj, por lo tanto si entran por la derecha es más probable que lleguen hasta el fondo a la izquierda y puedan ver todas las prendas o artículos.

- Si se dispone de dos puertas, usar una como entrada y otra como salida. Esto obligará a los clientes a recorrer todo el establecimiento para poder salir. También hay que tener en cuenta por ejemplo, la circulación de esa tienda, el itinerario (cajas y puertas de entrada, disposición del mobiliario).

La velocidad de circulación, (los pasillos deben facilitar una circulación fluida pudiendo acceder a todas las secciones). Tiempo de permanencia en la tienda, (depende de la velocidad con la que nos movamos en la tienda, su longitud y recorrido).

Un ejemplo claro es el caso de la tienda de España: IKEA, esta tienda está diseñada de tal forma que hay que recorrer todo el establecimiento antes de salir de la tienda, (la entrada y la salida están en polos opuestos) han puesto en el suelo rótulos y señales que indican el camino hasta la salida.

- Evite los obstáculos arquitectónicos. Las columnas, esquinas, rincones, pasillos sin salida, son zonas frías por definición. Si no hay forma de eliminarlas, hay que procurar colocar allí los productos básicos o imprescindibles.

- Refuerce las zonas frías. Puede añadir más iluminación, espejos, displays, ofertas, muestras o cualquier otro elemento que llame la atención de la clientela, (aunque solo se acerquen a mirar los productos).

También se puede poner o colocar los artículos que son de una marca menos prestigiosa cerca de los que consideremos más prestigiosa (colocar una herramienta de una marca secundaria cerca de una de una marca de prestigio). Eso podría ayudar a subir las ventas de un producto deseado.

- Mejore la señalización. Una buena rotulación de las secciones y las ofertas de la tienda siempre ayudan al cliente a recorrer el establecimiento en el orden deseado y encontrar los productos que no están a simple vista y pueden estar más escondidos y por tanto no ser llamativos.

- Tener ordenada la tienda. Intentar lograr siempre una distribución racional del punto de venta, dejar pasillos amplios, cómodos para la clientela, reponer rápidamente los lineales, instalar la iluminación adecuada... Todo esto invita a deambular más rato por la tienda, o en cualquier caso, llamará aún más la atención de la gente que irá a echar un vistazo.



Una buena rotulación de las secciones y las ofertas de la tienda siempre ayudan al cliente a recorrer el establecimiento en el orden deseado. (Fotografía con fines ilustrativos).

# IRWIN potencia sus HERRAMIENTAS

Junto con MFA Mayoreo Abonos Agro, IRWIN entra con fuerza con sus herramientas manuales, orientadas a varios grupos de profesionales, especialmente mecánicos.

Por: IRWIN



David Fonseca, del Taller Mecánico Fonseca Hermanos, está más que feliz con el rendimiento que le ofrecen las herramientas manuales IRWIN.

que atienden y reparan un promedio de 80 carros mensuales, se encuentran muy satisfechos con las herramientas IRWIN.

“Con lo que he comprobado, puedo decir que el rendimiento de las herramientas IRWIN son excelentes. Presentan una gran resistencia y desempeño al trabajo diario y me han demostrado que su calidad y materiales son de muy alto rango”, dice Fonseca, quien tiene cerca de 25 años de dedicarse a la mecánica automotriz.

## Variedad

IRWIN cuenta con mix amplio de estas herramientas, en vista de los resultados, este taller tomó la decisión de aumentar la gama que le ofrece la marca.

“Empezamos utilizando herramientas pequeñas como los alicates, como el caso de los de presión, que nos han resistido bastante. Luego incorporamos diferentes tipos de destornilladores, que son imantados y que han demostrado alta resistencia, pues no se han despuntado ni dañado. Actualmente, ya usamos juegos de cubos, juegos de rash que no me han dado ningún problema”. El mecánico afirma que decidió aliarse con IRWIN porque descubrió que era precisamente el desempeño que busca en una herramienta. “Era lo que en realidad necesitaba: una herramienta confiable, que ofreciera durabilidad, además de un buen precio y respaldo, así como una buena garantía”.

Precisamente, en términos de garantía IRWIN para sus herramientas ofrece un beneficio de por vida.

Sin ninguna duda, David dice que sin pensarlo recomendaría estas herramientas a otros mecánicos. “Como mecánico requiero herramientas que den buen rendimiento, sin preocuparse de tener que estarlas cambiando constantemente. Con tantos años de experiencia, ya hemos probado muchas marcas y no todas han cumplido con nuestros requerimientos como ha pasado con IRWIN”, asegura Fonseca.

Recientemente, la marca IRWIN incorporó en el mercado con fuerza, la gama de herramientas manuales, especialmente para profesionales en mecánica automotriz.

Y para asegurarse mayor fuerza en el canal ferretero, va de la mano de MFA Mayoreo Abonos Agro.

IRWIN, para este rubro cuenta con una alta profundidad de línea que va desde llaves corofijas y destornilladores, hasta los cubos más utilizados por la industria de la mecánica automotriz.

Así por ejemplo, David Fonseca del Taller Mecánico Fonseca Hermanos, ubicado en Sabana Sur, en Calle Morenos, empresa donde ya probaron las herramientas IRWIN, y que cuentan con más de 42 años de fundados y



**IRWIN**  
TOOLS®

A OTRO NIVEL

**EN MECANICA...  
SOMOS LOS  
PROFESIONALES**

**ENCUENTRA LA LINEA  
MAS COMPLETA DE  
PRODUCTOS EN:**



**MFA**

Mayoreo Abonos Agro

Teléfono: 2211-5000

servicioalclientemfa@mfaabonosagro.com

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

# Hoggan con **NOTA ALTA EN INNOVACIÓN**

Las compañías no pueden permanecer estáticas, siempre con los mismos productos porque la competencia se las podría llevar en banda... Esto se lo saben casi al dedillo, en Hoggan Internacional, pues le apuestan con fuerza a productos en la línea hogar, y no solamente a los closets con los que han creado ya mucha fama en el mercado.



**Carlos Arias, del Área de Mercadeo de Hoggan Internacional, presenta las nuevas macetas ideales para barandas y balcones.**

Carlos Arias, del Área de Mercadeo de la empresa, dice que la idea es ir dando a los clientes la posibilidad de ir creciendo con ellos en líneas nuevas de producto.

Casualmente uno de los productos que han introducido con buen suceso, son las macetas ideales para colocar en barandas de balcones e incluso escaleras.

"Ahora, que están muy de moda y en franco crecimiento las viviendas verticales, estas macetas son ideales para colocar en las barandas de los balcones. Una de las ventajas es que no ocupan ni demandan mucho espacio, sobre todo porque a veces estos balcones son pequeños", asegura Arias.

Las macetas vienen en varios colores: blanco, verde, fucsia, negro y beige oscuro, y con polímeros especiales con filtro UV, por lo que no decoloran ni pierden su resistencia.

Asegura que ya varios ferreteros que cuentan con viveros, las están comercializando.

Estas macetas son importadas de Portugal

## Más estética

Otra de las "sensaciones" que la empresa trajo al mercado, son los pisos de WPC, un compuesto de madera en polvo con PVC, armables o modulares de alto tránsito de personas, ideal para terrazas, senderos, ranchos, corredores y todo tipo de estancias con superficies planas y son antideslizantes.

Vienen en colores: piedra (gris), caoba, expreso (café oscuro). Igualmente, son resistentes a los rayos solares, pues tienen filtro UV, no decoloran, son fáciles de armar, no requieren de herramientas especiales, fáciles de limpiar, reducen hasta en un 30% la sensación térmica y la empresa tiene también a disposición los esquineros y terminales para un mejor acabado. Y vienen en cajas de 1 metro cuadrado.

"Hay clientes que los han ubicados en zonas como piscinas y otras estancias, pues son muy versátiles", asegura Arias.

Arias agrega que esta es una forma de innovar aposentos, de lograr que se vean diferentes, de darles otra estética.



**El nuevo piso que ya está en el mercado, ideal para zonas como ranchos, terrazas, corredores, caminos, entre otras áreas.**



José David Ulloa asegura que “el secreto de los negocios exitosos está en generar experiencias con el cliente que éste no pueda olvidar”.

# Actitud de servicio: **EL SECRETO DE LOS NEGOCIOS EXITOSOS**

Por MSc. José David Ulloa Soto  
Consultor en Marketing y Ventas  
E-mail: jdavidulloa@gmail.com

Desde los primeros cinco minutos en los que inicio un seminario sobre “Servicio al Cliente”, siempre realizó la siguiente pregunta: ¿mencionen el nombre de 5 empresas que les han brindado un servicio al cliente excepcional? Debo confesar que en decenas de seminarios nunca me he topado con una persona que pase de brindarme dos o tres ejemplos concretos de empresas que realmente lo brindan.

Se habla mucho sobre servicio al cliente, existen cientos de seminarios relacionados con el tema y la gran mayoría de las personas reconocen su importancia al hablar de ello, pero pocas veces esto es una práctica empleada a cabalidad en la realidad.

Aunque usted no lo crea, sea cual sea su negocio, usted está en el área de los servicios. Aunque usted venda clavos, usted está en el negocio de: “El servicio de la venta de clavos”.

¿Hasta cuándo le va a brindar la importancia a este tema en su negocio? Si usted es de los que está pensando que en su negocio si se brinda un buen servicio, le pregunto lo siguiente: ¿tiene usted en su empresa políticas de servicio al cliente por escrito, y todo su personal las conoce y practica intensamente, o en su empresa también se improvisa el servicio? Me permito brindarle un hecho espeluznante: ¿sabía que las empresas que tienen alta rotación de personal generalmente brindan a la vez un mal servicio al cliente externo? Le vuelvo a preguntar: ¿su empresa cómo está en rotación de personal?

La cruel verdad es que la gran mayoría de las empresas no otorgan a sus clientes el servicio que creen brindar. Crean que estableciendo algunos rótulos y frases de servicio en los pasillos sobre el tema, ya se ha resuelto la situación. La actitud y filosofía de servicio se debe compartir y educar en la empresa desde una perspectiva más holística. TODOS deben vivir este concepto para que se pueda reflejar en el cliente externo.

## Compromiso

Por un lado, el staff se debe comprometer con el ejemplo, brindando servicio a sus colaboradores y por otra parte, al resto de la organización

se le debe de instruir en cuanto a técnicas de servicio que les ayuden a proyectar efectivamente este mensaje a sus clientes externos.

La actitud de servicio se debe inculcar en toda persona para cualquier ámbito de la vida. Pero si nos limitamos a hablar de negocios, me limitaría a decir que el servicio es “RENTABLE, MUY RENTABLE”.

La buena noticia que puedo mencionar es que instaurar una cultura de servicio en su empresa es realizable, se puede desarrollar; pero eso sí, seamos honestos, los cambios no pueden darse de un día para otro. Para esto se requiere diligencia, paciencia y un verdadero compromiso por parte de toda la organización. Esto traerá grandes resultados en el largo plazo.

El secreto de los negocios exitosos está en generar experiencias con el cliente que éste no pueda olvidar y eso se construye brindando un servicio superior. La actitud de servicio es la mejor ventaja competitiva que su negocio debería considerar como parte de su estrategia. Si usted brinda realmente un servicio excepcional, usted se aleja de entrar en guerras de precios y además el cliente lo recompensará. ¡Se lo aseguro!

# ¡Se ganaron el cielo

## CON LA TABLILLA!

En San Ramón de Alajuela, hay una empresa que está haciendo verdaderos estragos en ventas con la tablilla de PVC para cielorraso, apelando a la variedad de colores, rapidez de entrega y sobre todo a los componentes que conforman su marca.

Santiago, San Ramón.- Si en el sector se decía que el mercado de la tablilla de PVC para cielorraso y paredes era de “fiera competencia”, cuando hicimos una visita a este poblado ramonense, lo terminamos de comprobar. Situada en esa localidad, está Eco Cielos, una empresa que además de dedicarse a la construcción, venta de acabados, comercializa con fuerza este producto, precisamente bajo la marca Eco Cielos.

Robert Rodríguez, Gerente de Eco Cielos, asegura que de momento están importando más de 35 contenedores por año, lo que ha hecho que puedan darle respaldo de inventario a los clientes. “Ya la vendemos en varias ferreterías, e incluso para algunos clientes se les vende hasta personalizada”, dice Rodríguez.

Igualmente, dice que la comercializan al detalle y en proyectos constructivos.

Eco Cielos cuenta con más de 15 estilos y colores diferentes y advierte que cuentan con algunas diferencias con respecto a la competencia, “pues nuestra tablilla tiene, además de todos sus componentes un 50% de PVC y en 20 y 25 cm de ancho, y tenemos estilos únicos”, asegura Robert.

### Inventario fuerte

Dice que además de contar con inventario en San Ramón, también poseen una bodega en Alajuela, lo que les permite moverse con más rapidez con los pedidos.

“Tenemos clientes en varias partes del país. Entregamos tablilla en Guanacaste y en Pérez Zeledón, y por lo que hemos sondeado en el mercado, también tenemos un precio muy competitivo”, asegura.

Para manejar la variedad de estilos, y ofrecer un precio competitivo, asegura que cuentan con dos proveedores del producto: uno que está en China y otro en Brasil, lo que les permite manejar con más acierto los tiempos de respuesta hacia los clientes y controlar con eficiencia los tiempos de los pedidos.

Y sobre la calidad, dicen que tienen más que conocidos a sus fabricantes, y ya han viajado varias veces tanto a Brasil como a China, para conocer los procesos y constatar la estandarización.



Robert Rodríguez, Gerente de Eco Cielos, muestra parte del inventario que manejan en una de sus bodegas en San Ramón.



Robert Rodríguez, Gerente de Eco Cielos, dice que desde hace 4 años importan la tablilla de PVC con muy buen suceso en el mercado. Lo acompañan Andrea Zúñiga, Administradora y Luis Fernando Mora, Vendedor.

# Mayoristas y fabricantes **INTERNACIONALES SEDUCEN A TICOS**

La Expo Nacional Ferretera de México, una feria de más de 50 mil visitantes, atrajo a empresarios ticos que buscaban nuevas negociaciones y afianzar las ya existentes con sus fabricantes.

Guadalajara, México.- Por cualquiera de los pasillos por los que se pasara, se hacía fácil toparse con empresarios ferreteros ticos que buscaban encontrar negociaciones ventajosas e iniciar en Costa Rica, nuevas propuestas de distribución.

igualmente, nos encontramos con empresarios mexicanos que esperan visitar la Expoferretera 2017 para establecer alianzas que les permitan conquistar el mercado centroamericano.

Estos fueron algunos de los integrantes de la ferretería que pudimos contactar en esta feria:



Geovanny Herrera (derecha), de Aceros Abonos Agro, aprovechó la visita a esta feria para sentarse a negociar con personeros asiáticos.



Jaime Rosso de Coflex, un conocido del mercado tico, afirma que la empresa estará nuevamente en Expoferretera mostrando el arsenal de productos nuevos.



Mirko Landivar y Olaf Ter Jung, de Klingspor, asegura que la marca sigue creciendo fuerte y que pronto habrá sorpresas para el mercado tico.



Juan Gamaliel García (derecha) de Grupo QEP, estuvo haciendo negocios. De hecho, está a punto de cerrar una alianza con una empresa costarricense.



Persis Rivera, Sergio González y Guillermo Ayerdis (derecha), de Orgill Inc., estuvieron compartiendo con Cristian Sequeira y Marco Hernández de Transfesa.



Javier Velásquez, conocido ferretero, también estuvo sentado en las mesas de negociación del mercado asiático.



La gente de Carbones Avante se mostró muy optimista con los resultados obtenidos en la feria que participaron en Costa Rica, y anunciaron su interés de regresar y encontrar un distribuidor que represente sus productos.



Jorge Sackmann (derecha), Representante de Truper para Costa Rica, también estuvo en la feria. Lo acompaña Alfredo De St Malo.



Rafael Vargas, Gerente General y Michael Guido, de Importaciones Vega, se dieron una vuelta por Guadalajara y aprovecharon para visitar sus proveedores.



Las novedades tampoco faltaron en esta feria.

**Expositores  
Expoferretera  
2016**

IMPORTACIONES  
**VEGA**  
LA RESPUESTA DEL FERRETERO

**AVELEC**

**TORNICENTRO**

**CANET**

**Corporación SYS**

**AVANTE**  
www.carboras-avante.com

**Expositores  
internacionales**



**VIDA**  
Eastyida  
Eastyida International Exhibition

Expositores  
confirmados  
al 29 de  
setiembre, 2016

# expo FERRETERA

*su herramienta de negocios*

**Su oportunidad de ganar...**

**Gane contactos, gane experiencias, gane oportunidades....**

**El encuentro ferretero más importante de la región.**

**Encuentre productos nuevos y actualícese.**

**26 al 28 de Mayo, 2017**  
**Eventos Pedregal, Costa Rica**

**Adquiera su entrada aquí**  
**[www.expoferretera.com](http://www.expoferretera.com)**

**Reserve su stand: Marco Verdesia**  
**Cel.: (506) 7014-3611 • Tel Oficina.: (506) 4001-6726**  
**[marco@ekaconsultores.com](mailto:marco@ekaconsultores.com)**



#### **Temática del año**

Todos los años Expoferretera escoge un tema para ofrecer un ambiente diferente. En esta ocasión los expositores lo recibirán con actividades y sorpresas con la temática de "Casino"





Organiza



tuercas y tornillos

LA REVISTA FERRETERA

# Expoferretera

# SE RENUEVA

La visita de conferencistas internacionales dará realce a la feria este año. Para el primer día, Antonio Valls, Consultor Internacional y Experto en Ferretería, impartirá una charla para ferreteros y compradores.



**Antonio Valls, Consultor y Conferencista Internacional en Ferretería, confirmó su presencia en Expoferretera. El Experto impartirá una charla dirigida a compradores, administradores y dueños de ferretería.**

España.- Ya está más que confirmado el conferencista español, gurú y experto en ferretería mundial, Antonio Valls, para impartir una charla el primer día de la feria, en Eventos Pedregal.

Valls en sus viajes por todo el mundo, ha asesorado a muchos ferreteros sobre temas como: administración del punto de venta, cómo hacer más eficiente al personal, cómo comprar mejor para vender más, cómo sacar mayor provecho a las zonas calientes en el negocio, cómo resolver con efectividad, los problemas que se presentan en el día a día en la ferretería, y cómo ejecutar cambios en la tienda para atraer a más clientes.

Esta charla estaría dirigida a dueños de ferretería, administradores y compradores, con el fin de que puedan llevarse un alto valor agregado de la feria, y posteriormente, puedan aplicar los conocimientos en los negocios.

De hecho, la organización realiza esfuerzos para favorecer a una de las ferreterías asistentes con una asesoría para el negocio, de parte de este conferencista y asesor internacional.



### Más empresas

Por otro lado, más empresas se siguen sumando a Expoferretera. En este mes, ya confirmaron su presencia en la Expo: Avelec, Carbones Avante de México, Canet, Icecsa y la delegación de Pekín.

Carlos Reyes, Gerente General de Avelec, mencionó que para este año se preparan con fuerza, gracias a la incorporación de marcas nuevas como una línea de hieleras en varios diseños y tamaños, así como otros productos más.

**Avelec confirmó su participación en Expoferretera 2017.**

# Riesgos de utilizar concreto MEZCLADO EN CARRETILLOS

Por: Ing. Geovanny  
Martínez G.  
Ingeniero de Proyectos  
ADECA

El concreto es el principal componente de los elementos estructurales de las viviendas y edificaciones en general, que construimos en nuestro país y a nivel mundial. Sin embargo, dada su relativa facilidad de preparación, comúnmente vemos malas prácticas a la hora de mezclarlo, lo que puede comprometer la estructura en un futuro.



Hacer la mezcla de agregados gruesos (piedra) con agregados finos (arena) con cemento y agua para obtener concreto parece ser algo muy sencillo en apariencia, y la realidad es que hay una creencia errónea de que hacer concreto es seguir una receta como si estuviéramos haciendo un pastel; pero es todo lo contrario, preparar concreto requiere tomar en cuenta una gran cantidad de variables que van desde la fuente de donde provienen los agregados, hasta seleccionar el tipo de cemento según el uso que se requiera.

De hecho, existe toda una normativa internacional que está recopilada en libros del Instituto Americano del Concreto (American Concrete Institute, ACI).

## Baja calidad

Estudios recientes hechos por el Colegio Federado de Ingenieros y Arquitectos de Costa Rica, demuestran que preparar la mezcla manualmente en carretillos produce concretos de muy baja calidad. La principal razón es que los agregados y el cemento son difíciles de mezclar por sí mismos, por lo que se les agrega mucha agua para “suavizar” la mezcla, que es el principal error que se comete al preparar concreto en obra.

Según el ACI, el contenido de agua y cemento en la mezcla (relación agua/cemento) está estandarizada para el tipo de concreto y las condiciones en que se hará la mezcla, por lo tanto, al agregar más agua de la cuenta, se

altera esta relación y la resistencia obtenida será mucho menor a la deseada.

En general; la mejor recomendación siempre que sea posible, es utilizar concreto premezclado en concretera, que tiene las condiciones óptimas y siguiendo todas las normas y estándares de calidad para preparar concreto.

En caso de que no se pueda utilizar concreto premezclado, por razones de volumen requerido, costo o ubicación del proyecto; la mejor recomendación es utilizar una batidora (mezcladora) y consultar con el ingeniero responsable de la obra la dosificación de la mezcla; teniendo siempre en cuenta de que en caso de que se necesite “suavizar” la mezcla, nunca se debe agregar más agua de la necesaria. En estos casos lo más recomendable es utilizar fluidificantes, que son aditivos especiales que hacen la mezcla más trabajable (“suave”, como se le conoce popularmente) y al mismo tiempo, aumentan la resistencia del concreto sin afectar la relación agua/cemento, con lo que podremos obtener concretos de buena calidad que garantizarán que la estructura trabaje adecuadamente para las cargas que fue diseñada.



# Intrep Costa Rica entra fuerte **CON ZWALUW HIGH TACK**

Por Intrep Costa Rica

Desde que inició operaciones en el país en el 2013, representando y distribuyendo los productos del grupo Den Braven; Intrep Costa Rica busca hacer diferencia en la construcción y la Industria, brindando selladores y adhesivos de alto desempeño para las diferentes necesidades del mercado.

## Producto comprobado

Una de las empresas que ya utiliza este producto en el país y que puede dar fe de su desempeño, es Divisio, especializados en remodelación de oficinas y oferentes de Divisio System, sistema utilizado para realizar paredes livianas internas y particiones de baños.

En Divisio, indican que eligieron trabajar con Zwaluw High Tack porque les ayuda a disminuir los tiempos de instalación gracias a sus propiedades de alta adherencia, agarre inicial y rápido curado, logrando realizar sus trabajos de instalación de particiones en menor tiempo, garantizando una mayor satisfacción de sus clientes. Divisio recomienda el Zwaluw High Tack a otras empresas del sector o relacionadas.



Zwaluw High Tack, adhesivo elástico de alto agarre inicial.

Yennin Meléndez, Gerente General, comenta que Intrep Costa Rica ha tenido muy buena aceptación en el país, en especial con su producto Zwaluw High Tack, que es un adhesivo elástico de alto agarre inicial, libre de solventes, siliconas y con una alta resistencia final. Menciona que Zwaluw High Tack se adhiere a la mayoría de los materiales de construcción permitiéndonos pegar piezas pesadas sin utilizar soportes.

Divisio. Tel: (506) 2215-1311  
Intrep. Tel: (506) 2239-2767

# Lafarge Holcim anuncia **NUEVAS DESINVERSIONES**



Fotografía con fines ilustrativos

**Chile.-** La compañía franco suiza se embarcó en un proceso de venta de sus inversiones en varios países. En Chile operan en Polpaico, compañía que ya habría tenido acercamientos con empresas interesadas. En estos meses han circulado con cada alza y baja de la acción, varios rumores, específicamente respecto

a lo que pasará con la propiedad de la compañía, controlada por Lafarge Holcim, francesa y suiza que se fusionaron a mediados del año 2015.

Y los rumores pareciera que algo de asidero tienen. **El presidente del grupo a nivel internacional, Beat Hess, señaló que la mayor cementera del mundo, está considerando retirarse de varios mercados** como parte de sus esfuerzos por volver exitosa la fusión del año pasado. De hecho, indicó que es seguro que estarán en menos países de aquí a fines de 2017.

El grupo genera el 80% de sus resultados operativos antes de impuestos, depreciación y amortización en 25 países. ¿El resto? Dijo que en otros 25 tendrían que fortalecer sus operaciones para conseguir mejores resultados o, definitivamente vender. Y hay otros 40 países donde están pensando de frentón salirse.

Fuente: [www.t13.cl/](http://www.t13.cl/)

# Alza del dólar “pega” **A LA CONSTRUCCIÓN**



Fotografía con fines ilustrativos

**México.-** Gracias a la volatilidad del dólar y el incremento en el precio de los energéticos, los costos de los insumos de la construcción han aumentado hasta un 33%, impactando los costos finales de las obras de construcción.

El presidente de la Sociedad Mexicana de Ingenieros (SMI) en el Estado, José Marcos Matus, externó que al aumentar el precio del acero se disparan los costos de las estructuras, varilla, alambrión y demás.

“En nuestras cotizaciones de cada concepto, se desglosan los materiales, herramienta y mano de obra, por lo que nos pega la devaluación e inflación

de manera terrible en los costos directos e indirectos”, apuntó el dirigente.

Todo lo que es de importación y al ubicarse el dólar por encima de los 20 pesos, andan en un 33 por ciento de incremento aproximado en los costos”, manifestó.

De igual manera, externó que los constantes aumentos a la gasolina Magna y Premium en el país, han tenido un impacto considerable sobre los precios de los materiales de construcción, aunado al aumento en la cotización del dólar frente al peso mexicano.

Sostuvo que los productos derivados del cemento, plásticos, el acero y PVC son los que presentan una variación importante, dado que son de importación y representan un gasto extra en transportación.

“Los tubos de PVC, las herramientas eléctricas, son de importación, así que desde que subió el dólar todo aumentó”, manifestó.

Fuente: [imparcialoaxaca.mx](http://imparcialoaxaca.mx)



# Soy

**EAGLE**  
CENTROAMERICANA

**Calidad**  
garantizada



Plata **NOM-ANCO**

Producto certificado

Con más de 35 años  
fabricando soluciones  
eléctricas con respaldo.

Tel: (506) 2261-1515  
Fax: (506) 2237-8759  
Zona Industrial Z, La Valencia  
Heredia, Costa Rica

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

Eagle Centroamericana



**Disco**  
de corte inoxidable en  
caja metálica.



**Disco**  
de cerámica 115 X 1.6  
X 22.23 mm. Metabo.  
M-Calibur.



**Disco**  
de cerámica. 125 X 1.6  
X 22.23 mm. Metabo.  
M-Calibur.



**Disco**  
de corte para acero recto  
A 36-T-BF/41. Metabo.  
230 X 2.5 X 22.2 mm.  
Flexiamant Súper.

Distribuye: Capris • Tel.: (506) 2519-5040



**(Hojas metal / madera).**

Aplicaciones: productos óptimos para el trabajo en superficies de madera y metal. Para operaciones en talleres y de uso general que requieran acabados de alta calidad.



**Rollo de lija esponja.**

Aplicaciones: acabado intermedio y final de madera en blanco, superficies cóncavas y convexas, áreas y contornos redondeados en madera en blanco o con recubrimientos. Lijado de rellenos y primarios en la industria del repintado automotriz.



**Masking Tape**

Multisusos. Pega, fija, empaqa y repara. Protección y aislamiento del sustrato de humedad, solventes, pinturas y barnices.

Distribuye: Distribuidora Reposa  
Tel.: (506) 2272-9020



**Disco**  
FLAP NEO 2 en 1 10FZA,  
con centro deprimido  
para mayor resistencia y  
rendimiento.



**Disco**  
para metal DeWALT  
hecho en ALEMANIA  
DW8067



**Disco**  
Flap 60. 7 X 7/8 Zirconio.  
Dewalt.



**Disco**  
para corte de metal 11.5  
X 1/2. Dewalt.

Distribuye: Importaciones Vega  
Tel.: (506) 2494-4600



**Discos diamantados**  
Discos de corte diseñados para trabajo rápido y preciso en materiales como mármol, granito y piedras en general.



**Discos**  
de corte para acero, acero inoxidable y piedra. Hechos de fibra de vidrio de alta calidad reforzada.



**Lijas banda**  
Lijas de gran resistencia diseñadas para ser usadas con lijadoras de banda, en aplicaciones en madera.

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



**Fibra 7448**  
Abrasivo construido en combinación de minerales, fibras y resinas sintéticas.



**Disco Clean & Strip XT con tecnología Scotch Brite**  
Se trata de un disco compuesto principalmente por carburo de silicio. Ideal para la limpieza de corrosión y la remoción de pintura.



**Fibra 7447**  
Ideal para recuperar el estado original del metal, y para la limpieza del óxido.

Distribuye: 3M  
Tel.: (506) 2277-1000



Gil Coto Navarro  
Representaciones, S.A.  
Tel: (506) 2224 2278  
(506) 2225 8403  
Fax: (506) 2224 6703  
info@gilcoto.com  
mundohera@amnet.co.cr  
distribuidor@coflex.com.mx  
coflex.com.mx

Líder en  
el mercado de  
Tubos de Abasto

# Novatecnia sabe DE ELECTRICIDAD...

Si hay algo eléctrico en el mercado, es precisamente esta empresa donde muchos clientes han encontrado la solución a sus necesidades.



**San Ramón de Alajuela.-** Se trata de Novatecnia, ubicada en el centro de San Ramón de Alajuela, este local, con algo de artículos ferreteros, pero con un inventario fuerte y especializado en materiales eléctricos, basa el éxito de sus 18 años, precisamente en esta especialización.

Desde ahí, Luis Carlos Palma, Propietario, asegura que es difícil que alguien le quiera meter “gato por liebre”, o “trueno por rayo” en esto de la electricidad.

“Este es un campo donde los clientes requieren de mucha asesoría, y en eso nos basamos”, dice Palma.

Igualmente, aunque es feliz en su nicho de mercado, Palma asegura que en esto de los materiales eléctricos, el mercado se vuelve cada vez más difícil.

“Hay todo un mercado de competencia desleal, que no entiendo cómo pueden dar los precios que otorgan, y a veces es difícil ganar clientes así, porque no se trata de competir para perder. Claro, y eso sin contar los productos falsificados que rondan en la calle y que la gente arriesga comprar, antes de venir a lo seguro”, dice Palma.

## En la asesoría está el negocio

En vista de que el mercado se ha puesto tan “peliagudo” y como no le interesa entrar en guerras de precios, pues sabe que lleva las de perder, prefiere hacer diferencia en la asesoría que le pueda dar a los clientes, basada en la venta de productos de renombre y trayectoria.

“Y en la asesoría, hay que agregar la rapidez en la respuesta, porque hay que entender que los compradores requieren todo para ayer. No me quedo cruzado de brazos, por eso

Luis Carlos Palma, Propietario de Novatecnia, desde hace 18 años, se especializó en el área eléctrica. Y aunque dice que hay que luchar con la competencia desleal, basa su propuesta en la asesoría a los compradores.





Equipo naranja... En Novatecnia, buscan hacer equipo para asesorar con más tino a los clientes.



Los compradores acuden a Novatecnia en busca de productos y asesoría

casi todos los días, aparte del que tenemos, vamos a San José, a traer materiales, ya sea contra pedidos o para solventar algún faltante de emergencia que se nos haya presentado”.

Afirma que en la parte eléctrica hay clientes de todo tipo: el comprador residencial y el industrial. “Nos gusta mucho apuntarle a la parte industrial, por la especialización que llevamos. Aquí nos visita mucho ingeniero y ellos aprenden de nosotros y nosotros de ellos”.

Palma dice que cuando se maneja bien la parte técnica, los clientes se sienten confiados, sienten que verdaderamente se les está asesorando. “Echamos mano de esto, porque hoy cuesta más vender”.

Es fiel a la calidad que vende. “No me gusta vender problemas, por eso elijo quedarme con proveedores que me brinden respaldo. Los materiales eléctricos es algo delicado y no se puede jugar con eso”.

“Celebro que hayan materiales certificados porque eso nos permite trabajar con materiales de calidad”.

Asiduo aficionado al béisbol y a los Yankees, dice que para vender más, “no hay como especializarse. Cuando los clientes se dan cuenta que hay un negocio que sabe lo que vende, nos buscan”.

# ¿Y qué trae este DURETÁN 2?

¿Cuáles son las ventajas, capacidades y beneficios del Duretán, en su versión 2? ¿En qué se diferencia con respecto al 1? ¿Cuál ofrecer de acuerdo con la necesidad del comprador?



1



2



3



4

El Duretán 2 viene en colores blanco y gris.



El Duretán 2, producto que distribuye Megalinas, es un sellador con propiedades físico - mecánicas, hecho a base de un polímero híbrido, lo que le permite contar con una retención a largo plazo de sus propiedades elasto adhesivas.

Usos: juntas perimetrales en interior y exterior, entre aluminio y vidrio. Juntas dinámicas entre materiales como piedra, metales, granito, paneles de fibrocemento, aluminio y piedra. Juntas constructivas de elementos prefabricados, sellado de juntas en piscinas, sello de láminas de techo.

Ventajas: se puede pintar, bajo olor, alta capacidad de movimiento, se puede aplicar en superficies húmedas (incluso bajo el agua), cura rápido y no es corrosivo.

A diferencia del número 1, una de sus ventajas es precisamente que ofrece la posibilidad de usarse en condiciones húmedas e incluso bajo el agua. Aquí una prueba:

**Paso 1:** utilizando una pecera llena de agua, con una lámina de zinc, se procede a tapar los orificios que permiten que el agua se filtre.

**Paso 2:** se muestra como la aplicación del Duretán 2 se hace bajo el agua.

**Paso 3 y 4:** se observa como sella una junta entre el acrílico, para impedir o sellar el paso del agua.

Empresa	Contacto	Cargo	Teléfono	email
Arkiplast, S.A	Helbert Alfaro Acuña	Gerente General	2475-5111	aherbert@cieloplast.com
Intaco	Roger Jiménez	Gerente Comercial	2211-1717	roger.jimenez@intaco.com
Sur Química	Eladio Gamboa	Gerente de Ventas	2211-3741	e.gamboa.s@gruposur.com
Coflex S.A de C.V	Gil Coto Navarro	Representante	224-2278	servicioclientes@coflex.com.mx
Eagle Centroamérica	Servicio al Cliente		2261-1515	info@eaglecentroamericana.com
Almotec	William Alfaro	Gerente General	2528-5454	william.alfaro@almoteccr.com
Tornillería y Accesorios para Mantenimiento (Tornicentro)	David Sossin	Gerente General	2239-7272	dsossin@tornicentro.la
Era Ecotank Roto Molding, S.A (La Casa del Tanque)	David Peña	Dirección de Mercadeo	2227 37 22	davidp@lacasadeltanque.com
MFA, Mayoreo Ferretería y Acabados	Juan Carlos Quesada	Gerente General	2211-5000	jcquesada@mfaabonosagro.com
Distribuidora Reposa	Raúl Pinto	Gerente General	2272-4066	rpinto@disreposa.cr
Vertice Diseños, S.A.	Eitan Rosenstock	Gerente General	2256-6070	info@verticecr.com



## EXP | HO | RE

**EXPO PARA HOTELES Y RESTAURANTES**

SUPERMERCADOS • CATERING SERVICE • SODAS  
PANADERÍAS • CLUBES

**VISITANTES:** REGÍSTRESE HOY  
**PARA EXPONER:** RESERVE SU STAND

CONTÁCTENOS:  
Tel.: (506) 8997-1651 • (506) 4001-6729

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

MÁS DE 140 EMPRESA

Martes 20 al Jueves 22, Junio 2017

Eventos Pedregal, Costa Rica

EDICIÓN #17



Organiza:  
*Apetito*  
La revista para todos y restaurantes



## CALENTADORES de Acumulación

- Porcelanizados.
- Eficiencia del 98%.
- 3 años de garantía.

El calentador más vendido en U.S.A.



## BOMBAS Y SISTEMAS HIDRONEUMÁTICOS



Westinghouse

- Alta calidad.
- Certificación UL
- 2 años de garantía.



Westinghouse

## CALENTADORES de Paso

- Eléctricos y de Gas.
- Certificación ETL.
- 2 años de garantía.



# NUEVOS PRODUCTOS

# con la CALIDAD y CONFIANZA de siempre

