

tuercas y tornillos



25 años de Maravilla

Hace más de dos décadas, Juan "Cutín" Gutiérrez, decidió iniciar la tarea de hacerse ferretero. Hoy cuenta con dos negocios en Puriscal: La Maravilla # 1, con 2300 m², y otro con 4000 m². Dice no tener secretos, más que buscar descubrir todos los días, la forma en que sus compradores quieren ser atendidos.

33 Sección Automotriz

- 18** Mercadeo: crédito, cobro y ventas
- 19** Especial de Pintura
- 42** Especial de Agua

ISSN 1409-2901



Porte Pagado
Port Payé
Permiso N°130



Flexiamant super

El disco de alta duración y calidad

- Disco universal para el corte de metales
- Buena potencia de corte y larga vida útil
- Más cortes por disco
- Disco tronzador delgado de gran rendimiento, especial para materiales delgados como láminas, tubos, perfiles y alambres.



Código	Clase de calidad	Diámetro x grosor x perforación mm	Modelo	Nº de revoluciones máx./min	Unidad de empaque
505031	A36-T	150 x 2 x 22	—	13.300	25
505033	A36-T	180 x 2 x 22	—	8.500	25
505034	A36-T	230 x 2,5 x 22	—	6.600	25
505020	A60-T	125 x 1 x 22	—	12.200	25
505021	A46-T	125 x 1,6 x 22	—	12.200	25

metabo[®]

8000 CAPRIS (227-747)
www.capris.cr

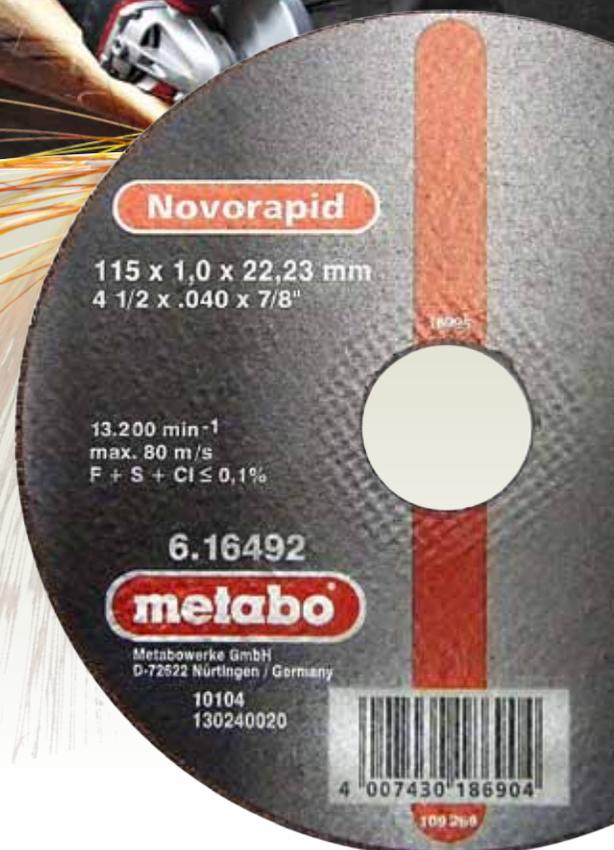


Novorapid

El disco delgado que corta limpio a alta velocidad

- Alta velocidad de corte, produciendo cortes limpios, sin quemaduras ni rebabas.
- Especial para aceros inoxidable (hierro y acero en perfiles delgados, chapas, etc.)

Código	Clase de calidad	Diámetro x grosor x perforación mm	Modelo	Nº de revoluciones máx./min	Unidad de empaque
505151	A46-T	115 x 1.0 x 22	—	13.300	25
505152	A46-T	125 x 1.0 x 22	—	12.200	25
505153	A46-T	180 x 1.5 x 22	—	8.500	25
505154	A46-T	230 x 1.9 x 22	—	6.600	25



metabo[®]

8000 CAPRIS (227-747)
www.capris.cr



Recomiende la línea más completa de morteros para pegar revestimientos cerámicos y minerales



Morteros para Cerámicas

Bomax®
Azulejo y Cerámica

Bondex®
Standard Cerámica

Bondex®
Plus Cerámica



Morteros para Porcelanatos

Bondex®
Porcelanato Interiores

Bondex®
Premium Porcelanato



Morteros para Minerales

Bondex®
Mármol y Granito

Bondex®
Piedra Pizarra

Bondex®
Piedra Rústica

Bondex®
Terrazo



Morteros para Especiales

Bondex®
Vidrocerámica

Bondex®
Pasta

Bondex®
Formato Grande

Si se trata de **garantía y calidad**, confíe en  **INTACO**



Los mejores silicones y selladores acrílicos



Los expertos recomiendan Lanco

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

Síguenos en



CONTENIDO



Pinturas Alfa se alista para llegar con más fuerza al mercado, así lo afirma su Gerente de Ventas, Vianey Molina. Especial de Pintura. P. 19

10 PINCELADAS

18 MERCADEO

Crédito, cobro y ventas

La palabra crédito se deriva de “Credo” (creo), dicho de otro modo “yo creo que me vas a pagar”. El crédito es “confianza”. Se acostumbra a decir que el crédito es un privilegio, no un derecho.

19 EN CONCRETO

Especial de Pinturas

El sector de pinturas del país sigue tan dinámico como siempre. Mientras unos pintureros apuntan a la innovación de productos bajo tendencias más amigables con el ambiente, otros apuestan a estrategias de fidelidad con la red de distribución.

33 AUTOMOTRIZ

¡Limpios o nada!

El área de limpieza automotriz “coquetea” y busca seducir por ejemplo, a las ferreterías, donde cada vez más compradores acuden en busca de estos productos.

La oferta es vasta y va desde marcas económicas hasta aquellas que requiere conquistar un segmento de mercado que busca no solo mantener limpios sus autos, sino darles, como dicen, una “chineadita”.

40 PERFIL

Best Value retoma sus fuerzas

42 Especial de Productos del Agua

47 CIMENTOS

48 EL FERRETERO

Esto es una “maravilla”

Juan Gutiérrez, conocido como “Cutín”, es un ferretero que tiene una perspectiva diferente para mirar su negocio: trabaja con los “zapatos” puestos, pero poniéndose los de sus clientes, así descubre la forma que más le gusta a sus compradores ser tratados.



Super Ducha 4. 4 temperaturas. Resistencia con un exclusivo sistema de acoplamiento. Especial de Agua. P. 44

Los primeros en color
te traen lo último
en tendencias.



COLOR DEL AÑO
LIME TWIST
89YY78/269

Tendencias para el 2011



En nuestra próxima edición

NOVIEMBRE / TYT 185

Ranking de mayoristas

Automotriz

Especial de fajas, mangueras, roles, muñoneras, soportes

Especial: Cerraduras, llavines, herrajes

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

Cierre Comercial: 24 de Octubre

Anúnciese en TYT



Braulio Chavarría
braulio.chavarría@eka.net
Tel.: 2231-6722 ext.137
Cel: 8372-1192

CARTAS

Estimados señores, ya llegaron las revistas de TyT, con el Especial de Lubricantes. Por lo tanto, quería solicitarles una gran favor, debido a la sensación que ha tenido este ejemplar, quería pedirles la posibilidad de que nos envíen algunos ejemplares adicionales.

Gracias de antemano

Jimmy Arguedas Flatts, Coordinador de Mercadeo, Central de Mangueras S.A.

Fiel

Soy fiel seguidor de la revista y en mi trabajo anterior me llegaba. Ahora cambié de trabajo y me gustaría seguir recibiendo TYT.

Trabajo es una distribuidora de PVC y accesorios de riego, valvulería entre otras cosas.

Sin más por el momento, espero con entusiasmo su revista.

Gracias

Carlos Cortés, Huacas, Santa Cruz, Guanacaste

Nuestros puntos de distribución

Encuentre ejemplares de TYT en:



3679 vistas
www.tytenlinea.com



Suscríbese en www.tytenlinea.com o al Tel.: (506) 2231-6722 ext.152

6 OCTUBRE 11 TYT • www.tytenlinea.com

PARA TRABAJOS de VERDAD

FORZA®

Herramientas eléctricas

+ Esmeriladora 9" FORZA +



2400 W AA-723
Cod. 7032798

+ Esmeriladora 4.1/2" FORZA +



1000 W AA-515
Cod. 7032795

+ Taladro percutor 1/2" FORZA +



1100 W dos velocidades TP-813
Cod. 7032800

+ Esmeril de banco 6" FORZA +



1/2 HP AB-606
Cod. 7032793

+ Sierra caladora c/laser FORZA +



750 W velocidad variable SK 611
Cod. 7032794

+ Taladro percutor 3/8" FORZA +



710 W velocidad variable reversa TP-510
Cod. 7032808

+ Sierra circular 7.1/4" FORZA +



1600 W SC-807
Cod. 7032797

+ Tronzadora 14" FORZA +



2350 W FORZA CS-1014
Cod. 7032803

+ Lijadora orbital 1/4" PLIEGO FORZA +



160 W FORZA LO-513
Cod. 7032796

Adquiéralos en: **EL LAGAR**
LE SALE MEJOR.



ALMACENES
EL COLONO

LLEGARON
AL PAÍS

• Respaldo • Garantía • Calidad



¿Y usted cómo sirve el atún?



Hugo Ulate Sandoval
hugo.ulate@eka.net

Hay una clara, no sé si podría decir teoría o verdad, que habla sobre salirse de navegar en océanos rojos para pasar a hacerlo en océanos azules.

Y básicamente, lo que quiere decir todo cuanto se ha escrito de este tema, es ni más ni menos el paso que da una empresa que siempre ha hecho lo mismo, lo mismo que su competencia, lo mismo que todas las empresas, a hacer algo diferente, a ser vista como un modelo, sin que tengan importancia los demás rivales del mercado.

Incluso, al hablar de océanos azules, se dice que cuando se tiene

una utilidad excepcional y ésta se combina con un precio estratégico, la posibilidad de ser imitado por la competencia se reduce.

¿Y qué es hacer diferencia para cambiar de océano? Muchos me dirían que además de los clientes que llegan al negocio, hoy todas las empresas han optado por salir a buscarlos al exterior, por tratar de crearles la necesidad de comprar lo que vendemos, y podrían no estar tan equivocados...

Pero he aquí la "receta": en todos los mercados, para cualquiera que sea el quehacer de las empresas, existe un grupo llamado o denominado como los no-clientes, que son todos los posibles compradores que en un momento se interesaron por la oferta, pero por alguna razón ya sea de precio o servicio, desistieron de comprarnos, y también está otro grupo, bajo este mismo concepto, que son compradores que no conocen del todo los productos y servicios de la tienda.

Por ejemplo, en la ferretería y en cualquiera, por no decir todas, existen inodoros, pero cuántas le muestran al cliente, independientemente de la marca o el color, cómo se vería este producto en su

ambiente, "aderezado" con colores, adaptado a un aposento...

Probablemente, aquel cliente o no-cliente que llegó buscando un inodoro y de repente no compró porque dejó de interesarle, perfectamente se podría ver "seducido" a adquirirlo cuando observe los destellos que evocan tenerlo en su baño, o bien, aquel no-cliente del segundo grupo que ni por asomo pensaba comprar un inodoro, quizás con solo ver la estética que podría provocar, hasta le hagan pensar en cambiar su baño completamente.

Pasa con la comida: de repente a alguien podría no gustarle el atún, pero si un restaurante opta por cambiar su presentación, combinarlo con algunos ingredientes que mejoren su sabor, quizás ese mismo cliente llegue de nuevo solo por el plato de atún que le sirvieron en ese lugar.

Conozco a alguien que cuando vuela de Panamá a Grecia, lo primero que visita es aquel restaurante en el que probó aquel atún... ¿Y cuántos restaurantes podrán haber desde Ciudad de Panamá a Grecia? Muchos. Pero con certeza les digo que este cliente encontró en Grecia un océano azul.

CRÉDITOS

Presidente

Karl Hempel Nanne
karl.hempel@eka.net

Directora General

Michelle Goddard
michelle.goddard@eka.net

Director Editorial

Hugo Ulate Sandoval
hugo.ulate@eka.net

Asesor Comercial

Braulio Chavarría
braulio.chavarría@eka.net
Cel. 8372-1192

Tel.: 2231-6722 ext.137

Directora de Arte

Nuria Mesalles

Diseño y Diagramación

Irania Salazar Solís

Suscríbase

www.tytenlinea.com

Circulación

suscripciones@eka.net
Tel. 2231-6722 ext152

Últimas noticias de www.tytenlinea.com

- Construcción a la palestra
- Indudi se alista para realizar Convivio Ferretero
- China desplaza a productores de acero en América Latina
- Holcim tiene ya nuevo CEO
- Venta de cemento cayó 40% entre 2009 y 2010



www.tytenlinea.com

Tel. 2231-6722 Fax. 2296-1876
Apartado 11406-1000
San José, Costa Rica



RESILIKON

¡Ahora Sí, que la pegamos!

Desde madera hasta metal,
Resilikon, el Pegamento de contacto
y Pegamento para madera
que **Sí Pega.**

Galón
1/4 G
1/8 G
1/16 G



RESILIKON 850

Altamente concentrado, no tóxico, no forma hilos y transparente al secar.



Galón
1/4 G
1/8 G
1/16 G
1/32 G

RESILIKON 5015

Impermeable, flexible y de alta resistencia.

En Octubre

por la compra de una docena de Resilikon reciba 2 Epoximil de 98g Gratis.



Calidad **Henkel**

Promoción exclusiva para compradores de ferretería y depósitos de construcción.

Fontanería con un toque de mujer

A La Casa del Fontanero le cambiaron la cara. Eso fue lo que notamos de inmediato en una visita que hicimos, allá a mediados del mes pasado: pasillos más coloridos y en orden estricto, con más líneas en su inventario.

Unos minutos más tarde comprendimos que este negocio había sido tocado por la mano de Deisy Duque, su actual Gerente de Ventas, que con una combinación de juventud e ideas nuevas, busca darle a esta empresa más “fuelle” en su mercado meta y fuera de este.

“Siempre me ha gustado la parte pesada, la alta tensión. Soy una mujer en cuerpo, pero un hombre en acciones”, dice entre risas.

Sabe que no tiene una tarea fácil porque muy cerca de ahí, en Tibás, tiene fuerte competencia, a menos de 500 metros está Maffor y un poco más allá Epa, y si miramos hacia el otro lado está El Guadalupano, pero de inmediato aclara que “lo que menos les tengo es miedo”.

“Cuando abrieron Epa, tenía un promedio diario de visitas de 100 clientes y me bajó a 80, pero ahora ya se normalizó”, agrega Deisy.

Dice que hace 6 meses, desde que llegó, se puso la camiseta de La Casa del Fontanero. “No podría pedirle nada a quienes trabajan conmigo si yo no estoy identificada y no doy el ejemplo”, por eso no es raro que un día después de la hora



Deisy Duque es la Gerente de Ventas de La Casa del Fontanero, quien dice que para vender y crecer, trata de llegar a nichos que el mercado “no ve”.

de salida, esté ayudando a cargar un camión para la primer entrega del día siguiente.

Su meta junto a las 38 personas que le acompañan y 16 más que espera contratar, es tener una cobertura el 100% de su área de influencia y más allá. “Seguimos siendo especialistas en fontanería,

pero abrimos el portafolio a otras líneas”.

A sus 31 años, dice que espera muy pronto llegar a los 200 clientes diarios. “Voy a ponerle el toque femenino al negocio, porque sé que los hombres son muy visuales y eso los atrae”, argumenta.

En época de lluvias proteja sus superficies metálicas y estructuras con anticorrosivos Dicolor

Condominio Industrial Parque Condal - Tibás - San José



www.pinturasdicolor.com • Tel: 2433-2727 • Fax: 2433-2423

DICOLOR Pinturas



Para clientes diferentes...



**Más de 3000
productos,
más de 3000
soluciones.**

ILUMINACION / FERRETERIA / ALICATES Y PINZAS / MECANICA / IMPACTO / CORTE /
MEDICION / FIJACION / ACABADOS / CAJAS DE HERRAMIENTAS / AGRICULTURA Y JARDINERIA /
PROTECCION / HERRAMIENTAS DE PINTAR Y PEGAMENTOS / CINTAS ADHESIVAS /
LINTERNAS Y EXTENSIONES / CANDADOS / CERRADURAS.

Dirigimos y ejecutamos
su proyecto.

**Pinturas
CELCOLOR**



Acabados para madera



Pinturas Automotrices



Pinturas Arquitectónicas e Industriales

Elaboramos productos de la más
Alta Calidad mediante la mejor
tecnología. Lo invitamos a analizar
nuestras novedosas alternativas.

CELCO

es calidad

Teléfono: (506) 2279-9555



PINCELADAS

Aquí sí cooperan...

Se conoce al “dedillo” el mercado, de abajo para arriba y al revés, y por eso dice que hay que saber llegarle. Y es que para Olger Bonilla, Administrador de Coope Puriscal, en Puriscal, “esta zona no deja espacio para parpadeos... O se gana los clientes a punta de servicio o simplemente se pierden, y perderlos es dárselos a la competencia”, dice Bonilla. Y así lo ratifican sus adversarios del mercado, que lejos de verlo como amenaza, miran en Coope Puriscal, una empresa de cuidado. “Este mercado es muy fuerte, es duro, y hay que ponerle bonito para ganar los clientes”, afirma Guillermo Leiva, Proveedor, del Depósito El Cedral, también ubicado en la zona.

“Los compradores esperan encontrar un lugar de negocios, un depósito bien diversificado, donde tengan de todo a la mano”, indica Bonilla.

Cuenta que un cliente siempre regresa porque además de quedar satisfecho con la compra, lo hace también por el trato, por la atención que encuentra, y parte del servicio también está en que si a un comprador no se le puede complacer al 100% porque no tenemos algo, no somos egoístas en mardarlo a otro negocio. Ya lo hemos hecho y también de otras ferreterías nos han mandado clientes”.

Actualmente, según Bonilla, Coope Puriscal cuenta con 3000 m2 y asegura que “lo bonito de este mercado, aunque sea tan rivalizado, es que aún hay mucha oportunidad para crecer, máxime que nos llegan clientes de muchos lados como Cartago y hasta de Orotina. En un día recibimos hasta 300 visitas en promedio”.



Olger Bonilla, Administrador de Coope Puriscal. “Los clientes regresan porque encontraron lo que buscaban y por el trato que recibieron”. A la par su compañero José Porras.

12 OCTUBRE 11 TYT

Tesoros Ferreteros

Venga a **EXPO FERRETERA** y encuentre
un tesoro lleno de oportunidades
para hacer crecer su negocio



**expo
FERRETERA**
su herramienta de negocios

La feria de Centroamérica más grande al por mayor de
productos para ferretería, construcción y automotriz.
1, 2 y 3 de junio 2012 • Eventos Pedregal

Reserve su stand. Braulio Chavarría • braulio.chavarria@eka.net Tel.: (506) 8372 1192
Regístrese para obtener su entrada en www.expoferretera.com

Organiza:





A “punta” de mecate

“La competencia siempre es importante porque ayuda a mejorar, pero hay que tenerla a “mecate corto”. Los conozco bien, y sé que trabajan muy fuerte en el mercado”, fueron las palabras que usó Carlos Mario Gallego, Gerente General de NT Centroamérica, en referencia a la empresa Carlos Hugo Fernández que también está en el sector de fibras y mecates.

Quisimos hablar con Carlos Hugo, pero llegamos un poco tarde, pues murió en julio pasado, luego de dedicar 30 años a su compañía.

Fueron sus hijos quienes nos recibieron y nos contaron que “papá trabajó en Fideca (Fibras de Centroamérica) muchos años, y al tiempo le dieron las prestaciones en mecate de cabuya, por lo que decidió abrirse paso en el mercado por su cuenta”, dice William, uno de sus hijos menores.

Fernández dice que aunque la cabeza del negocio no está, el mejor legado que les dejó su padre fue esta empresa. “Así lo entendimos, y lejos de paralizarnos, seguimos funcionando igual”, agrega.

Comercializan en el área ferretera todo lo que es mecate de cabuya, cuerdas de nylon y polietileno, además de cuerdas especializadas para diversos clientes, así como accesorios. “Contamos con mecate en todos los diámetros, y además nos hemos diversificado con otros productos como mangueras, mallas plásticas y antiinsectos”, agrega Fernández.



Los hermanos Fernández, Propietarios de la Distribuidora Carlos Hugo Fernández, aseguran que en cuestión de mecate y fibras, lo tienen todo.




SISTEMA AUTOSERVICIO

CON EL MAS GRANDE Y VARIADO SURTIDO EN TORNILLERIA.

PREGUNTE POR NUESTRO PROGRAMA DE EMPAQUE BLISTER CON ESTANTERIA Y PUBLICIDAD.







NUESTRAS MARCAS:













CENTRAL: (506) 2243-7676
MAYOREO: (506) 2243-7677
FAX: (506) 2256-4090
La Uruca diagonal a FACO
E-MAIL: ventas@unitornil.com
Sitio Web: WWW.UNITORNIL.COM

MACHETES IMACASA

LOS ORIGINALES

Que su **IMACASA** no le salga

ALVERRES

Por salir ganando, salga perdiendo en calidad



● Hoja de acero indestructible.

● Filo duradero.

imacasa

Original cacha inyectada indestructible, fundida a la hoja, doblemente segura.

Identifiquelo por su viñeta amarilla original.

Busque logo Imacasa sellado de garantía.

IMACASA los únicos **Garantizados de por vida** ✓

No se quebran ni se doblan ✓

Tienen el temple perfecto ✓

Por el filo dura más que cualquiera ✓

Exija el machete IMACASA original y recuerde que aunque los otros se parecen ✓

¡No son iguales!

La marca de confianza y calidad es

IMACASA

que no lo confundan.

Los machetes originales son de nuestra casa 



www.imacasa.com

IMACASA

Fuerza en su trabajo 



Kativo se lanza con Mega Fórmula

El mes anterior, y como “testigos” parte de su red de distribución entre tiendas de pintura, talleres mecánicos, y algunos ferreteros, Kativo lanzó su nueva pintura automotriz, bajo la marca Mega. Se trata de una línea de poliuretano para repintado automotriz que incluye la tecnología de fórmulas para igualación de colores de las diferentes marcas de automóviles.

Cada automóvil sale de fábrica con un código de color establecido, que utilizan los especialistas de talleres para realizar el repinte.

“Mega Fórmula tiene como mejora la incorporación de un software de formulación para la igualación de colores, gracias a nuestra alianza estratégica con PPG”, indicó Rafael Díaz, Gerente Regional de Kativo.



Además de dar a conocer su nuevo producto, la empresa aprovechó para rifar y obsequiar a algunos de los presentes.



Gran cantidad de asistentes se dieron cita en el lanzamiento de Mega Fórmula, el nuevo producto de Kativo.



► Línea Doméstica ► Línea Profesional ► Línea Industrial ► Especialidades

LAVOR

Lavor es uno de los mayores productores en el mundo de sistemas de limpieza de alta tecnología para pequeñas y grandes superficies, tanto interiores como exteriores. Contando con una experiencia de 35 años en el sector de la limpieza LAVOR diseña y produce máquinas para uso profesional y doméstico: hidrolavadoras y aspiradoras.

Distribuidor exclusivo: **REPOSA**

Tel: (506) 2272 - 9695 email: info@reposa.cr www.reposa.cr



Escuadra Fija **DEKOR**

Pizarras **micaga**

Espejos **micaga**

Repisa de madera **DEKOR**

Burlete o escobilla para puerta **FIKRO**

Repisa Instalada **DEKOR**

Riel Modular **DEKOR**

Repisa Instalada **DEKOR**

Escuadra Modular **DEKOR**

*Contamos con vidrio en láminas, celosías de vidrio y accesorios para puertas y ventanas



Industrias Consolidadas, S.A. de C.V. - Final 1a. Av. Nte. Soyapango, S.S. El Salvador, C.A.
 (503) 2207-6100 | (503) 2227-0077 | info@inco.com.sv | www.inco.com.sv
 Buscamos en: [Inco Escaleras](#) [Inco_escaleras](#) [Incosv_escaleras](#) [Inco Escaleras](#) [Inco Escaleras](#)

Fibrocel

Durabilidad con belleza y calidad



- *Permite obtener ahorro energético con el uso del aire acondicionado*
- *Rechaza el calor en climas cálidos*
- *Retiene el calor en zonas frías*
- *Elimina el calor radiante*

Consulte a nuestros Distribuidores Autorizados



Crédito, cobro y ventas

Por Jorge E. Pereira

La palabra crédito se deriva de “Credo” (creo), dicho de otro modo “yo creo que me vas a pagar”. El crédito es “confianza”. Se acostumbra a decir que el crédito es un privilegio, no un derecho.

Stuart Mill definió el crédito como “el permiso para usar el capital de otro”. En los negocios, el crédito es la confianza dada o tomada a cambio de dinero, bienes o servicios.

Funciones del crédito:

Toda concesión de crédito tiene algunas funciones claras y definidas, las más comunes son:

- Incremento del consumo.
- Fomento de uso de bienes y servicios.
- Ampliación y apertura de nuevos mercados.
- Alcanzar segmentos de menor poder económico.
- Competitividad. Las empresas ofrecen ventas a crédito para ser competitivas.
- En mercadeo se usa la concesión de crédito generoso como herramienta de ventas

Las cuentas por cobrar

Es un derecho monetario contra un deudor y generalmente se constituyen en un exigible a corto plazo (menor a un año), como resultado de la venta de bienes y/o servicios. Las cuentas por cobrar son una “inversión” que hace la empresa, para incrementar ventas y utilidades.

Factores determinantes en la

Inversión que se hace en cuentas por cobrar son: (a) condiciones del crédito concedido; (b) políticas de crédito la empresa; (c) prácticas de pago de los clientes de crédito; (d) rigor de las políticas seguidas por el vendedor; (e) el volumen de las ventas al crédito.

Administración de las cuentas por cobrar

La administración de cuentas por cobrar tiene por objeto coordinar los elementos de una empresa para maximizar el patrimonio y reducir el riesgo de una crisis de liquidez y ventas, mediante el manejo óptimo de variables tales como políticas de crédito comercial concedido a clientes y estrategia de cobros.

Políticas de crédito

Para que una política de crédito sea operante y cumpla con sus objetivos debe ajustarse a lo siguiente:

- Establecerse por escrito y dársele la debida validez.
- Redactarse claramente y con precisión.
- Darse a conocer a todos los niveles donde se va a interpretar y aplicar.

- Coordinarse con las demás políticas de la empresa.
- Revisarse periódicamente.
- Ser razonable y aplicable a la práctica.
- Estar en consonancia con los objetivos de la empresa.
- Debe ser estable en su formulación.

Los efectos de una adecuada política de crédito generalmente son:

- Reduce al máximo la inversión de cuentas por cobrar.
- Mantener la inversión en cuentas por cobrar al día.
- Evitar o reducir la cartera vencida.
- Proteger la cartera de cuentas por cobrar de la inflación y la devaluación.

10 Consejos sencillos para cobrar más y mejor

1. Desarrollar una política de crédito y cobro clara.
2. Fijar los límites de crédito.
3. Comprobar direcciones de deudores rutinariamente.
4. Revisar la solvencia de los clientes periódicamente.
5. Fijar plazos de pago flexibles.
6. Tener siempre información histórica relevante.
7. Enviar recordatorios en forma periódica y constante.
8. Intereses moratorios y multas.
9. Anticiparse es ganar.
10. Una venta no es venta hasta recibido el pago.



Especial de Pintura

El sector de pinturas del país sigue tan dinámico como siempre. Mientras unos pintureros apuntan a la innovación de productos bajo tendencias más amigables con el ambiente, otros apuestan a estrategias de fidelidad con la red de distribución. El pastel del mercado sigue ofreciendo oportunidades de crecimiento, pero el más leve descuido de uno, significa el peldaño para vender más de otro...

EN CONCRETO



“Misma receta, pero resulta”

“La receta de nuestra sopa es la misma porque ha gustado y es original”, fue la sentencia que emitió Ignacio Osante, Gerente General de Lanco, para justificar el crecimiento del último año de la compañía que equivale a un 27% de unidades vendidas (galones).

“Esto nos sigue diciendo que el que tiene más “juguetes” es el que sigue ganando y por tanto saca mejor provecho del mercado”, dice Osante en alusión de las estrategias en punto de venta que atraigan a los compradores y que brinden una idea cercana de las propiedades, desempeño y acabados que se puede lograr con los productos. Precisamente, dice que el crecimiento responde a muchas situaciones que se han dado en el mercado de pinturas. “Hemos crecido junto a otros, gracias al decaimiento en la red de distribución de actores muy importantes”, confiesa Osante.

Recalca que además, como estrategia, también le han guiñado el ojo con más fuerza a la innovación, y al desarrollo de pinturas con menos componentes volátiles, para que sean más amigables con el ambiente.

Y si fuera por posición en el mercado, Ignacio asegura que “nosotros somos un tercer lugar, pero muy “pegadito” al segundo y en 11 años que tenemos de estar en el sector, hemos hecho mucho más de lo que han hecho el primer y segundo lugar en ese lapso”.

Y manifiesta que de cara a la red de distribución, para vender más la clave está en “darle todo lo que el consumidor necesita en un solo sitio”.

Ignacio Osante, Gerente General de Lanco. “Este es un mercado que aún tiene muchas oportunidades, con muchos nichos y se va a ir segmentando más”.



En Kativo dicen “no” a la guerra de precios

Ni siquiera se inmutan por lo que haga la competencia, no les interesa entrar en una guerra de precios como la que actualmente existe, y más bien optan por seguir estrategias diferentes, por ejemplo, apostando a productos más amigables con el ambiente, al innovar con líneas que tradicionalmente eran base solvente y que hoy las han convertido, ante el asombro de muchos, en base agua.

Así de enfático nos habló Jorge Solano, Gerente de Ventas de Distribución Costa Rica, de Kativo, y afirmó que “no queremos que nos vean como una empresa que fabrica productos “commodity”, sino como innovadores y diferentes, que aprovechamos las alianzas estratégicas que hemos logrado con grandes grupos como International Paint, PPG y otros que nos permiten trabajar con tecnologías de punta”.

Y a manera de ejemplo, Solano menciona, las líneas que han pasado a base agua: Fast Dry en acabados para madera, y Mega para acabados automotrices.

Asegura que basados en esta estrategia, les ha permitido estar presente en todas las cadenas y grupos ferreteros más grandes del país como el caso de Epa, El Lagar, Los Colonos, Ferretería Brenes, Grupo Santa Bárbara, Irazú y otros.

“Buscamos que quien pinte obtenga mayores beneficios, sin que signifique tener que tocar el precio de los productos. Por ejemplo, en el Lagar quien compre una cubeta de pintura se lleva un edredón, que al final viene a complementar con la decoración”, señala Solano, y quien afirma que “por un lado otorgamos un beneficio y por el otro un complemento a este valor”.

En el mercado, Jorge dice que en el sector se han mantenido en el segundo lugar, “pero en este último año nos ha ido muy bien, con ventas por encima del 25% con respecto al año anterior. Diría que estamos muy cerca del primero

Jorge Solano, Gerente de Ventas de Distribución Costa Rica, de Kativo. “Nuestro objetivo, en el sector, es estar de primeros a nivel de compañía, y en cuanto a red de distribución manejamos una muy buena distancia con nuestra competencia”.



Dos “tigres” bien pintados

Dicen que todo hijo de tigre sale pintado, y así lo hacen ver en Megalíneas con la distribución de sus pinturas en aerosol Bosny y General Paint, productos que ya tienen más de 5 años de hacerlas llegar a los negocios ferreteros, y prácticamente se han convertido en hijos de la empresa.

“Uno de nuestros mayores valores competitivos es que contamos con muchas especialidades en las dos marcas, con lo que el ferretero puede ofrecerte más productos a sus clientes para diversas aplicaciones”, dice Víctor Cordero, Gerente General de Megalíneas.

Pero las cosas no se quedan ahí, ya que según Víctor en términos de precio también “andamos muy competitivos” porque indica que la inversión es muy consecuente con el beneficio que se obtiene, y “por eso somos de las ofertas más favorable del mercado”.

“Nuestras pinturas gozan de una alta calidad en sus pigmentos y de un alto poder de cubrimiento, por lo que el distribuidor adquiere un producto de alta rotación, que no le da problemas en cuanto a reclamos, lo que otorga más confianza a la hora de vender”, agrega Cordero.



Víctor Cordero, Gerente General de Megalíneas, asegura que el negocio que ofrecen Bosny y General Paint al ferretero, se basa en la alta rotación, la diversidad de aplicaciones, y una rentabilidad alta.



A Sherwin le cambiaron la cara

Yno solo porque se están abriendo paso con una serie de productos nuevos, sino porque encontramos que están “estrenando” nuevo Gerente General. Se trata de José Alfredo Obiols, guatemalteco, y con un amplio conocimiento del mercado centroamericano y Panamá.

“Sabemos que el mercado costarricense es muy agresivo y que valora mucho el rendimiento por metro cuadrado, por eso queremos plantear una estrategia de diferenciación en ese sentido”, dice Obiols, quien nos recibió en la tienda de Paseo Colón.

No esconde para nada que uno de sus objetivos más “urgentes” por cumplir será aumentar la participación de mercado. “La competencia es fuerte, pero queremos apostarle a la innovación”, agrega.

Para José Alfredo las cosas son claras, y en el sector de pinturas quien quiera vender más “tiene que salir de la puerta. Vamos a explotar con más fuerza nuestras cualidades, beneficios y atributos para estar más cerca de la red de distribución”.

Sabe que la migración hacia productos más amigables con el ambiente es una carta de éxito en este tipo de empresas, por eso dice que ya están “montados” sobre eso, al contener muchos productos bajo esa tendencia.

José Alfredo Obiols es el nuevo Gerente General de Sherwin-Williams. “Costa Rica es un país con un sector de pinturas muy agresivo, y quien no sale de la puerta no vende”.



Elija el de verdad

Asegúrese que sea EATON

Los breakers y centros de carga EATON son los únicos en el mercado que le dan verdadero respaldo y calidad garantizada, con un departamento de soporte profesional a su servicio. EATON cuenta con más de 100 años de experiencia protegiendo instalaciones eléctricas en todo el mundo.

Centro de Soporte: 2247-7600

EATON

Powering Business Worldwide

Celebrando
100 AÑOS

Ideales que perduran



B y P busca dejar ganancias a los ferreteros

Para Raúl Pinto, Gerente General de Reposa, quien aún no cuenta con la línea de pintura en spray B y P, está perdiendo la oportunidad de contar con un producto de alta rotación y que otorga rentabilidades por encima del 35%.

“A diferencia de otros competidores, nuestra pintura es a base de solvente, lo que hace que se obtengan mejores acabados, con un alto poder de cubrimiento y un secado más rápido, algo que no se obtiene con tanta facilidad con los aerosoles base agua”, asegura Pinto.

Y si se trata de variedad de colores, el gerente habla que “tenemos una gama muy completa que incluye metálicos, fosforescentes, transparentes, con cualidades de alto rendimiento que incluso soportan

temperaturas altas”, agrega Pinto.

Cuando mencionamos el factor precio, Pinto solo dio una respuesta breve y tajante: “tenemos el mejor del mercado”.

Pero aunado a eso, el gerente recalca que si bien es cierto hay muchas líneas que se ofrecen en el mercado, de un pronto a otro sufren una discontinuación por problemas de inventario, lo que afecta la red de distribución.

“En el caso de B y P esto no sucede, pues manejamos un inventario muy fuerte y que garantiza que siempre contemos con los colores más requeridos por nuestros clientes”, asegura Pinto.



Raúl Pinto, Gerente General de Reposa, indica que B y P posee una planta en China y otra en México, lo que les permite tener siempre producto en “stock”, incluso en casos de emergencia.

byp®

Brochas y Productos

Líder en aplicadores de pintura.



Distribución:



REPOSA
Distribuidora

www.reposa.cr

www.byp.com.mx



¡Dicolor cumple lo que promete!

Hace más o menos un año, Edgar Rodríguez, Gerente General de Dicolor, nos contó que una de las estrategias que seguiría la compañía sería la de abrir mercado hacia las zonas rurales, y hoy ya es una realidad, pues además de estar ampliando su red de distribución hacia las zonas alejadas del país, muy pronto abrirá su primera tienda en Guápiles.

“La empresa existe, y eso lo estamos dando a entender”, afirma Rodríguez.

Lo que sí deja en claro el gerente es que la apertura de esta primera tienda no tiene como objetivo competir con sus distribuidores de la zona, sino incrementar el servicio. “Abrir tiendas significa rescatar el mercado disconforme por la forma en que la competencia está tra-

bajando”, dice Edgar, y añade que “nuestra intención es también abrir otra tienda en el Pacífico”.

Igualmente encontramos que Dicolor ha iniciado su diversificación con la producción y venta de otros productos como Resinas Poliéster, Roving, Gel Coat Isoftálico, fibra de vidrio para la reparación y fabricación de botes, tanques de agua potable. “Queremos ser suplidores, por ejemplo, para todas las áreas costeras del país”.

Edgar es enfático al afirmar que las cosas no quedan ahí, pues señala que el próximo paso, luego de cumplidas las etapas de apertura de tiendas en el país, y consolidación más fuerte de la empresa, “nuestro norte sería, por ejemplo, tener presencia en el mercado de Panamá”.



Edgar Rodríguez, Gerente General de Dicolor, apunta que la empresa se encuentra en la etapa de apertura de tiendas y en la de ampliar su red de distribución hacia zonas alejadas del país.

150 m2 de investigación

En Celco están que no caben de la emoción, al estrenar su nuevo edificio de 300 m2, en el que la mitad es para su laboratorio de investigación, y aunado a eso, según German Obando, Gerente General de la empresa, también reportan un crecimiento positivo en las ventas y una incursión con mayor fuerza en la red de distribución, además del inicio de los procesos para certificarse ISO 9000.

“Estamos a punto de lanzar las bases de teñido en los niveles económicos, además del Premium, arquitectónico y estándar que ya los teníamos. Detectamos que hay una necesidad de tener sistemas de preparación en líneas más económicas”, dice Juan Carlos Fuentes, Gerente Técnico de Celco, y agrega que esta es una oportunidad de llegar a un segmento que no estaban tocando con estos sistemas.

Pero las cosas no se quedan ahí, ya que Fuentes afirma que la pretensión es también llegar al mercado con un minio económico.

Sobre el crecimiento en ventas, de más o menos un 20%, con respecto al año anterior, Obando lo justifica en que “notamos que muchos más clientes han estado comprando nuestros productos, porque los usuarios han llegado a la red de distribución expresamente a pedir nuestra marca y eso que en estos últimos meses se ha dado cierta inercia en el sector”.

Según comenta Obando, en el mercado han encontrado un pequeño intento de falsificación para sus pinturas, sobre todo con las etiquetas, pero que ya ha sido detectado y controlado. “Este es un mal que siempre aqueja al área de pinturas, pero también nos dice, viéndolo desde un punto positivo, que por el posicionamiento que han tomado nuestros productos ya son blanco para estas cosas. Solo se falsifica los productos que son reconocidos y de calidad en el mercado”, agrega Obando.

German Obando, Gerente General y Juan Carlos Fuentes, Gerente Técnico de Celco, afirman que el nuevo laboratorio les permitirá ahondar mucho más en la investigación y desarrollo, por lo que para este año y principios del 2012, preparan algunas sorpresas para el mercado.



Quieren ser el “alfa” del mercado

Después de más de 2 años de estar ubicados en San Pedro de Poás, y luego de que un incendio consumiera su antigua fábrica en Alajuela, Pinturas Alfa se prepara para entrarle al mercado con más fuerza.

Vianey Molina, Gerente de Ventas dice que “gracias a la fidelidad de los clientes y apoyo de los proveedores, ya contamos con el 99% del portafolio de nuestros productos”.

Afirma que después de estos dos años, que califica de duros, han servido para que la empresa se reinvente e incluso muestre señales muy fuertes de rejuvenecimiento. “Contamos con un nuevo logo, y hemos mejorado mucho los productos, pues la experiencia de más

de 30 años en el mercado nos indica que estamos para cosas grandes”, rescata Molina.

Vianey asegura que además de reforzar el servicio también han intensificado la oferta de productos. “Tenemos un portafolio amplio con líneas que van desde categorías arquitectónicas, Fast Dry y automotrices, y siempre con un precio competitivo”.

Dice que de cara a la red de distribución, uno de los valores que han mantenido es que “tratamos de visitar, a los clientes que están en el Gran Área Metropolitana, un mínimo de tres veces por semana, lo que hace que con nosotros, cualquier distribuidor pueda mantener inventarios inteligentes”.



Vianey Molina, Gerente de Ventas de Pinturas Alfa, asegura que muy pronto la empresa estrenará sus nuevas instalaciones en un terreno que ronda un área de 3 mil hectáreas.



Vasta-Lux con un pie en Suramérica

Uno de estos días, nos encontramos con Tomás Azofeifa, Gerente General y Propietario de Vasta-Lux, y la primera pregunta que lanzamos fue en sentido de lo que se rumora en el mercado: - ¿es cierto que se estaría vendiendo Vasta-Lux? Y aunque ni nos lo confirmó plenamente, pero tampoco lo desmintió, sí dejó entrever en que había algún acercamiento, con un grupo suramericano, y que todo sería cuestión de unos pocos días. Aunque de inmediato aclaró: “pero todavía no hay nada en concreto”.

De buena fuente nos enteramos que precisamente, uno de estos grupos podría ser Pintuco, una empresa de origen y de mucha trayectoria en el mercado colombiano.

Lo que sí indicó Azofeifa es que el mercado podría empezar a visualizar “sorpresas” en muy poco tiempo. “Se va a dar un cambio grande”.

Si la negociación llegara a cristalizarse y esta empresa suramericana diera el salto hacia este mercado, Azofeifa sostiene que sin duda sería un aporte importante de cara a “hacer más competitiva la empresa y reforzarían mucho más la parte de revestimientos”, que es uno de los productos en los que más se ha destacado Vasta-Lux en el sector de pinturas.



Tomás Azofeifa, Gerente General de Vasta-Lux, dice que en el mercado de pinturas vienen sorpresas muy pronto.



Señores del spray

Esto de las pinturas en aerosol está que se las trae, pues nadie quiere quedarse atrás y menos Rosejo que dicen tener en sus manos a Plasti-Kote, una marca que según ellos, ofrece varias especialidades difíciles de igualar en el mercado.

“Contamos por ejemplo, con productos para el área automotriz como pinturas para tela, vinil, motor, bumper, caliper, aros, chasis y mataburros, y las que soportan temperaturas altas para muflas y Hertz, además tenemos promotores de adhesión para superficies plásticas”, dice Rodrigo Martínez, Gerente de Ventas de Rosejo.

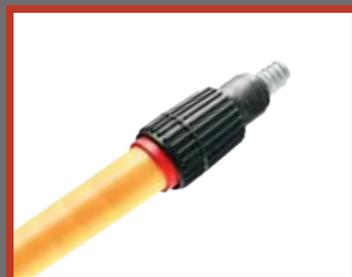
Y si fuera por señalar aún más beneficios, Martínez comenta que Plasti-Kote, desde 1971 dejó de usar fluorocarburos, “y más bien utiliza un solvente como la acetona que es muy liviano, a diferencia de muchos otros en el mercado que usan thinner”.

En cuanto al rendimiento, el gerente señala que en el caso de Mr. Spray, que es la línea económica de la marca, puede rendir para 2 m², y las latas de especialidades andan por los 3,2 m².

Martínez asegura que mantienen mucho producto en stock, y que Plasti-Kote es de tecnología americana, y además cuentan con una variedad amplia de tonos y colores.

Rodrigo Martínez, señala que uno de los beneficios importantes de Plasti-Kote es su diversidad de especialidades, sobre todo para el área automotriz.

Pinte solo con lo mejor!



ROSEJO

www.rosejo.com
ventas@rosejo.com

2296-7670
800-Rosejo1



Rust-Oleum apuesta fuerte en el mercado

De antemano sabían que se trata de una marca que puede competir de tú a tú con las más pintadas del mercado en lo que a pintura aerosol se refiere, y es por eso que en Transfesa no lo pensaron dos veces para ser los representantes de Rust-Oleum para Costa Rica.

“Este es otro nivel de pintura”, dice Óscar Martínez, Gerente de Ventas de Transfesa, e indica que “incluso se puede aplicar desde cualquier posición: en vertical, con la lata hacia abajo u horizontal, y esto no lo logra cualquier spray”, añade Martínez.

En este momento, la empresa cuenta con 43 referencias de la marca, y en octubre esperan contar con 150, y a no menos de 2 años tener 250.

“Por su diversidad de colores, tonos y especialidades, Rust-Oleum se puede usar en muchas aplicaciones. Contamos con colores como blanco satinado, brillante y anticorrosivo, colores metálicos, blanco mate, blanco para plástico, blanco epóxico, transparente, una aplicación para dar acabado “samblasteado”, azul anticorrosivo, tonos fluorescentes y fosforescentes, acabado granito, craquelado, martillado, entre otras”, destaca Martínez.

Charlas en el punto de venta, apoyo con exhibidor y demostraciones, son algunos de los beneficios que Transfesa ya otorga a los clientes que se apuntan con Rust-Oleum.



Oscar Martínez, Gerente de Ventas de Transfesa, distribuidores de la marca de pintura aerosol Rust-Oleum, afirma que una de las ventajas de la marca es que rinde el doble que cualquier otra del mercado.



¡Limpios o nada!

Especial de Limpieza Automotriz P. 34

Apróximadamente, más de ¢16 mil millones representa el negocio de limpieza automotriz. Una cifra nada despreciable para los mayoristas y fabricantes que buscan acaparar más mercado con estrategias de precio para unos, y desarrollo de tecnologías para otros.



¡Limpios o nada!

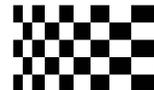
El área de limpieza automotriz “coquetea” y busca seducir por ejemplo, a las ferreterías, donde cada vez más compradores acuden en busca de estos productos.

La oferta es vasta y va desde marcas económicas hasta aquellas que buscan conquistar un segmento de mercado que busca no solo mantener limpios sus autos, sino darles, como dicen, una “chineadita”.

Al intentar extraer un promedio, para determinar el tamaño del mercado en números, podríamos calcular que al haber un aproximado de 1,050.000 vehículos, y que cada uno invierte en lavado y limpieza un máximo de ¢4 mil por semana, esto nos da una cifra cercana de ¢16,800 millones mensuales.



Eduardo Retana, Gerente General de Importaciones Re-Re, apuntados con Kit.



Re-Re sí “Kita” el sucio

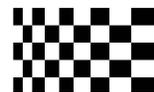
Aliados fuertemente a lo que consideran uno de sus “caballos” de batalla en el sector automotriz, Importaciones Re Re se presenta en el mercado como distribuidor de los productos Kit de Johnson.

“Contamos con todo lo que es limpieza bajo esta marca, con ceras, champús, abrillantadores, desodorantes ambientales y otros”, dice Eduardo Retana, Gerente General.

Y como todo “caballo de batalla” guarda un arma para “combatir” y abrirse paso en el mercado, Retana dice que la diferencia está en que Kit es una marca de trayectoria, “además tenemos un programa sistemático de visitas que garantiza a nuestros clientes que el producto no les va a faltar”.



Alejandro Bonilla, Líder de Marca de Meguiars, dice que en el tema de distribución los márgenes son envidiables.



100 años en el mercado

Alejandro Bonilla, Líder de Marca de Meguiars, dice que en el mercado hacen diferencia por varias razones, entre las que destaca que “todos los años sacamos productos nuevos en la línea” y aclara también que “nosotros no competimos por precio”.

Asegura que la gente que sabe de autos conoce bien la marca y que se trata de productos que en su aplicación, los cambios que se perciben son inmediatos.

Afirma que la empresa se ha trazado el objetivo de encontrar un distribuidor a nivel ferretero, pues quieren ingresar con fuerza en este canal. “Cada vez más los compradores piden el producto”, asegura Bonilla.

En el secreto del top

“Formulación alemana con disponibilidad inmediata”, así define David Sossin, Gerente General de Tornicentro, dos de los valores principales de sus productos automotrices Top Cleaner

Para él, esta línea brinda una oportunidad de negocios para el distribuidor, “pues contamos con todo lo que se requiere para embellecimiento y mantenimiento automotriz”.

Top Cleaner es koolant, abrillantadores, cera líquida y en pasta, champú, aromatizantes, entre otros.

“Esta es la oportunidad perfecta para cualquier distribuidor de diversificar en su negocio”, indica Sossin.



David Sossin, Gerente General de Tornicentro, afirma que Top Cleaner sí se vende.

A toda velocidad con Fórmula 1

Quando le preguntamos a Óscar Guido, Gerente General de Importadora Quigo, sobre las ventajas de Fórmula 1, su marca de limpieza automotriz, indicó que por ejemplo, en el caso de la cera, ésta contenía carnauba brasileña grado 1, “lo que necesariamente va a hacer que tenga un mejor desempeño en la aplicación e incluso restaura las pinturas”.

Asegura que se trata de productos 100% americanos y además de la cera comprende champú, abrillantadores de interiores libres de solventes y no destella para evitar daños, además no atraen el polvo.



Óscar Mario Guido, Gerente General de Importadora Quigo, dice que en Fórmula 1 “damos mayor rendimiento a un precio más bajo”.

Sonax en el team McLaren Mercedes

En Madisa distribuyen Sonax como su línea de limpieza automotriz, y Edwin Málaga, Administrador de Líneas, dice que son productos 100% biodegradables que no contienen solventes ni derivados de petróleo “como sí sucede con otros productos de la competencia”.

Asegura que la marca tiene sus propios laboratorios, “por lo que no compramos tecnología, somos desarrolladores e innovadores, además, por si fuera poco, somos una marca top a nivel mundial como patrocinadores del team McLaren Mercedes de Fórmula 1”.



Edwin Málaga, Administrador de Líneas de Madisa, asegura que en el caso de la cera incorporaron la nanotecnología.



Mauricio Herrera, Proveedor de Universal de Tornillos, dice que con Power Zone, es estar al día con productos para limpieza automotriz.



Luis Fernando Blanco, Gerente de Ventas Automotriz, de Rosejo, dice que con la "tortuga" en mano, cualquier distribuidor sale ganando.



La línea Alkota de Central de Mangueras, presenta modelos a gasolina y eléctricos, en agua fría y caliente.

Universal en la zona de poder

Universal de Tornillos se metió con todo en la "zona de poder" del sector automotriz con Power Zone.

Mauricio Herrera, Proveedor de la empresa asegura que "son productos fabricados en el país que compiten con los más "pintados" del mercado, y lo podemos decir con certeza porque tenemos más de 4 años de distribuir la línea".

Herrera apunta que además de no tener problemas de abastecimiento, un valor importante es la variedad de producto. "Tenemos, por ejemplo, champú en bolsa, botella, galón, pichinga y estación", dice Herrera.

Power Zone también comprende otros productos como ceras, abrillantadores, removedor de adherencias, koolant, limpiadores de parabrisas y más.

Felices con la tortuga

En Rosejo están con una sonrisa de "oreja a oreja" porque saben que su marca Turtle Wax toma cada vez más fuerza.

Luis Fernando Blanco, Gerente de Ventas Automotriz, de Rosejo, dice que no es para menos, pues se trata de una marca de alta tecnología que crea diferencia en los mercados que atiende.

"En ceras para autos es la marca que más se vende en el mundo. Ahora contamos con la Ice, que es mucho más premium que cualquiera de la competencia", dice Blanco.

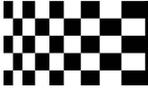
Otra característica que señala Blanco es la diversidad de productos que presenta la marca. "Somos una alternativa fuerte en márgenes de utilidad para el distribuidor, con más del 40%", dice Blanco.

¡A lavar se ha dicho!

Y para hacerlo más fácil, en Central de Mangueras comercializan con la línea de máquinas para lavado Alkota, importadas de Estados Unidos y de uso industrial.

Son máquinas ideales para negocios como lubricentros, auto lavados, incluso para lavar aceras y paredes, empresas con flotillas de vehículos, e incluso para lavado de motores.

Para toda la línea, la empresa ofrece servicio de repuestos y taller de reparación con personal calificado para atender todos los pormenores de la marca.



En el mercado
huele a "Klear"

En Sur, quieren dejar en claro que los productos de mantenimiento y limpieza automotriz ahora se escriben con Klear...

Y es que Klear es la nueva línea que la empresa lanzó para el sector automotriz y que ya comercializa a través de toda su red de distribución, tiendas, repuesteras, centros de lavado y supermercados.

Alex Palma, Gerente de Ventas de Productos Especiales de Sur, comenta que entre las ventajas que posee esta línea destaca que se trata de productos biodegradables o amigables con el ambiente, con certificación de calidad y con un precio muy accesible.

"Estamos hablando de cera, champú, cera pulidora, abrillantador antiestático (repelentes al polvo y al agua), limpiadores para vidrio, neutralizador de olores, removedor de interiores para cueros y viniles, entre otros productos", indica Palma.

Palma agrega que además de conformar una línea de alta rotación, otorga márgenes altos de rentabilidad -entre 40% y 50%-, "y apoyamos con capacitación en punto de venta, exhibidores y material promocional".

"Para los ferreteros, Klear representa un buen negocio, primero porque cada envase contiene más producto que otras marcas, y una tecnología avanzada. Por ejemplo, el caso de la cera que al aplicarse no mancha las molduras del vehículo, pues se torna transparente", agrega.



Alex Palma, Giannina Brenes y Armando Siles son los encargados de la comercialización de la nueva línea Klear, para cuidado automotriz, de Sur.



HECHO EN ALEMANIA



N° 1 en el cuidado y limpieza de su vehículo

Encuentre los productos originales en MADISA, representante exclusivo para Costa Rica y en puntos de venta autorizados.



La Uruca diagonal a COSEVI . Tels: 2010-6300/ 2233-6255
www.madisaonline.com



www.sonax.com





España Multiuso. Muy absorbente. Indicada también para suciedad persistente.

Un lado gris, posee una estructura más suave es para la limpieza general del vehículo.

Distribuye: Madisa • Tel.: (506) 2010-6300



Cera Líquida Brillo Fácil. Deja un brillo deslumbrante y duradero. Limpia, pule y protege las pinturas nuevas. Aplicable bajo el sol y con la carrocería caliente.



Champú con cera. Limpia profundamente todo el exterior del vehículo. Encerado brillante. No deslumbra la pintura como otros detergentes ordinarios.



Protectant

Tiene aplicación de interior y exterior. Limpia, da brillo y protege el caucho, vinillo, piel y plástico. Alta viscosidad. No deja residuos aceitosos y no atrae el polvo.



Distribuye: Importadora Quigo • Tel.: (506) 2293-4044



Nueva línea Klear de Sur para cuidado y embellecimiento automotriz. Productos amigables con el ambiente. Incluye: ceras, abrillantadores, neutralizadores de olores, entre otros.

Distribuye: Sur • Tel.: (506) 2211-3766



Koolant, champú con cera, protector y abrillantador de llantas, abrillantador multiuso, desengrasante para motores, limpiador para metales, desodorantes ambientales en spray y otros.

Distribuye: Tornicentro • Tel.: (506) 2239-7272



Wax Car Wash. Shampoo para lavado, contiene cera. Avanzada espuma de acción suave. No raya ni mancha.



Super Hard Shell ® da protección y deja un brillo duradero. Fácil de aplicar. Duración hasta 12 meses.

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



Línea Kit de abrillantadores, cera, champú, desodorantes ambientales y más.

Distribuye: Importaciones Re-Re • Tel.: (506) 2240-2010



**1, 2 y 3 de
junio 2012**

Centro de Eventos
Pedregal, Costa Rica

Expositores del 2012:

**Central de mangueras
S.A.**
ISO 9001:2008

SUR
www.gruposur.com

RALLY
DE CASA

Expoautomotriz es la feria que reúne a los proveedores, distribuidores y mayoristas del sector automotriz.

El punto de encuentro donde se exponen las innovaciones y soluciones en: repuestos, sistemas, calibración, equipo, pintura, autolavado, tecnología de información y servicios en el mercado automotriz.

Actividades Automotrices

- √ Show de aerografía
- √ Exhibición de autos modificados
- √ Talleres de capacitación técnica automotriz

Productos que se exhiben

- Aditivos
- Audio
- Baterías
- Combustible
- Limpieza
- Llantas
- Lubricantes
- Pintura Automotriz
- Repuestos
- Seguridad
- Tecnología

Asisten ejecutivos de distribuidores, mayoristas, talleres, estaciones de servicio, centro de lavado, detallistas de repuestos

PRODUCTOS



SHOW DE AEROGRAFÍA



EXHIBICIÓN
DE AUTOS



AUTOS
MODIFICADOS



Regístrese anticipadamente en www.expoferretera.com/expoautomotriz-2012 o al teléfono 2231-6722 ext. 136 y adquiera un código con el que podrá ingresar gratuitamente a la feria. Precio sin registro: ₡2,000

Reserve su stand:

Braulio Chavarría, Asesor Comercial • Tel 2231-6722 ext 137 • Cel 8372-1192 • braulio.chavarria@eka.net

Best Value retoma sus fuerzas



Rafael Vargas, Gerente General de Importaciones Vega, señala que Best Value es una marca que ha estado con la compañía y el mercado por más de 15 años.



En Expocasa, Best Value lució sus galas frente a más de 30 mil visitantes.

Para ambos hablar de esta marca redundaba en lo mismo, pues los dos coinciden que además de tratarse de una línea muy completa de herramientas manuales y otros productos, detrás de cada artículo existe un respaldo fuerte, con garantías que sí cumplen, y sobre todo, con niveles altos de rotación.

Y es que para Julio Salas, Gerente General de Agrosericios La Carreta de Liberia, y para Jorge Araya (hijo), de Ferretería Jorcel, en San Ramón, contar con los productos Best Value, y con el respaldo de Importaciones Vega, ha sido un acierto, y el tiempo, según ambos, así lo demuestra.

“Hablamos de una marca posicionada muy fuerte en el mercado y en los compradores. Uno de sus fuertes valores es que la línea por sí misma es atractiva, lo que invita a los clientes a comprar”, dice Araya. En La Carreta trabajan esta línea desde que incursionó en el mercado, desde que Vega la puso en las ferreterías del país. “A nosotros nos ha ido excelente, son productos que se venden muy bien y nunca nos han dado problema”, afirma Salas.

Beneficios que premian

Precisamente, buscando ensanchar aún más sus fuerzas, Vega desarrolló dos estrategias que en definitiva buscan que los ferreteros no solo vendan más Best Value, sino que salgan aún más gananciosos.

En primer instancia Importaciones Vega participó en la pasada Expocasa, donde exhibió los principales productos de la marca, ante más de 30 mil visitantes.

“Cada visitante que se interesó en los productos, de una le indicábamos que cualquier herramienta la podría encontrar en cualquier ferretería del país”, afirma Rafael Vargas, Gerente General de Importaciones Vega. Posteriormente, para el pasado setiembre y este octubre, Vega y Best Value quieren premiar a las ferreterías con la rifa de 50 bicicletas para ciclismo de montaña.

En esta promoción pueden participar todas las ferreterías: ferreteros y demás personal, con solo llenar, en las boletas que andan los agentes de ventas de Vega. Esta boleta describe algunos de los valores de la línea, y quienes participen deben completar las frases con los beneficios que otorga Best Value en el mercado.

TECNOLOGIA



Tecnología sin límites a tu alcance

Saber que los Cables y Alambres Viakon® están fabricados con la tecnología más avanzada es saber que están mejor contruidos, que son más fáciles de instalar porque son más flexibles y cuentan con un Recubrimiento Altamente Deslizable RAD®, que conducen mejor la energía y duran más tiempo a tu servicio.

¿Qué más necesitas saber? Pues que están disponibles en las mejores ferreterías de Costa Rica en caja y en carrete para dar vida a tus proyectos de construcción y remodelación. Ahora ya lo sabes...

www.viakon.com
Información y Servicio:
exportaciones@viakon.com



VIKON®
CONDUCTORES MONTERREY
da vida a tu proyecto



Motor Sumergible Saer.



Bomba tipo Jet marca Saer. Modelo M80. 1 hp /115/230v.



Bomba periférica Saer. Modelo KF1. 115-230 Votios.

Distribuye: Alrotek •
Tel.: (506) 2452-1046



Sistema de presión (sistema hidroneumático), compuesto por bomba, motor eléctrico, tanque de presión y accesorios. Recomendado para lugares con problemas de presión o problemas de suministro de agua.



Cemento especial de resina de PVC y una mezcla de solventes para la unión de tuberías y accesorios de PVC en condiciones húmedas (no hay necesidad de secar la zona a pegar). Dada su densidad, es capaz de rellenar pequeñas diferencias en el calibre de las tuberías a unir.

Distribuye: Durman Costa Rica An Aliaxis Company • Tel.: (506) 2436 4700



Fosa séptica. Tanque fabricado de polietileno de alta densidad. Su función principal es tratar las aguas residuales provenientes de las descargas de baños y cocinas de la casa. Son ligeras y resistentes; fabricadas de una sola pieza garantizando su impermeabilidad, lo que evita problemas de fugas o contaminación de las aguas subterráneas. Fáciles de instalar y limpiar.



Amanco Ultratemp CPVC. Línea de tuberías, conexiones y pegamento para la conducción del agua caliente en las edificaciones.



Tanques de Agua. Tanque de rotomoldeo Amanco para agua potable con capacidad de almacenamiento de 1200 litros nominales.



Familia de Pegamentos Amanco. Línea de pegamentos Amanco para uso general, especialistas y amanco Ultratemp CPVC.

Distribuye: Mexichem (Amanco) • Tel.: (506) 2209-3400



Gran Promoción de Exhibidor Sylvania



- Exhibidor metálico GRATIS no desechable
111cm de alto
70 cm de ancho
27.5cm de profundidad
- Probador de bombillos incluido
- Entrega inmediata

Además...

¡Ahora tenés la oportunidad de ganarte una de las **5** mini laptops que estaremos rifando!

Por la compra de cada Exhibidor Sylvania, recibirás un cupón con el que quedarás participando en esta grandiosa rifa.

¡Consultá a tu distribuidor favorito!



* Promoción válida hasta el 30 de Noviembre de 2011

* El sorteo se hará el 7 de Diciembre en las oficinas de Havells-Sylvania



Boiler flujo mayor
Este conector flexible es trenzado con vinilo reforzado que ayuda a instalar el boiler, cuenta con una garantía de 10 año



Llave de control para agua ¼ de vuelta
Las llaves de control Coflex tienen una garantía de 10 años y están fabricadas con los más altos estándares de calidad, las llaves de ¼ de vuelta pueden ser angulares o rectas.



Conector Flexible para lavabo
El conector flexible Coflex para lavabo es trenzado en acero inoxidable y resiste presiones de trabajo hasta por 125 psi, es fácil y seguro de instalar, evita fugas instala Coflex.



Distribuye: Gil Coto Navarro • Tel.: (506) 2224-2278



Super Ducha S, con interruptor diferencial. Sistema de sellado y pared más gruesa, y mayor intensidad térmica. Flujo de agua concentrado.

Distribuye: Matex • Tel.: (506) 2291-7878



Grifo eléctrico. 3 temperaturas, sellado progresivo, no presenta desgaste por tiempo de utilización. Llave de agua con abre fácil.



Aspiradora Best 28 de Lavor. Línea profesional. Ideal para trabajos de jardinería, lavar carros, limpieza de aceras. Presión de 1900 psi, 120 V.

Distribuye: Reposa • Tel: (506) 2272-4066

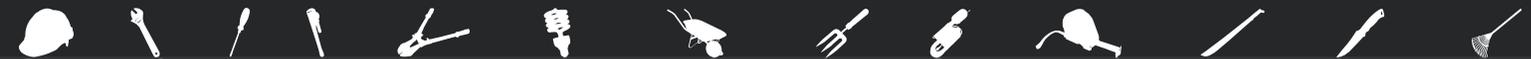


Aspiradora Whisper de Lavor. Muy silenciosa. Potencia máxima: 1250 W. Desagüe manual, encendido y apagado por interruptor de pie.

Sección patrocinada por:



FUERZA EN SU TRABAJO



30 años

PEDREGAL

BASE SOLIDA DE SU CONSTRUCCION

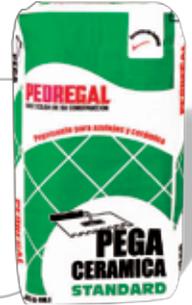


Mortero para Repello Grueso (40 Kg.)

- Mortero para repello de alta trabajabilidad y facilidad de acabado.

Pega Cerámica Standard (20 Kg.)

- Pegamento para instalar cerámica y azulejo utilizando el método de pega de capa delgada. • Uso en superficies nuevas en interiores.

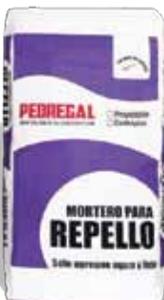


Mortero para Repello Fino (40 Kg.)

- Mortero para repello de Fino que se usa como capa de acabado sobre repello grueso, concreto, bloques, ladrillos, y sistemas livianos.

Pega Cerámica Plus (20 Kg.)

- Pegamento modificado con látex, para instalar cerámica, azulejo, gres y piedra natural • Uso en interiores y exteriores.



Mortero para Repello Proyectable (40 Kg.)

- Mortero para repello con aditivos y FIBRAS para evitar el fisuramiento.

Pega Cerámica Premium (20 Kg.)

- Pegamento de ALTO RENDIMIENTO, modificado con látex. • En interiores y exteriores e inmersión. • Disponible en color gris y blanco.



MORTEROS

PEDREGAL

Los morteros con mayor resistencia y durabilidad del mercado.

Consulte nuestro **CATÁLOGO** en línea

"DESDE LOS CIMIENTOS HASTA LOS ACABADOS **PEDREGAL** ES LA SOLUCIÓN EN SU CONSTRUCCIÓN"



www.pedregal.co.cr
email: ventas@pedregal.co.cr
servicio al cliente: 2298-4248

CENTROS DE PRODUCCIÓN: Belén · Nicoya · Barranca · Turrucare · San Carlos



TIPO DE CAMBIO DE REFERENCIA, VENTA, AL PRIMER DÍA DEL MES

	Ene	Feb	Mar	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Set	Oct	Nov	Dic
2008	499.74	499.29	497.92	497.04	522.89	522.75	556.61	556.77	559.07	560.51	536.75	560.85
2009	565.16	570.13	568.35	570.51	578.07	581.63	579.90	591.04	593.16	591.56	586.31	563.07
2010	571.81	565.11	558.45	528.09	515.56	546.38	541.02	522.71	511.26	515.73	519.18	512.84
2011	518.09	509.08	506.72	505.24	506.44	513.20	508.95	510.88	519.51			

Fuente: Banco Central. <http://www.bccr.fi.cr> (indicadores económicos / información diaria)

TASA DE VARIACIÓN DEL TIPO DE CAMBIO EN ÚLTIMOS 12 MESES (%)

	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Set	Oct	Nov	Dic
2008	-4.09%	-4.22%	-4.42%	-4.51%	0.49%	0.39%	3.89%	6.92%	7.27%	7.55%	6.88%	11.85%
2009	13%	14.19%	14.14%	10.53%	16.23%	11.24%	10.92%	6.15%	6.43%	5.78%	4.59%	4.90%
2010	1.95%	-0.01%	-2.05%	-7.44%	-10.81%	-6.06%	-6.70%	-11.56%	-13.81%	-12.82%	-11.45%	-8.92%
2011	-9.39%	-9.91%	-9.26%	-4.33%	-1.77%	-6.07%	-5.93%	-226%	1.61%			

Fuente: Banco Central. (Estimación Ecoanálisis)

LIBOR A 6 MESES AL PRIMER DÍA DEL MES (%)

	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Set	Oct	Nov	Dic
2008	3.186	2.96	2.63	2.75	2.8	3.21	3.14	3.12	3.25	4.13	2.59	1.75
2009	1.66	1.80	1.72	1.55	1.23	1.23	1.09	0.90	0.73	0.63	0.57	0.48
2010	0.43	0.38	0.38	0.44	0.53	0.76	0.75	0.65	0.50	0.46	0.46	0.47
2011	0.45	0.46	0.46	0.46	0.43	0.40	0.39	0.43	0.49			

Fuente: Banco Central. <http://www.bccr.fi.cr> (indicadores económicos / tasas de interés)

INFLACIÓN DEL MES Y ACUMULADA

	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Set	Oct	Nov	Dic
I-2010	1.63%	0.69%	0.24%	0.06%	0.52%	0.24%	0.32%	0.20%	-0.08%	0.47%	0.66%	0.74%
A-2010	1.63%	2.32%	2.57%	2.63%	3.16%	3.41%	3.75%	3.95%	3.87%	4.36%	5.04%	5.82%
I-2011	0.68%	0.44%	0.25%	0.15%	0.67%	0.56%	0.34%	0.26%				
A-2011	0.68%	1.12%	1.37%	1.53%	2.21%	2.78%	3.13%	3.39%				

Fuente: Banco Central. <http://www.bccr.fi.cr> (indicadores económicos / índices)

Proyección: **EKA**

15%

INFLACIÓN DE LOS ÚLTIMOS 12 MESES

	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Set	Oct	Nov	Dic
2010	5.23	5.48	5.71	5.44	6.08	6.15	5.55	5.10	4.91	5.15	5.97	5.69
2011	4.74	4.49	4.50	4.59	4.74	5.06	5.08	5.14				

Fuente: Banco Central. <http://www.bccr.fi.cr> (indicadores económicos / índices)

TASA BÁSICA PASIVA AL PRIMER DÍA DEL MES (%)

	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Set	Oct	Nov	Dic
2008	7	7.25	5.5	5.25	4.25	5.0	5.5	7	8.5	9.25	10.75	11
2009	11.50	11.25	12.0	11.75	11.50	11.25	11.00	12.00	11.50	11.50	9.00	9.25
2010	8.25	8.00	8.00	8.50	7.75	8.50	8.25	8.00	8.25	7.50	7.50	7.00
2011	8.00	7.75	7.50	7.50	7.00	7.25	7.25	7.25	7.25			

Fuente: Banco Central. <http://www.bccr.fi.cr> (indicadores económicos / tasas de interés)

PRIME RATE AL PRIMER DÍA DEL MES (%)

	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Set	Oct	Nov	Dic
2008	6.5	6.0	5.25	5.25	5.0	5.0	5.0	5.0	5.0	4.5	4.0	3.25
2009	3.25	3.25	3.25	3.25	3.25	3.25	3.25	3.25	3.25	3.25	3.25	3.25
2010	3.25	3.25	3.25	3.25	3.25	3.25	3.25	0.00	3.25	3.25	3.25	3.25
2011	3.25	3.25	3.25	3.25	3.25	3.25	3.25	3.25	3.25			

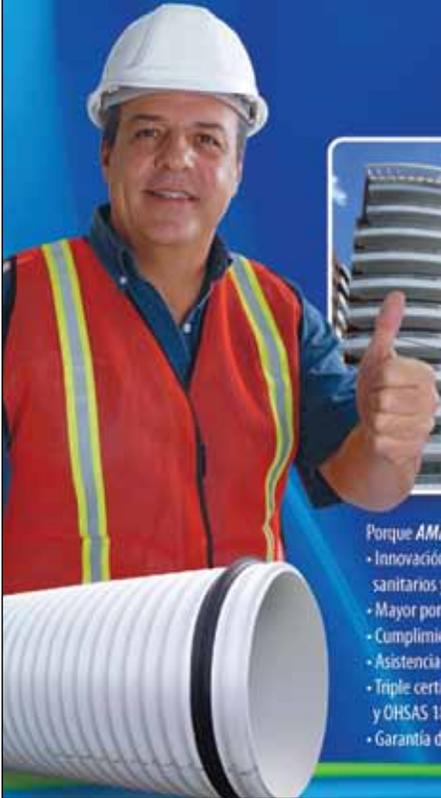
Fuente: Banco Central. <http://www.bccr.fi.cr> (indicadores económicos / tasas de interés)

EXPORTACIONES FOB EN MILLONES DE EUA DÓLARES

	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Set	Oct	Nov	Dic
2007	697.33	697.23	857.30	731.93	864.85	817.45	732.75	805.61	748.95	855.72	813.18	714.73
2008	722.48	848.25	837.07	886.99	842.59	791.39	798.49	794.00	811.48	904.93	658.09	607.92
2009	619.12	686.42	775.52	733.27	759.99	747.69	740.22	743.96	747.47	792.64	753.39	688.73
2010	729.50	748.40	918.70	781.40	834.30	776.20	754.40	745.20	759.5	757.7	752.10	717.10
2011	689.60	808.60	955.60	885.60	880.30	855.20	804.50	822.00				

Fuente: Banco Central. <http://www.bccr.fi.cr> (indicadores económicos / externo)

Los expertos prefieren AMANCO



FORMULAMOS
SOLUCIONES.
MULTIPLICAMOS
POSIBILIDADES.

Porque **AMANCO** es:

- Innovación en sistemas hidráulicos de agua potable, drenajes sanitarios y pluviales.
- Mayor portafolio de productos del mercado.
- Cumplimiento de estrictas normas internacionales.
- Asistencia técnica.
- Triple certificación ISO 9001 (Calidad) ISO 14001 (Medio ambiente) y OHSAS 18000 (Salud y seguridad ocupacional).
- Garantía del fabricante.



EXIJA CALIDAD SUPERIOR

MEXICHEM COSTA RICA S.A.

Del Puente Francisco J. Orlich 150 mts. Oeste, La Asunción de Belén, Heredia - Apdo: 3482-1000
Tel: (506) 2209-3510 - Fax: (506) 2209-3511
www.amanco.cr

¡...Suba seguro en lo Mejor...!



Escalera Dos Bandas Un Acceso



Escalera Dos Bandas Doble Acceso



Escalera Convertible



Escalera Multi-Propósitos



Escalera Recta



Escalera Extensión



Escalera Dos Bandas Un Acceso



Escalera Dos Bandas Doble Acceso



Escalera Recta



Escalera Empotrada



Escalera Emplacada



INCO
TODO EN ALUMINIO Y VIDRIO

Industrias Consolidadas, S.A. de C.V. - Final 1a. Av. Nte. Soyapango, S.S. El Salvador, C.A.
Tel: (503) 2207-6100 Fax: (503) 2227-0077 Email: info@inco.com.sv Website: www.inco.com.sv

Buscanos en: [f Inco Escaleras](#) [t Inco_escaleras](#) [m Incosv_escaleras](#) [v Inco Escaleras](#) [fr Inco Escaleras](#)

EL FERRETERO

Juan Gutiérrez, conocido como “Cutín”, es un ferretero que tiene una perspectiva diferente para mirar su negocio: trabaja con los “zapatos” puestos, pero poniéndose los de sus clientes, así descubre la forma que más le gusta a sus compradores ser tratados.

Esto es una “maravilla”



“Cutín” Gutiérrez es propietario de dos negocios en Puriscal: La Maravilla # 1 con 2300 m², y La Maravilla # 2 con 4000 m².

Ese día llegamos sin percatarnos que hacía cerca de 15 años habíamos pisado los terrenos de aquel negocio. Y fue cuando “Cutín” salió a nuestro encuentro, y no pudimos evitar reconocer aquella cara tan familiar, y que hacía tres lustros habíamos fotografiado en compañía de uno de sus clientes.

- “Pero usted es el mismo, no cambia”, le dije... - “Es que aquí en Puriscal, es más fácil jugar trompos con Obama que la gente se muera”, me contestó, al tiempo que apretaba mi mano con fuerza como para darme a entender que tampoco el paso de los años había causado mella en las ganas de trabajar.

Si usted llega a Puriscal y pregunta por Juan Gutiérrez, quizás muy pocos podrán orientarlo, pero si dice que busca a “Cutín” cualquiera le dirá que es el dueño del Depósito La Maravilla, y de inmediato lo mandarán hacia el oeste del pueblo.

Gutiérrez dice que ya tiene 25 años de andar en esto de la ferretería, y que ya su negocio cuenta con dos establecimientos, uno en el centro y otro a la entrada del cantón. Y a su estilo afirma que “cuando el zapato estruja, se busca uno más grande...”.

Pero dejemos que sea el mismo “Cutín” quien nos relate un poco de su historia de ferretero, de

vendedor, de trabajador y de amante del “zorrillo”, esa planta medicinal que muchos toman para levantar la energía.

Siempre he creído que un día en el centro de Puriscal será muy difícil trabajar por la incomodidad, el tránsito y al ver que el 95% de mis clientes vienen en sus carros, en un momento se les va a ser difícil para las cargas de material, y por eso decidí abrir otro negocio un poco más en las afueras.

Ponerle al negocio La Maravilla fue todo un reto. La Maravilla indica que al cliente hay que darle más y más todos los días, hay que ser una maravilla con los compradores. Y es que después de Dios, aquí están los clientes, ellos son los patrones directos e indirectos del negocio, y a todos hay que escucharlos.

Futbolista

Precisamente, un día me pasó que llegó una señora alterada por una situación adversa que le pasó en otro depósito, allá donde “Güín”, y luego de oírlo por largo rato, y cuando terminó de desahogarse le dije, - señora, nada más hay un pequeño detalle, que la factura es de “Güín” y aquí usted está donde “Cutín...”. Siempre he creído que es de inteligentes escuchar a las personas y más cuando vienen con

los nervios alterados y aquí tienen esa comodidad, pues nunca le hemos puesto un problema adicional al que ya trae el cliente.

Y para los que no saben, este mote de “Cutín” nació hace tiempo, cuando quise ser futbolista, a eso de los 7 años, en el momento en el que estaba en lo más y mejor “Cuty” Monge (ex jugador con varios equipos de Primera División), y como andaba con el pelo un poco parado, me empezaron a decir “Cutincillo”, y aunque al principio hasta rojo de la cólera y el enojo me ponía, terminé por aceptarlo y me quedé “Cutín”.

Fanático

Desde que recuerdo, he sido un fanático del trabajo. Para mí trabajar es la forma de liberar energía, y lo que más me gusta es hablar y relacionarme con la gente. Por eso, me han dicho que en mi vida anterior de seguro era un león porque me gustaba la gente...

Creo que cuando se llega a entender a los compradores, uno se da cuenta que cada persona que ingresa al negocio nos da la oportunidad de impregnarle una marca en su espalda. Con que salgan y que al menos digan “yo tomé café en La Maravilla”, es algo invaluable.

Una vez una señora venía con

frecuencia, pero nunca se llevaba nada, y cuando pregunté los muchachos me indicaron que jamás compraba, entonces me propuse que algo tenía que llevarse y decidí atenderla personalmente.

Cuando volvió a llegar, le ofrecí de todo y nada. Al final, le dije: - “señora permítame invitarla un cafecito”, - “eso sí”, me dijo. Y nos tomamos una taza de café. Apenas se marchó, los muchachos me dijeron riendo que una vez más la señora se había ido sin llevar nada, y les indiqué: - “ustedes sí son negativos, claro que se llevó una taza de café”. Muy al tiempo, cuando sus hijos necesitaron construir, ella regresó con cada uno de ellos a comprar sus materiales aquí.

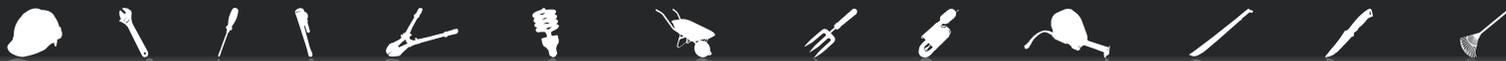
Asimismo, una vez escuché un cliente que después de una compra dijo: - “ahora sí, no me quedó ni para almorzar”, y de inmediato le indiqué: ¿cómo que no? Yo tampoco he almorzado, véngase conmigo y almorzamos. Estando en el restaurante me advirtió que nunca imaginó comer con alguien tan importante, pero yo le refuté al decirle que importante era él, pues con su aporte hizo que La Maravilla cumpliera su objetivo de vender.

Este mercado es de muchas oportunidades y todas son como el viento, porque si se dejan pasar, simplemente pasan.

Sección patrocinada por:



FUERZA EN SU TRABAJO



LISTA DE ANUNCIANTES

Empresa	Contacto	Cargo	Teléfono	Fax	Apartado	Email
Abonos Agro	Michael López	Mercadeo	2212-9417		N.D	mlopez@abonosagro.com
Celco de Costa Rica	German Obando	Gerente General	2279-9555	2279-7762		gobando@celcocr.com
Capris	Gerardo Gutiérrez	Director Comercial	2519-5000	2232-8525		gerardo.gutierrez@capris.co.cr
Coflex	Mauricio Coronado	Vicepresidente	5281 8389			
Conductores Monterey	Mauricio Soto	Gerente Comercial	2589-1335	2589-2126	N.D	viakoncr@gmail.com
Dicolor	Edgar Rodríguez	Gerente General	2433-2727	2433-2423		erodriguez@pinturasdicolor.com
Distribuidora Reposa	Raúl Pinto	Gerente General	2272-4066	2272-1693	N.D	rpinto@disreposa.cr
Eaton	Walter Angulo	Gerente General	2247-7600			walter.angulo@eaton.com
Henkel de Costa Rica	Marvin González	Gerente Ventas	2277-4800	2277 48 83	101-3007	marvin.gonzalez@cr.henkel.com
Imacasa Costa Rica	Andrés Zamora	Gerente General	2293-2780	2293 46 73	N.D	azamora@imacasa.com
Importaciones Vega	Rafael Vargas	Gerente General	2494-4600			rvargas@importacionesvega.com
INCO	Tania Martínez	Gerente Exportaciones	(503) 2207-6100	(503) 2201-0077		region4@inco.com.cv
INTACO	Roger Jiménez	Gerente Comercial	2211-1717	2221-2851	N.D	roger.jimenez@intaco.com
Kativo Costa Rica	Adriana Brenes	Mercadeo	2518-7300	N.D	N.D	adriana.brenes@hbfuller.com
Lanco Harris Manufacturing	Ignacio Osante	Gerente General	2438-2257	2438-2162	7898 1000	lancoyharris@racsa.co.cr
Madisa	Martín Tagle	Gerente Comercial	2010-6310			pma@madisaonline.com
Mexichem Costa Rica	Laura Segura	Departamento Comercial	2209-3208	2239-0971		laura.segura@mexichem.com
Pedregal	Servicio al Cliente		2298-4211			ventas@pedregal.com
Plycem	Servicio al Cliente		2575-4310			servicioalcliente@plycem.com
Rosejo	Rodrigo Martínez	Gerente Ventas	2296-7670	2232-7708	N.D	rmartinez@rosejo.com
Sur Química	Eduardo Fumero	Gerente General	2260-8840	2260-8895	N.D	fvillalobos@ternium.com
Universal de Tilos y Htas.	Oscar Castellanos	Gerente General	2243-7676			gerencia@unitorni.com

¿Cómo ser un líder de líderes?



¿Está a cargo del Recurso Humano de su empresa? Entonces Congente, el Congreso Internacional de Recursos Humanos es para usted

- ✓ 2 días de conferencias
- ✓ Desayunos de discusión
- ✓ Más de 20 charlas y mesas redondas
- ✓ Almuerzos con colegas
- ✓ Área de exhibición de proveedores

con gente
El congreso Internacional de RRHH

9 y 10 de noviembre, 2011
Hotel Crowne Corobici

Para más información:
Sergio Murillo Q. Tel: 2231-6722 ext.143
sergio.murillo@eka.net

vea todas las conferencias en www.congente.org

EMPRESA TELEFONO FAX

ABRASIVOS

3M COSTA RICA	2277 11 60	2260 38 38
ABONOS AGRO	2212 93 00	2255 33 38
CAPRIS	2519 50 00	2232 85 25
CEL INTERNACIONAL	2432 58 68	2440 18 39
DISTRIBUIDORA REPOSA	2272 40 66	2272 16 93
TRANSFESA	2210 89 00	2291 0731
ROSEJO	2296 76 70	2232 00 48

ACABADOS Y CONSTRUCCIÓN

ABONOS AGRO	2212 93 00	2255 33 38
FORJAITAL	2244 86 86	2244 76 76
FUENTES ORNAMENTALES	2282 10 39	2203 82 23
INTACO	2211 17 17	2221 28 51
LATICRETE	2233 41 59	2221 99 52
DISTRIBUIDORA DE HIERRO Y ACERO	2233 99 25	2223 11 01
IMPERSA	2218 11 10	2218 11 07
RENTECO	2257 43 73	2257 43 87
PLYCEM	2575 43 00	2553 25 80
DISMATEC	2430 65 40	2430 65 40

ACCESORIOS ELÉCTRICOS E ILUMINACION

ABONOS AGRO	2212 93 00	2255 33 38
AEA	2255 36 19	2257 31 55
EATON ELECTRICAL	2247 76 09	2247 76 83
ILUMINACIÓN TECNOLITE	2256 89 49	2248 98 60
CONINCA	2231 75 36	2231 74 81
ELECTROVÁLVULAS	2285 26 85	2285 28 85

AUTOMOTRIZ

CAPRIS	2519 50 00	2232 85 25
MADISA	2233-6255	2257-1761
SUPER BATERIAS	2214 54 54	2250 44 02
ARFOSA DE LA UNIÓN	2285 22 60	2285 22 60
MISTRAL	2573 70 12	2573 70 79

BOMBAS Y TANQUES PARA AGUA

ALROTEK	2452 10 46	2452 10 79
CEMIX	2254 32 00	2254 34 00
LA CASA DEL TANQUE	2227 37 22	2226 52 18

CABLES Y ELECTRÓNICA

AUDIO ACCESORIOS	2218 14 39	2219 27 18
CONDUCTORES MONTERREY (VIKON)	2589 13 35	2589 21 26

CERRAJERÍA, CERRADURAS

ATIKO WORLD	2296 28 15	2220 44 27
-------------	------------	------------

CLOSETS

HOGGAN INTERNACIONAL	2256 86 80	2233 33 95
----------------------	------------	------------

DECORACIÓN

CANET	2225 22 95	2225 73 24
-------	------------	------------

ESTANTERÍA INDUSTRIAL

VERTICE	2256 60 70	2257 46 16
ATOX	2223 86 72	2221 78 95

EMPRESA TELEFONO FAX

FERRETERÍA

DISTRIBUIDORA REPOSA	2272 40 66	2272 16 93
PROVEDURÍA TOTAL FERRETERA	2219 32 32	2259 12 96
TRANSFESA	2210 89 00	2291 07 31
UNIDOS MAYOREO	2275 88 22	2275 06 47
ROSEJO	2296 76 70	2232 00 48

GRIFERÍA

ICEC	2213 50 50	2213 50 51
TRANSFESA	2210 89 00	2291 07 31
COFLEX	(52)81 8389 2800	(52)81 8389 2810

HERRAMIENTAS

IMACASA	2293 36 92	2293 46 73
MADISA	2233-6255	2257-1761
TRANSFESA	2210 8900	2291 0731
COFERSA	2205 25 25	2205 24 26

HERRAMIENTAS PARA JARDINERÍA

VEDOBA Y OBANDO	2221 98 44	2223 32 16
SUVA INTERNACIONAL	2257 55 50	2257 55 51
IMACASA	2293 36 92	2293 46 73

MEZCLADORAS DE CONCRETO

MEZCLADORAS VIQUEZ	2430 27 27	2430 29 82
--------------------	------------	------------

PINTURA

CELCO DE COSTA RICA	2227 95 55	2279 77 62
LANCO HARRIS	2438 22 57	2438 21 62
SUR QUÍMICA	2211 34 00	2256 06 90
KATIVO	2518 73 00	2216 61 84
GRUPO SÓLIDO	2215 23 03	2215 26 39

PINTURAS EN AEROSOL

DISTRIBUIDORA REPOSA	2272 40 66	2272 16 93
MEGALÍNEAS	2240 36 16	2240 26 29
ROSEJO	2296 76 70	2232 00 48

PLÁSTICOS



PLASTIMEX S.A.
Servicio • Variedad • Calidad
Tel. 2453-1251
Fax. 2453-1873
ventas@plastimexsa.com • www.plastimexsa.com

SALUD OCUPACIONAL

SUNNY VALLEY	2290 58 20	2290 58 20
--------------	------------	------------

SILICONES Y ADHESIVOS

MEGALÍNEAS	2240 36 16	2240 26 29
DISTRIBUIDORA REPOSA	2272 40 66	2272 16 93
ROSEJO	2296 76 70	2232 00 48

TORNILLERÍA

TORNILLOS LA URUCA	2256 52 12	2258 39 09
TORNECA	2207 77 77	2207 77 02
TORNICENTRO	2239 72 72	2239 28 28
UNIVERSAL DE TILLOS Y HTAS	2243 76 76	2256 40 90

**Información: Mariela Smith. Tel. 2231-6722 ext. 150
email: mariela.smith@ekaconsultores.com**

Flexiamant super

***¡...que su
tronzadora sea
más eficiente!***

- Para cortar hierro y acero en Tronzadoras de banco de 14" de diámetro
- Alta potencia y larga vida útil



Código	Dureza	Clase de calidad	Diámetro x grosor x perforación mm	Modelo	Nº de revoluciones máx./min	Unidad de empaque
505139	Duro	A30-R	350 x 3 x 25.4	—	4.365	10

metabo[®]

8000 CAPRIS (227-747)
www.capris.cr



El disco de Diamante, tan resistente como valioso en su trabajo



Promotion

Para uso en materiales de construcción en general:

- Hormigón
- Hormigón lavado
- Arenisca dura
- Ladrillo de arcilla
- Travertino



Código	Diámetro x grosor x perforación mm	Modelo	Nº de revoluciones máx./min	Unidad de empaque
504953	115 x 22		13.300	10
504954	180 x 22		8.500	10
504955	230 x 22		6.600	10

metabo[®]

8000 CAPRIS (227-747)
www.capris.cr



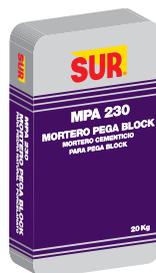
Soluciones *para todo*



Repello Fino y Grueso



*Mortero pega cerámica
Estándar-Plus-Premium*



Pega Block



Mortero Impermeabilizante



Repello muro seco



*Mortero para
Repello Lanzado*

SUR pone a su disposición una gama de productos y sistemas, ofreciendo soluciones integrales para la construcción.