

tuercas y tornillos



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



**expo**  
**FERRETERA**  
*su herramienta de negocios*  
1, 2 y 3 Junio 2012, Pedregal

## De 25 m<sup>2</sup> a 10 mil

Edgar Picado (derecha) con su negocio Agrologos, en Guatuso de San Carlos, ha encontrado la combinación para hacer que más de 300 clientes diarios visiten su tienda. Cuenta con un inventario completo en ferretería, materiales de construcción y productos agroveterinarios. Lo acompaña su hijo Carlos Andrés.

- 30** Nicaragua: sabe de ferretería
- 22** Especial productos innovadores
- 17** Expoferretera alista sorpresas
- 10** Franquicia ferretera alista cambios

**28** Sección Automotriz

ISSN 1409-2301



PORTE PAGADO PERMISO Nº 130  
PORTE PAYÉ

MAYO 2012 AÑO 16 / NO. 191

# ¡Máxima protección contra la humedad!

## Línea más completa de Impermeabilizantes

INTACO ofrece un amplio surtido de impermeabilizantes que funcionan para prevenir futuros problemas de humedad y reparar los daños causados por la exposición al agua.

### Maxiseal® Standard

Impermeabilizante decorativo para detener humedad leve.



### Maxiseal® Plus

Mortero impermeabilizante para detener humedad moderada.



### Maxiseal® Flex

Mortero impermeabilizante flexible para detener humedad severa.



### Maxilastic®

Membrana impermeabilizante y aislante de fisuras.



# ¡Sólo hay una Metabo!

## Esmeriladora angular superior

230MM 2400W, 6600RPM, 120V/60HZ/1F, Metabo

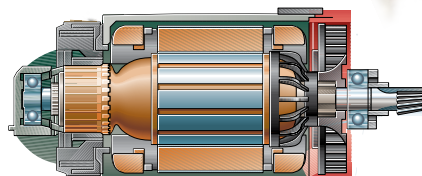
Código: 100941



9" Ø

Potencia Efectiva  
1650 watts

- Empuñadura principal gira sin necesidad de herramientas
- Escobillas de carbón autodesconectantes
- Interruptor de seguridad de Metabo: bloqueo para evitar una conexión involuntaria
- Cubierta protectora protegida contra torsión, ajustable en pocos segundos sin herramientas
- Vibra-Tech (MVT): sistemas de amortiguación integrados que reducen las vibraciones en todas las áreas de sujeción.
- Empuñadura Metabo Vibra-Tech (MTV) Reduce la vibración.
- Motor Maratón; libre de polvo por rejilla protectora de bobinado.



MARATHON  
MOTOR

### Datos Técnicos:

Diámetro del disco	230mm
Potencia absorbida	2400 W
Potencia suministrada	1650 W
Revoluciones bajo carga nominal	6600 r.p.m.

**metabo**<sup>®</sup>

8000 CAPRIS (227-747)  
[www.capris.cr](http://www.capris.cr)



# 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**<sup>®</sup>

8000 CAPRIS (227-747)  
[www.capris.cr](http://www.capris.cr)



# LANCO®

## NUEVO

# DURA-LIFE

## THE WATER TERMINATOR

Impenetrable repelente de agua que evita la formación de hongos y algas en pisos, techos y paredes de concreto.



**GANADOR AL PRODUCTO INNOVADOR  
EN EXPO FERRETERA 2011**

### ¡REPELE EL AGUA!

- Se fusiona con la superficie
- Impermeabiliza cemento, ladrillo, teja y fibrocemento
- Evita manchas de hongos y algas
- 100% transparente
- No se mancha
- Fácil de aplicar



**Se fusiona al concreto**



### 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](http://www.lancopaints.com)

Síguenos en





## 36 EL FERRETERO Agrologos en Guatuso de San Carlos

### De 25 m2 a 10 mil

Un negocio que, con tino, combina productos del agro, veterinaria, mayoreo, ferretería y materiales de construcción.

Edgar Picado (derecha), Propietario de Agrologos, en Guatuso de San Carlos, realizó toda una feria en conjunto con sus proveedores.

## CONTENIDO

### 8 PINCELADAS

### 17 EXPOFERRETERA

#### Sáquele el jugo a la feria

Hay diferentes formas de sacar provecho a una feria. La sola asistencia, le permite estar vigente y actualizarse en un sector ferretero cada vez más competitivo.

### 18 MERCADEO

#### Cuando la marca es la tienda

Como acertadamente ha dicho el Dr. Ken Robinson: "el modelo de enseñanza que se usa actualmente en los colegios e instituciones de educación superior es para formar "profesores universitarios".

### 20 EN CONCRETO

#### ¿Cómo manejar inventarios inteligentes?

Es harto conocido que el inventario ocioso acarrea un costo sustancial para cualquier empresa ferretera. ¡La clave está en pasar de las "pegas" a un inventario inteligente!

### 34 EL DEPENDIENTE

¿Conseguirán una buena participación en la red de distribución?

### 35 CIMIENTOS



## 22 ESPECIAL DE PRODUCTOS INNOVADORES

La clave para vender más se encuentra instaurada en la innovación de la oferta. Basta un 5% de innovación en su inventario para establecer diferencias. Los proveedores conocedores de este factor, tratan de pulirse con productos bajo esta tendencia.

## 30 ESPECIAL DE NICARAGUA

Los ferreteros nicaragüenses, aunque con menos desarrollo que Costa Rica, saben que en el país hay potencial para vender más todos los días. Más del 80% se encuentra integrado en una asociación y empiezan a aliarse con proveedores internacionales.



## 28 AUTOMOTRIZ

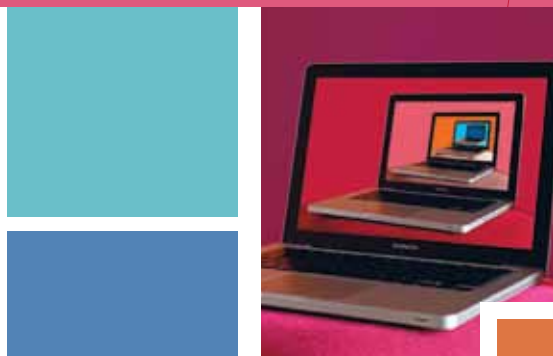
- Alta tecnología automotriz
- ¡En Bosch se tomaron las pastillas!



# EN PROTECTO

te traemos desde hoy  
las tendencias del mañana.

Different  
worlds



Además te presentamos el  
color de moda para este año:

## Tea Dance



## Te presentamos una de las cinco tendencias de decoración para este 2012:

“Different Worlds” se trata de mezclar la ciencia ficción y la fantasía con la realidad. La tecnología de hoy día nos permite estar en mundos diferentes al mismo tiempo: en un minuto puedes estar con tu tía en Brasil a través de Skype, y al siguiente estás jugando de manera online con personas en Finlandia. El surrealismo es una técnica milenaria para enganchar el ojo que nunca deja de encantar.

Conoce las demás tendencias de decoración para este año en las tiendas Protecto Decor y solicita de manera gratuita nuestro servicio de asesoría en decoración.

Para más información pregunta en nuestras tiendas Protecto Decor o Distribuidores autorizados.

# En nuestra próxima edición

JUNIO / TYT 192

## Ranking de las 120 de TYT

Las ferreterías que dominan el mercado costarricense

## Automotriz:

### Especial de limpieza

Accesorios para limpieza de autos: ceras, aromatizantes, champús, restauradores de interiores, tratamientos para aros y llantas.

Cierre Comercial: 14 de mayo

## Anúnciese en TYT



Braulio Chavarría  
braulio.chavarría@eka.net  
Tel.: 2231-6722 ext.137  
Apartado 11406-1000  
San José, Costa Rica  
Cel: 8372-1192

## Reciba una Suscripción Anual de Cortesía\*

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

\*Aplican Restricciones

Más información



## CARTAS

### Hablemos de construcción

El sector construcción del país crecería en un 2,6% según lo estimó el Banco Central de Costa Rica, con lo que se marca el inicio de la recuperación de la industria, después de un largo tiempo con decrecimientos.

Generar más empleos directos, aumentar el número de metros cuadrados construidos y finalizar el año con un crecimiento del 5%, son los pronósticos del sector construcción para este 2012.

Gonzalo Delgado, Presidente de la Cámara Costarricense de la Construcción (CCC), aseguró que a pesar de una economía sensible y hasta turbulenta como citan algunos expertos, el panorama es positivo...

EKA La Revista Empresarial, invita a participar de la charla el miércoles 16 de Mayo en el Hotel Real Intercontinental, para analizar la situación actual y futura del sector construcción en Costa Rica.

### Inversión

1 Participante: \$195 dólares

2 Participantes: \$175 dólares c/u

3 Participantes o más: \$165 dólares c/u

Más información: Mariela Smith. Tel.: 2231-6722 ext 150. Cel.: 6026-5683. Correo electrónico: [mariela@ekaconsultores.com](mailto:mariela@ekaconsultores.com)



3,996 vistas en

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

## Nuestros puntos de distribución

Encuentre ejemplares de TYT en:



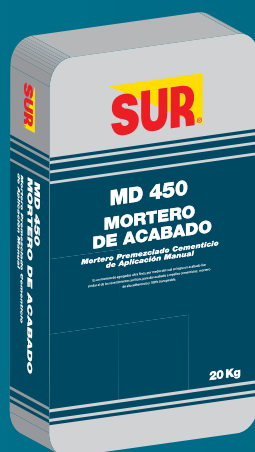
6 MAYO 12 TYT • [www.tytenlinea.com](http://www.tytenlinea.com)



# Mortero DE ACABADO

Es un mortero de agregados ultra finos, por medio del cual se logra un acabado liso similar al de los revestimientos acrílicos, para dar acabado a repellos cementicios; es un mortero de alta adherencia y 100% transpirable.

- Acabo Fino.
- No requiere lijado.
- Para exteriores e interiores.
- Se puede aplicar sobre cualquier superficie cementicia.
- Color blanco.



agua de la mezcla



rendimiento



se nota  
que es



800-SUR-2000

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



Hugo Ulate Sandoval  
hugo.ulate@eka.net

**S**i miramos al fútbol, a pesar de que no hay armamento bélico, si se analiza un poco, es muy parecido a la guerra. Hay dos contendores, que aunque sean 11 en un terreno, bien podría compararse con un ejército, ambas escuadras enarbolan sus banderas, poseen un uniforme diferente, se rigen por una táctica y estrategia que sacan a relucir hasta el momento indicado.

En este caso, el gol viene a representar ese golpe de cañón certero y que los más estrategias aprovechan ese momento de confu-

# ¡En guerra avisada, competencia neutralizada!

sión de su contendor, para tratar de asestarle otro golpe.

Igual pasa con las empresas, igual sucede con la competencia, así de idéntico pasa en el sector ferretero.

Cuando se sabe que la competencia está latente, lista a escurriñar nuestros movimientos, hay que estar preparado con una estrategia.

Es importante crear las situaciones y circunstancias que propicien la realización de los planes. Actuar de acuerdo con las ventajas y así tomar control del balance. O lo que es lo mismo, si se conoce al competidor, se conocen nuestras ventajas para actuar sobre las debilidades del contendor.

Las guerras se basan en tratar de “engañar” al “enemigo”. Mostrarle o fingir debilidad cuando ésta no

exista. Se debe evitar sus fortalezas, enfurecer y confundir, se debe estimular su arrogancia, mantener bajo presión y desgastarlo, cuando esté unido hay que dividirlo y atacarlo cuando no esté preparado.

Y en la “jungla” empresarial, pasa exactamente igual como cuando hemos sido testigos que los grandes de la tecnología, cuando más parece que duermen, saltan al mercado con una sorpresa, con un producto, capaz de dejar “tendidos” y sin reacción a sus competidores. Por ejemplo, la salida del Iphone.

Hay que ir adelante, y necesariamente, en mercados tan dinámicos, la única forma posible es tener una medición clara de lo que hace su competencia, y no para copiar, sino para doblegarla...

## 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  
Daniel Piedra Brenes

### Foto de Portada

Hugo Ulate

**BESTLY®**

Pintura  
Spray



**ACRILICA  
FAST DRY  
ANTICORROSIVA**

Distribuye:  
Relieve America PZ S.A.  
Tel: (506) 2291-5765



Leonardo Barquero, Gerente de Ventas y Carlos Jenkins, Proveedor fueron los bastiones que pusieron la feria a moverse a todo ritmo.

## Medio siglo en JR Vargas

Los conocimos cuando el negocio estaba por renovarse y dar el salto al sistema de autoservicio, diríamos que hace más de 10 años, y ahora lo volvimos a encontrar, pero esta vez celebrando su “media teja”, su medio siglo, sus 50 años, su 100 a medias, pero festejándolo a lo grande.

Es la Ferretería Juan Roberto Vargas, en Atenas, que a punta de fuegos artificiales, conciertos, promociones, descuentos y toda una feria con sus proveedores, montaron su fiesta de aniversario, junto con los más de 1200 clientes que les visitaron durante los 3 días de cumpleaños. Leonardo Barquero, Gerente de Ventas de la ferretería indicó que la presencia de más de 14 casas ferreteras y las actividades que “realizamos hizo que mucha gente nos visitara”, lo que al final se ve reflejado, necesariamente, en un aumento de las ventas.



La familia Vargas mostró su complacencia por estos 50 años. Juan Roberto Vargas (de camisa a cuadros) fue el precursor del negocio.



Megalineas presentó en la feria algunas de sus promociones y su nueva línea de jardinería.

# FUERZA

## EN SU TRABAJO

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

¡Agua Caliente al Instante!



**FAME**



Visítenos en  
Expoferretera 2012  
Stand # B02 y B04



José Ángel "Chepo" Ramirez  
Ferretería Brenes, Heredia  
Las duchas Fame son un producto excelente, sobre todo por el soporte de servicio que brinda Matex y que nos ayuda a vender más.  
Las duchas son muy competitivas y tienen la ventaja de que su resistencia, contrario a otras marcas, es muy fácil de cambiar.



Carlos Jenkins, Ferretería JR Vargas, Atenas, Alajuela  
Es una excelente ducha, muy gustada por los clientes. Fame, a diferencia de la competencia, es más robusta, tiene 4 temperaturas, lo que ayuda al ahorro de energía y su resistencia es sumamente fácil de cambiar. Recomendando este producto al 100%.



Luis Venegas, Materiales Meza, Alajuela  
Estamos muy satisfechos con las duchas Fame, pues representan una alternativa importante para el mercado, ya que los clientes tienen una opción más de calidad a la mano. De parte de Matex, hemos recibido un muy buen servicio de soporte.

Distribuidor Autorizado:

**MATEX**

Información y Ventas al: 2291-7878



## PINCELADAS

### Se lo tenían "calladito"

Cuando hablábamos con Tracy Porras, Gerente de Construrama, cadena de ferreterías comandada por Cemex, nos decía que a diferencia de CosntruRed, su inmediato competidor bajo el mismo esquema de franquicias, "el ferretero toma la decisión o no de comprarnos". Ante esto Christian Dedeu, Gerente General de ConstruRed dice que si el ferretero encuentra alguna mejor opción en cemento, "revisamos para buscar igualarla".

Bueno, y es que en ConstruRed "calladitos" como se les había sentido, desde hace días en el mercado, al parecer estaban planeando algunas estrategias y de paso estrenaron a Dedeu como su nuevo gerente, con más de 15 años de experiencia en el mercado de venta al detalle y en Red Minetti, una red de ferreterías que cuenta con más de 500 puntos de venta en Argentina, lo que podría decirse que con los 50 afiliados y 30 socios en proceso que posee CosntruRed, este mercado debería ser "pan comido" para Dedeu.

Sin embargo, Dedeu fue claro al decir que "para nada se puede pensar así porque cada mercado es diferente".

Nos detalló que en la actualidad buscan afiliar ferreterías medianas y pequeñas que demuestren ser financieramente sanas.

Agrega que desde que inició en su puesto en setiembre pasado, ha visto como, después de firmar con la entidad, las ferreterías aumentan su facturación entre un 10% y 15%. "Nos enfocamos en hacer crecer nuestros negocios y en darles valor", dice.

Afirma que espera que entre el 2014 y 2015 contar con 200 afiliados. "Estamos trabajando fuerte. Vamos a abrir el primer centro de distribución en Pavas, para tener más eficiencia logística. Estos centros van a ser algo así como las bodegas de nuestros socios", afirma Dedeu. Este primer edificio tendría una superficie de 2 mil m2. Actualmente, la franquicia cuenta con la alianza de 20 casas proveedoras.



Hermann Petzold, en el área de mercadeo y Christian Dedeu, Gerente General, son los encargados de proyectar y hacer crecer la franquicia de ConstruRed.

# Pinturas CELCOLOR

Le ofrece variedad  
en productos:

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



Si lo que busca es  
precio y calidad  
contáctenos:

Tel.: (506) 2279-9555

**CELCO**  
es calidad

# front

Verdadera Economía

**ALTA RENTABILIDAD Y CALIDAD**



"Front es una línea que posee valores como rentabilidad, estética y calidad, y a los clientes les ha encantado"

Luis Fernández, Gerente General de Ferretería San Ramón, de San Ramón de Alajuela.



"Front es una línea que se mueve muy bien, y a los clientes les ha gustado mucho".

Edgar Picado, Gerente General Almacén Agrologos, Guatuso de San Carlos.

**ATIKO®**



FONULLO S.A.



LLAVINES - CERRADURAS - CANDADOS

www.atikoworld.com • Tel: 2296-2815



## San Carlos “montó” su fiesta

Y no se trató de una fiesta cualquiera, incluso a diferencia de todos los años, ésta se alargó a dos días para deleite de los compradores. Se trata de la feria anual de la Ferretería Rojas y Rodríguez, en las instalaciones de la Cámara de Ganaderos, y en la que el negocio realiza todo un convivio con clientes y sus proveedores.

Y es que con dos días de exposición, más de 50 casas mayoristas se hicieron presentes e incluso permitió a los organizadores montar una serie de promociones y descuentos atractivos entre los asistentes, como el caso de la rifa de 5 motos y una casa Prefa de 42 m2. Freddy Rodríguez, Gerente General de Rojas y Rodríguez, afirmó que esto era una gran fiesta siempre “esperada por nuestros clientes y amigos, por lo que este año decidimos celebrarla más a lo grande y extenderla”.



Freddy Rodríguez, de Rojas y Rodríguez, Francisco Calderón de Importaciones Vega y Claudio Arias, “Cuyo”, Propietario de la Ferretería Poás, disfrutaron en grande de la feria.



Mauricio Gazel, Gerente General y sus “muchachos” de Torneca también estuvieron presentando a los compradores las últimas novedades de la empresa.

¡A lo grande! Más de 50 casas proveedoras se hicieron presentes con una serie de descuentos y promociones para atraer a los compradores.



Y tal parece que la feria estuvo “bien iluminada” con la presencia de Tecno-Lite.



## Amor a la ferretera

Imagina usted lo que podría ser dejar un trabajo estable y con todo el riesgo que implica, emprender un proyecto propio. Bien, eso fue lo que hicieron Joaquín Muñoz y Patricia Pereira, pues tan enamorados estaban de arrancar una ferretería, que hace más o menos 3 años decidieron, hacer todo a un lado, y abrir las puertas de Ferretería El Carmen, en Barrio El Carmen de Cartago. Y aunque se trata de un negocio pequeño, de más o menos 45 m2, genera “movimiento y competencia”, tal y como lo afirma Alejandro Araya, Administrador de Construtico, un negocio ferretero, en Tejar de esa misma provincia, al afirmar que “este es un mercado muy tradicionalista, lleno de negocios pequeños, y a los clientes les gusta eso de com-

prar al menudeo y no dudo que estos señores generen auge en su sector”, estima Araya. Volviendo con nuestros enamorados, Muñoz tiene una estrategia que le ha permitido ir “pellizcando” compradores. “Trato de brindar soluciones que los demás no tienen. Por ejemplo, si un cliente necesita 1 kilo de cemento, 5 kilos de arena ó 5 de Bondex, se lo vendo sin ningún problema. Son soluciones muy domésticas, pero hay todo un mercado que las requiere”, dice Muñoz. Pereira, su esposa, resalta otro valor y que intentan reforzar todos los días: “quien viene a comprar se le atiende rápido, no tenemos problemas de parqueo como pasa en el centro de la ciudad y no hay burocracia como

en otros negocios, pues nosotros mismos negociamos los precios con los clientes cuando se trata de dar un descuento”. Ambos guardan la ilusión de ir

creciendo y saben que con minuciosidad lo pueden lograr. “Esto es nuestra pasión, pero sabemos que tenemos que llevarla paso a paso”, dice Joaquín.



Joaquín Muñoz y Patricia Pereira, Propietarios de Ferretería El Carmen de Cartago, viven todo un idilio amoroso con su negocio, pues se dicen enamorados de la ferretería.

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

Condominio Industrial Parque Condal - Tibás - San José

• [www.pinturasdicolor.com](http://www.pinturasdicolor.com) • Tel: 2433-2727 • Fax: 2433-2423

# Tesoros Ferreteros

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

Centro de Eventos  
**PEDREGAL**



Automotriz



Oscars  
Ferreteros



Coctel de  
Inauguración



Demostraciones



Tienda  
Ferretera



Retos



Negocios

expo  
**FERRETERA**

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

La feria más grande al por mayor de productos para ferretería, construcción y automotriz.

Horario: Viernes y Sábado de 11 a.m. a 8 p.m. y Domingo de 11 a.m. a 6 p.m.  
**1, 2 y 3 de junio 2012 • Centro de Eventos Pedregal**

Organiza:

Reserve su stand. Braulio Chavarria • [braulio.chavarria@eka.net](mailto:braulio.chavarria@eka.net) Tel.: 8372 1192  
Regístrese para obtener su entrada en [www.expoferretera.com](http://www.expoferretera.com)





# Campeonato de fútbolín

Expoferretera y Dewalt le invitan a participar del campeonato de fútbolín que hay preparado durante los 3 días de feria. Tendremos ganadores todos los días así que es mayor su oportunidad de ganar. Pueden participar todos los equipo que deseen con un mínimo de 2 personas. Para inscripciones al Tel: (506)2231-6722 e-mail: mirtha@ekaconsultores.com

CAMPEONATO



FUTBOLIN



Síganos en Facebook



Expositores 2012 Confirmados al 3 de mayo



AUTO SASA, S. A.  
EL MAYORISTA POR EXCELENCIA



# Actividades

## Diarias

- Toro mecánico
- Retos ferreteros
- Tienda ferretera
- La chica ferretera
- Rally "Búsqueda del Tesoro"
- Sala de exhibición productos innovadores

## Familiares

- Taller de manualidades
- Club de niños
- Vivero

## Automotrices

- Show de aerografía
- Exhibición de autos
- Talleres de capacitación

## Viernes 01 junio

6:00 p.m: Coctel de Inauguración



La chica ferretera

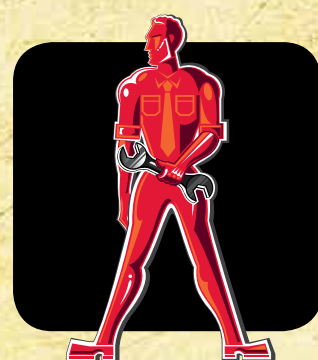


## Sábado 02 junio

6:00 p.m. "Show la fiesta de margarita"  
(Cesar Meléndez)



Oscars  
Ferreteros



Ferretero  
del año



## Entrada gratuita Expoferretera

Recorte esta boleta, llénela con sus datos personales y llévela a la feria cualquiera de los tres días. (Del 1 al 3 de Junio)

De esta manera podrá ingresar a la feria de manera gratuita. \*Costo de la entrada sin boleta, invitación o pre-registro **¢2,000**

Nombre y apellido: \_\_\_\_\_

Empresa: \_\_\_\_\_

Cargo: \_\_\_\_\_

Teléfono: \_\_\_\_\_ Fax: \_\_\_\_\_ Apdo: \_\_\_\_\_ Cod: \_\_\_\_\_

E-mail: \_\_\_\_\_

Dirección exacta: \_\_\_\_\_

Actividad de la empresa: \_\_\_\_\_

Desea suscripción a la revista TYT? SI  NO

Empresa que lo invita: \_\_\_\_\_



# ¿Cómo sacarle el jugo a una feria?

Expoferretera va mucho más allá de la exhibición y venta de productos. Una visita planificada le puede dar réditos como: negociaciones a largo plazo, la tan necesaria actualización y escudriñar inventarios que quizás no tiene en su tienda.

Una feria es precisamente eso: un encuentro de negocios, de capacitación, de ponerse al día, y de paso una opción para disfrutar y divertirse.

Con una simple planificación, usted como ferretero, puede sacar el mayor provecho de su visita.

## Tips de asistencia

- Si cree haberlo visto todo y tenerlo todo, es probable que esté perdiendo la oportunidad de montar, junto con algún proveedor, una estrategia para vender más, lo que no necesariamente, podría implicar tenerlo todo.
- Tome en cuenta que en la feria, es cuando los mayoristas están mayormente, dispuestos a proponer y a escuchar propuestas y con más tiempo para asesorarle sobre sus productos y servicios.
- “No me importa la competencia”, dicen muchos empresarios, y quizás sea el mismo pensamiento de algunos compradores que no escatiman en ir a una u otra ferretería. Aproveche la feria para tomar ideas de exhibición, de demostraciones de producto, de estrategias de ventas, pues solo así podría hacer que la balanza se incline a su favor. Sus clientes, aunque no lo crea, notan cualquier diferencia.
- Los negocios necesitan reinventarse constantemente. Por ejemplo, el área automotriz que se exhibirá en Expoferretera, podría darle una luz hacia la innovación, con solo incorporar algunas tecnologías nue-



Aproveche la feria para tomar ideas de exhibición, de demostraciones de producto, de estrategias de ventas.

vas. Hoy, los mecánicos y demás especialistas en esta área, prefieren tenerlo todo en un solo negocio.

- Al hacer un recuento con los expositores, se espera que, en cuanto a productos y líneas, la oferta novedosa ronde un rubro cercano al 60%. Lo que quiere decir que de cada 10 productos, 6 serían novedosos o al menos, presenten un valor agregado.



En la feria, los mayoristas están mayormente, dispuestos a proponer y a escuchar propuestas y con más tiempo para asesorarle sobre sus productos y servicios.





Como acertadamente ha dicho el Dr. Ken Robinson: “el modelo de enseñanza que se usa actualmente en los colegios e instituciones de educación superior es para formar “profesores universitarios”. Por Jorge E. Pereira

# Cuando la marca es la tienda

Es evidente que si Amancio Ortega, creador de las tiendas Zara, habría estudiado en una escuela de negocios, jamás habría fundado Inditex. Sería profesor en la Universidad de Barcelona.

Ortega se formó en un pequeño establecimiento de confección de La Coruña. Luego, en 1963, creó un pequeño taller de confecciones con su esposa y una cuñada “que sabían algo de costura”.

Comenzaron maquilando para fabricantes de ropa, pero pronto descubrió el agua tibia: la gente de la calle (el mercado), estaba usando ropa diferente a la que le pedían que hiciera en su taller.

Sin hacer estudios de mercado se dijo a sí mismo “para ser innovador y conquistar el mercado hay que mirar lo que quiere la gente que camina por las calles”. El modelo de negocio creado por Ortega se estudia como caso (Zara: Fast Fashion) en la Escuela de Negocios de la Universidad de Harvard. En este caso, se muestra la forma en que se invierte exitosamente un proceso indus-

trial y comercial tradicional. Es uno de los casos de la llamada tecnología disruptiva.

La industria tradicional trata de adivinar en otoño los colores que van a estar de moda en el verano. Basados en esa decisión teórica hacen las compras y se diseñan los modelos. Del acierto o no dependerá el éxito de los modelos que se lancen al mercado.

Orientarse al mercado fue la revolución que hace la empresa Zara. Las genialidades del diseño fueron las que orientaron la moda por muchos años. La empresa de Ortega - Inditex - ha dado poder, piensa y se centra en la mujer y hombre común y corriente, que se ve parado en cualquier esquina.

Los diseñadores tradicionales de moda crean estilos para minorías, esperando que la gente de la calle siga esas tendencias.

El negocio de la moda funcionaba como una tiranía a espaldas de la calle, sin importarles lo que pudiera pensar el común y corriente de los mortales. Después de todo ellos diseñaban

y creaban para los ricos y famosos.

## Estar lo más cerca posible del cliente.

Inditex solo compra telas, decide colores y modelos, después que lo han hecho todos los otros competidores. En lugar de hacer pronósticos, espera a ver lo que la gente usa. Su secreto es la rapidez de reacción a las tendencias reales y actuales del mercado. Esto lo hace posible una increíble velocidad de producción. La reacción a las tendencias del mercado es casi inmediata. Están observando las reacciones del mercado y se adaptan a esas tendencias, olvidándose de las cuatro estaciones tradicionales. Para ellos no existen verano, otoño, invierno, primavera, respecto a la moda. Solo existen las tendencias del mercado, y se adaptan a ello haciendo los cambios en colores o diseños que sean necesarios, para dar gusto a lo que quiere la calle.

Por supuesto, es algo de tecnología la que ayuda a identificar a

Zara la ropa que quieren los clientes, ponerla en el mercado rápidamente y eliminar costos relacionados con publicidad, excesos de inventario y hacer rebajas.

Siempre que se visita una tienda Zara se encuentran artículos distintos. Lo que no se vende rápidamente se retira, creando de esta forma una rotación veloz, que da la sensación de escasez. No poder tenerlo y la exclusividad son emociones fuertes que impulsa la compra inmediata.

Las estadísticas de visitas a las tiendas Zara - al menos en España - son de 17 veces al año. A otras tiendas es de cuatro a cinco veces al año. Todo se trata de saber crear una “experiencia de compra” para que los consumidores visiten repetidamente una tienda.

Zara se ha posicionado en 80 países sin hacer alardes publicitarios. Su gran inversión es en “merchandising”, imagen de punto de venta (tienda) y en el producto. Su marca es la tienda.

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

**EN CONCRETO**

# ¿Cómo manejar inventarios inteligentes?

Es harto conocido que el inventario ocioso acarrea un costo sustancial para cualquier empresa ferretera. ¡La clave está en pasar de las “pegas” a un inventario inteligente!

La industria de ventas al detalle empezó a transformarse durante la década de los 80. Wal-Mart fue la empresa pionera al iniciar prácticas similares a las de los sistemas de entrega justo a tiempo de los japoneses. Estos sistemas normalmente entregan productos en

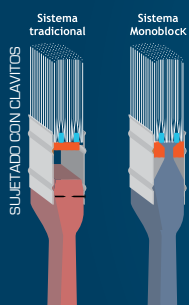
el momento en que se requieren y en la cantidad precisa.

Recientemente, Sears de Canadá adoptó estas prácticas como un gran paso para la formación de grupos multifuncionales, que simplifican los procesos de pedido, recibo y pago por compras; de esa manera se reduce en forma

radical el tiempo entre el pedido y la recepción.

A la fecha, estas innovaciones redujeron los inventarios en un 27% (proyectados para mejorar un 50% para finales de 1995). Además, disminuyeron el hecho de agotar las mercancías al 59%. La disminución simultánea de los

costos junto con el aumento de los servicios cuestionan la sabiduría convencional de las ventas al detalle, que sostiene necesario contar con grandes inventarios para evitar la insatisfacción de los clientes por falta de mercancías o la incapacidad de entrega oportuna. Resulta natural lo que señaló



Cerda  
+ Mango  
+ Resina  
= Única pieza

**ATLAS**  
Brochas y Accesorios

Búsqúenos en EXPOFERRETERA, Stands: 408, 410, 412, 509, 511 y 513

- 100% TECNOLOGIA MONOBLOCK
- CERDA NATURAL DE CERDO
- ELIMINA EFECTO RAYADO
- LAS UNICAS BROCHAS
- QUE **NO** BOTAN PELOS





Donald Shaffer, ejecutivo principal de Sears Canadá: “este esfuerzo es la reestructuración más importante de los métodos y procedimientos en la historia de la compañía”.

Los costos bajos y la rápida implantación de un intercambio electrónico de datos sencillo, es una de las claves para agilizar los pedidos y obtener respuesta inmediata del proveedor.

Sears demostró que esto era posible en cuestión de semanas al poner en operación sistemas sencillos pero efectivos (en diferentes momentos, a grupos de proveedores se les otorgaron 90 días para ajustarse a los requerimientos de Sears), en tanto que muchos tradicionalistas argumentaban que lograr la conformidad de todos los proveedores a este método de transmisión de datos ya convertido en rutina, tomaría años, tal vez décadas.

La sencillez, los costos bajos y los procesos administrativos libres de inventarios son iniciativas a corto plazo que prometen ayudar a las empresas dedicadas a las ventas

al detalle (aquellas con la voluntad valiente de romper con la tradición) a desplazarse hacia una nueva e interesante era. Esto les permitirá no sólo sobrevivir, sino también sobrepasar las anticuadas prácticas, los precios altos y los pobres servicios de sus competidores.

Eso es precisamente lo que podría denominarse salirse del esquema, ser uno menos del montón, e implementar un inventario inteligente, sobre todo con aquellos productos que manejan una utilidad alta, pero una rotación lenta.

### **Mucho análisis**

Muy a menudo alguien dice: “hay que tener 20, 10, 30 o X días de stock y esa es la política”. Lo más probable es que sea el inicio del caos. Ese número (días de stock), no debe estar así definido porque alguien puso simplemente un número, sino por el resultado de un análisis previo.

Desde ya, todos buscamos tener un stock balanceado minimizando los faltantes pero sin tener excedentes de inventario. Ahora bien,



¿cómo se logra este equilibrio tan difícil?

Partamos de una base fundamental. Definamos el “Nivel de Servicio” que queremos dar a nuestros clientes, ya que puede medirse de distintas formas, pero tomemos en este caso lo siguiente: “cantidad de veces que puede enviarse un artículo que pidió el cliente, si hizo 100 pedidos”. El resultado es un valor porcentual. Todos diríamos que si en el 100% de las veces tenemos el stock para atender a los clientes, estaríamos dando un excelente servicio. Lo cierto es que cuanto mayor es dicho porcentual, mayor también será el stock que debo tener guardado con el impacto financiero correspondiente y los gastos asociados a mantener dicho inventario.

Si la demanda de nuestro artículo es más o menos constante, el stock de seguridad que debemos guardar para casos en que la demanda se vaya hacia arriba, tal vez no sea muy importante. Por otro lado, si la variabilidad de demanda es muy grande, el stock de seguridad también lo será.

Por lo tanto, es importante fijar un “nivel de servicio y no los días de stock y un nivel de servicio adecuado, debe estar en línea con lo que espera nuestro comprador, pero considerando también como se mueve la competencia en el mercado.

Quizás el indicador inicial pueda ser 80%, 85% ó 90% para después ir tratando de subirlo con acciones puntuales que se pueden desarrollar para bajar la variabilidad de la demanda (entre otras cosas), al menos con los clientes más importantes. Esto ayudará a ir mejorando este servicio sin subir en demasía el stock.

### Un poco de inteligencia

Lo que menos interesa a un negocio es acarrear pérdidas, y la mejor forma de hacerlo, es establecer esquemas de comunicación claras con sus proveedores, de manera que se eviten faltantes o excesos de inventario.

Podría decirse que un inventario inteligente podría ser aquel que se maneja por ejemplo, en Home Depot, líder mundial de venta al detalle en ferretería y hogar. En sus tiendas, son los proveedores, más que el detallista, los que deben estar al tanto de que los inventarios “mínimos” no se vean reducidos o llevados a cero.

En otras palabras, un proveedor de este gigante, debe estar midiendo

constantemente el movimiento de sus mercaderías en stock, pues cualquier faltante será una falta suficiente para recibir una sanción.

Claro está que tampoco se trata de trasladar la responsabilidad del inventario al mayorista, pues Home Depot, en este ejemplo, también debe estar claro en las estadísticas de compra para cada uno de los productos.

Igualmente, al tener a la mano un “mundo de proveedores”, la elección de éstos debe estar basada no solo en el precio que otorguen para cada uno de los productos, sino tienen que ser factores vitales: los tiempos de respuesta para entregar mercaderías, la

constancia en el stock, y la innovación de productos.

Con un proveedor que maneje tiempos de respuesta eficaces, un ferretero puede tener y exhibir en su tienda, por ejemplo, una máquina de soldar de cada categoría, y ante un pedido cuantioso, usando como puente la efectividad en el tiempo de respuesta de su proveedor, puede traerle como resultado una venta exitosa y sin costos de espacio por almacenamiento ni altas inversiones. Existen muchas variables en torno al manejo del inventario, y tantas como sistemas para manejarlo, pero quizás, el elemento más importante para tener éxito es sin duda, el orden.



PRODUCTOS  
NUEVOS



Maxiseal® Standard: impermeabilizante decorativo para detener filtraciones de humedad leves.

Maxiseal® Plus: mortero impermeabilizante para detener filtraciones de humedad moderadas.

Maxiseal® Flex: mortero impermeabilizante flexible para detener filtraciones de humedad severas.

Maxilastic®: membrana impermeabilizante y aislante de fisuras.

Distribuye: INTACO • Tel.: (506) 2205-3333



Piso antideslizante. Es un material especial espumoso de fibras de poliéster. Realza la iluminación en ciertas áreas y garantiza un anti-deslizamiento y efecto de drenaje. Especialmente resistente a la suciedad. Fácil para limpiar la superficie. Estructura resistente al agua. Superficie resistentes a la abrasión. Diseños modernos. Adecuados para saunas, baños, cocinas, piscinas, dormitorios. Resistencia a la temperatura de - 20 ° a + 50°C.

Distribuye: Gupo Lázaro • Tel.: (506) 2257-0220



Accesorios para el pintor: cepillo de acero con mango plástico, 4 líneas diferentes de espátulas con mango plástico o madera, de 1" a 4" pulgadas. Llaneta profesional de acero inoxidable, con mango plástico.



Felpas y rodillos para superdicios lisas, semi rugosas y rugosas.

Pintura aerosol. Secado rápido, acrílica, anticorrosiva. Fabricada en base a resinas acrílicas.

Distribuye: Distribuidora Relieve América PZ, SA.  
Tel.: (506) 2291-5765





Lavabo para fregadero. Para agua fría y caliente. Resistente a cambios de temperatura. Estéticos gracias a su acabado fino. Una medida para cada necesidad. Diámetro interior 5/16" (8.0 mm). Temperatura de trabajo 00C a 820C. Presión de trabajo: 10 Kg/cm2/145 ps



Bridas flexibles para sanitario. No requieren cuello de cera. Sello hermético que evita el retorno de gases, malos olores y filtraciones. Se adaptan perfectamente a tuberías ovaladas, inclinadas o con desfaseamiento. Fijación sólida al piso. No reducen el flujo de la descarga. Vida útil igual a la del sanitario.



Llaves de control para agua. Tradicionales y ¼ de vuelta. Cuerpo de latón de una sola pieza. Flujo de agua es controlado por la manivela. Las arandelas de la manivela actúan como sello, manteniendo los contaminantes fuera del flujo de agua. Máxima presión 125 psi. Temperatura de trabajo: 40C 600C.



Trampas flexibles pra lavabo y fregadero. Interior liso, nO acumula residuos. Material antimicrobial, evita malos olores. Fácil instalación, Sin herramientas. Ahorra espacio. Corrige desfaseamientos. Mangueras de 25 cm de largo.

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



Cono de seguridad.



Reductor de velocidad



Pintura para demarcar carreteras. Presentación en base solvente y 100% acrílica, ideal, entre otros usos, para demarcación de aeropuertos.



Tope para estacionamiento. Mayor eficiencia y duración que el concreto.

Distribuye: Proviasa • Tel.: (506) 2291-2660

PRODUCTOS  
NUEVOS



Unidad de ventana 2011, AirPro, digital



Deshumecedor AirPro, de 30 y 50 pintas



AirPro Corner 2011. Ideal para el ahorro y aprovechamiento de espacio.

Distribuye: Multifrio • Tel.: (506) 2226-8071



Taladro percutor DeWalt. Inalámbrico. 20 V.



Nuevas duchas y calentadores marca Toscana. 3 colores: celeste, blanco y beige.



Combo: Taladro percutor inalámbrico. 20 V DCD 985L2, más linterna inalámbrica DC L040-B3.



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



Lubricante en aerosol: penetrante de uso industrial y mecánico. Alto poder anticorrosivo y lubricante.



Gatas hidráulicas: Tipo botella y tipo patín. Tamaños desde 2 hasta 20 toneladas.



Tape eléctrico: calidad industrial. Variedad de colores. Presentación de 10 y 20 mts.



Bombas de agua eléctricas: centrífugas, periféricas e hidroneumáticas de ½ HP a 2 HP. Un año de garantía.



Cinta Komelon en acero inoxidable. 5 metros. Referencia K27S.



Mystery Oil. Aditivo para gasolina, diesel y aceite. Mejora el rendimiento. Fabricado desde 1922



Restaurador de faros. Recupera la transparencia. Simple de usar.



Grasa multipropósito. Opera en temperaturas entre -10 y 2000F. Contiene litio. Uso general. Fabricada en EE.UU.



Moto Repair. Accesorio para reparación e inflado de llantas portátil. Funciona en una toma de batería. Incluye sellante más compresor compacto.



Red Devil. Poliuretano. Sellador especial para juntas. Ideal para utilizar en canoas y botaguas. A prueba de agua, de larga duración, se mantiene flexible. Grado construcción. Para usar en tejas de asfalto, juntas de dilatación, rejillas de ventilación, grietas, bajantes.



Protector automotriz Turtle Wax, para viniles, cuero, plástico, hule. Contiene bloqueador (Sun Block). Evita grietas en el dash y la decoloración. Neutralizador de malos olores.

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

PRODUCTOS  
NUEVOS



Sistema de canoas Amanco. Línea de canoa Colonial y canoa Lisa Alto Caudal. Ambos sistemas disponibles en largos de 3, 4 y 6 metros. De fácil instalación y mantenimiento. Recubiertas con un aditivo especial para protegerlas de la acción de los rayos ultravioleta.



Amatek es la línea de madera de pino de plantaciones forestales renovables para el uso en el sector construcción y mueblera. La madera Amatek es dimensionada en largos que van desde 2.44 mts. hasta los 4.88 mts y se vende por piezas. Contamos con medidas disponibles para diferentes aplicaciones (bases para casas, pisos, cielo raso, tablillas, cabañas, postes, senderos, molduras). Para el sector mueblera Amatek cuenta con plywood corriente y fenólico resistente al agua, MDF y Tableros OSB.



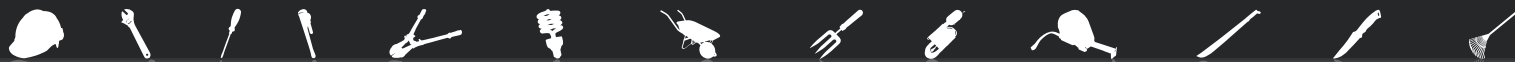
Línea de pegamentos para tubería de PVC con el nuevo pegamento Azul Amanco Uso General, que se complementa con el pegamento de color gris Amanco Uso General. Disponible en las presentaciones de colapsibles de 25 y 50 gramos, así como las latas con brochín en 120 ml, 240 ml y 470 ml. También se cuenta con la presentación de 950 ml y 3.79 Litros.

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

Sección patrocinada por:



FUERZA EN SU TRABAJO





## Alta tecnología automotriz

Si existen productos que buscan cada vez más sorprender al mercado, dado los avances tecnológicos que acarrearán, no hay duda que los del sector automotriz tienen un sitio en la punta.

Hace poco nos encontramos con Jorge Gómez de la empresa Contreras Rodríguez & Asoc., quien busca un mayorista para sus productos de limpieza automotriz: GX-1, GX-2 y GX-5 de la marca Glaze, de Estados Unidos.

“Por ejemplo el GX-1 se trata de un producto que lava, encera y pule el vehículo al mismo tiempo, sin necesidad de utilizar agua, mientras el GX-2 se usa para limpiar las partes internas como la tapicería, cuero, dash”, asegura Gómez.

El representante por último nos mostró el GX-5 que es un protector y abrillantador para las llantas, a base de siliconas. “Todos estos productos son biodegradables, no contienen abrazantes y crean una capa protectora que se prolonga hasta por 29 días”, asegura Gómez.

Cualquier mayorista interesado en negociar la distribución de estos productos, puede contactarse con Jorge Gómez al teléfono: (506) 6035-7582, al email: gomez.gx1@gmail.com

**Jorge Gómez de la empresa Contreras Rodríguez & Asoc., busca un mayorista para sus productos de limpieza automotriz: GX-1, GX-2 y GX-5 de la marca Glaze, de Estados Unidos.**



## En Bosch se “tomaron” las pastillas

Yes que para Bosch la frenada no es jugando, por eso el mes pasado lanzó al mercado sus nuevas pastillas.

Estas pastillas están diseñadas para todo tipo de vehículo y cuentan con dos tipos de materiales: cerámica y semimetal, además según Madisa, tienen una mayor absorción de la vibración, proporcionando un frenado de alta eficiencia. Bosch Cerámica tiene la tecnología que es utilizada en las competencias de Fórmula 1.

Sus placas, diseños, ranuras biseladas ofrecen ventajas como: seguridad, eficiencia en el frenado, ausencia de trepidación, facilidad de instalación y lámina anti ruido con tratamiento de fibra de vidrio en todas las aplicaciones.

Dentro de los sistemas de seguridad de todo vehículo, el sistema de frenos es uno de los más importantes.

Sumado con estas nuevas pastillas, Madisa también presentó los líquidos para frenos Bosch Tipo 3 – Dot 3 y Tipo 4 – Dot 4.

El elevado punto de ebullición de los líquidos evita que el fluido se evapore ante el aumento de temperatura durante el servicio. La adecuada lubricación previene el desgaste prematuro de los diversos componentes móviles del sistema de frenos, protegiéndolo de la corrosión. Por último, la estabilidad de la viscosidad de estos líquidos asegura la normal transmisión de presión durante toda la vida útil del líquido





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

Centro de Eventos  
Pedregal, Costa Rica



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.

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

**Actividades Automotrices**

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

**Productos que se exhiben**

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

PRODUCTOS



SHOW DE  
AEROGRAFÍA



SIMULADOR DE  
ACCIDENTES



EXHIBICIÓN  
DE AUTOS

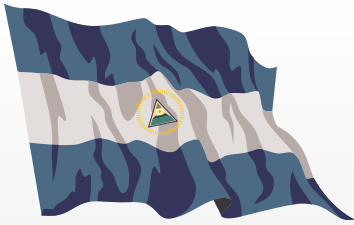


Obtenga sus entradas gratis en la web [www.expoferretera.com](http://www.expoferretera.com) o al teléfono (506)2231-6722 ext.146

Precio sin registro ₡2000

Reserve su stand:

Braulio Chavarría, Asesor Comercial • Tel 2231-6722 ext 137 • Cel 8372-1192 • [braulio.chavarria@eka.net](mailto:braulio.chavarria@eka.net)



# Lugo: casi 100

Los ferreteros nicaragüenses entienden que el desarrollo del sector se centra en conocer al detalle las necesidades de los compradores. Ferretería Lugo, de las más antiguas de Granada, con casi 100 años, es una ferretería que combina su experiencia con la modernidad del autoservicio.



**Granada, Nicaragua.-** Ubicada en la Calle de El Comercio, en la ciudad colonial de Granada, Ferretería Lugo, es una muestra fehaciente de que lo antiguo puede ir de la mano con lo moderno.

Fundada en 1915, como Sociedad Anónima, la innovación se ha apoderado de este negocio, principalmente en el área de servicio al cliente y lo que a juicio de Edgard Lugo, su Gerente General, es un detalle que hace la diferencia en relación a los otros negocios de su mismo ramo.

Lugo destacó -"modestia aparte"- que ésta es una de las ferreterías más modernas de Granada. Cuenta con autoservicio, es decir, el cliente puede buscar en los estantes los materiales que necesita para reparar una puerta, pintar una casa o hasta una silla que le permita descansar después de una larga jornada de trabajo.

La atención del personal de Ferretería Lugo, queda a discreción del cliente, ya que éste tiene la opción de tomar una carretilla o una canasta en la que irá depositando los artículos que necesita, pero si de repente le surge

una duda o consulta, el personal está listo para atenderle.

Siendo Granada uno de los destinos turísticos de Nicaragua, es común ver en Ferretería Lugo a muchos extranjeros comprando algo que necesitan mientras dura su permanencia en la ciudad, o aquellos foráneos que han decidido instalarse con permanencia en esta ciudad colonial.

Durante nuestra visita pudimos observar que el idioma no es una barrera entre dependientes y compradores, aunque el primero no tenga mayores conocimientos del idioma inglés que es el que más predomina entre los extranjeros que visitan el negocio. Una vez que el cliente selecciona los artículos procede a pagar en cualquiera de las tres cajas habilitadas.

La llegada de extranjeros a Granada, es uno de los factores que ha permitido mantener ese aspecto colonial y que Lugo indica que también es extensivo para el negocio, porque a pesar de que en el interior se remodeló hasta convertirlo en un pequeño supermercado, en la parte exterior se trata de mantener el estilo acorde con la ciudad.

**Edgard Lugo, Gerente General de Ferretería Lugo, sabe que su negocio es atractivo para los extranjeros y con el autoservicio y una tienda por departamentos, atrae cerca de 200 compradores diarios.**



# años y moderna

## Influyente

Cuando Ferretería Lugo inició, lo hizo en un local rentado, siempre en la misma calle de El Comercio, 15 años después sus propietarios adquirieron la propiedad en la que se encuentra hasta ahora, precisamente, la que escapó de un incendio que afectó a un negocio vecino hace unos tres meses.

Otro de los servicios de Ferretería Lugo, es que al estar ubicada en una calle altamente transitada, si el cliente tuvo que parquear su vehículo a una distancia considerable, su compra le es llevada por el dependiente o incluso a su casa de habitación.

En 1959, Ferretería Lugo probó

suerte en la capital y hasta ahora también es uno de los negocios más influyentes en Managua.

A criterio de Lugo, la ferretería que dirige se diferencia de su competencia además de la mecánica de autoservicio, en que también es una de las más surtidas de ese departamento.

Aunque Lugo no habla de proyectos específicos sobre su negocio, señala que a los nicaragüenses les gusta soñar y uno de sus deseos es que Nicaragua mejore y que sus ciudadanos no piensen en autodestruirse, quizás rememorando la etapa que le tocó vivir en décadas pasadas, al ser el país afectado por una guerra que derivó en el exilio de

La tienda está rotulada en dos idiomas para simplificar y atraer la visita de los compradores extranjeros.



## En cifras

**Ferretería Lugo**

**Fundación: 1915**

**Metros: 500**

**Número de empleados: 14**

**Promedio de clientes atendidos por día: 200**



Los compradores caminan a placer por los pasillos de la ferretería, pero cuando surge alguna duda o consulta, el personal los asiste.

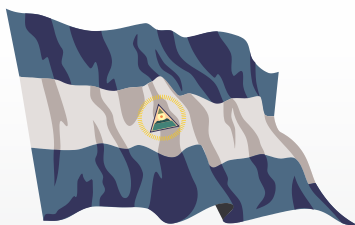
muchos nacionales.

Considera que en los últimos años, la economía del país muestra una tendencia a mejorar lo que obviamente es un aliciente para los negocios cualquiera sea el producto que oferte.

Unos 10 años de crecimiento es a juicio de Lugo, lo que le hace falta al sector ferretero nicaragüense, ya que cuando se percibe que se está en una línea

ascendente, se presenta alguna situación que, como el cangrejo deriva en que se retroceda en lo andado. Recuerda que una de esas épocas, fue la década de los años 80.

En Ferretería Lugo de Granada, se construye actualmente un centro de pinturas, lo que implica y esperan se refleje en un crecimiento del 20% en las ventas.



# Evolución

Después del triunfo del gobierno de la ex presidenta Violeta Barrios de Chamorro en 1990, Maximiliano Donaldo Sánchez Romero, observó que el sector ferretero en Nicaragua estaba en su punto mínimo, lo que le motivó a crear una pequeña ferretería, la que llamó “Jenny”, y que hoy se encuentra entre las tres primeras más grandes del sector de acuerdo con su hija Jenny Sánchez.

**Managua Nicaragua.-** Sánchez, quien ocupa uno de los cargos administrativos de “Ferretería Jenny” como analista de compras, recuerda que su padre desde joven tuvo la visión de invertir en una diversidad de negocios, por lo que vio una oportunidad en el sector ferretero, dada la apertura que brindaba la nueva administración Chamorro, al permitir la llegada de inversionistas y por ende, la creación de nuevas empresas.

Cuando Ferretería Jenny dio sus primeros pasos en el sector, apenas existían unas cuantas empresas ferreteras, entre ellas destacaban Ferretería Tobie; Richardson, Lugo, y que aún se mantienen en el mercado.

En la actualidad, Sánchez estima que el sector ferretero experimenta un auge, sobre todo en la venta de materiales de construcción por la implementación de proyectos de desarrollo urbanístico privado, así como el impulso que el actual gobierno de Daniel Ortega, brinda a la construcción de viviendas sociales y la facilidad de acceder a créditos.

“Va en crecimiento (el sector ferretero) gracias a Dios, y en lo particular, Ferretería Jenny tiene planes de expansión”, destaca Sánchez, sin obviar que hasta el momento cuentan con dos tiendas más, en Carretera a Masaya y Carretera Norte respectivamente.

Ferretería Jenny nació en un espacio pequeño en comparación al que ocupa en la actualidad su sede central, que abarca unos 1,100 m<sup>2</sup>. Sánchez expresa que dada la expansión que han experimentado en estos 20 años de trabajo ininterrumpido, han logrado adquirir algunas propiedades vecinas a la sede inicial, por lo que algunas amistades en tono de broma les expresan que deberían comprar toda la cuadra.



**Jenny Sánchez, Analista de Compras y Propietaria de Ferretería Jenny, indica que el mercado de Nicaragua tiene un fuerte potencial para seguir desarrollando el negocio.**

Una de las características que Sánchez considera ha convertido al negocio en una de las más cotizadas entre sus clientes, es precisamente la atención que brindan y la estrategia de mantener precios competitivos. Asimismo, la versatilidad de los productos que ofertan en grifería, cerrajería, herramientas y materiales de construcción, entre otros.

En respuesta a la preferencia de su clientela, Jenny dice que la empresa tiene como premi-

sa brindar fidelidad a sus clientes y mantener una estrecha comunicación para estar al tanto de lo que les gusta, lo que no, lo que se debe mejorar o eliminar.

La visión de la familia Sánchez es que la ferretería y venta de materiales de construcción crezca aún más, por lo que espera alcanzar el primer lugar en el ranking de ventas de ese sector, en un plazo menor a 5 años.

En Ferretería Jenny definen los días ajetre-

# en ferretería

Por María José Uriarte

dos, pero en menor proporción si se compara a los primeros días de la empresa, cuando de niños, recuerda Jenny, eran llevados por su padre los días domingos para atender a los clientes que buscaban algún artículo en su día de descanso y así ganarse su confianza.

“Mi papá siempre nos ha inculcado el trabajar. El trabajo duro es mejor porque cuesta y al final vale la pena, eso nos ha enseñado. Siempre nos dice que el día que se muera tendrá la satisfacción de que su legado no será dilapidado en pocos días”, indicó Sánchez.

Aunque al finalizar una jornada de trabajo diaria, el cansancio es parte del día, Sánchez estima que todos quedan satisfechos, porque no es una actividad rutinaria, sino que tratan a través de la innovación, de resolver los problemas que se enfrenten, así como crear nuevos retos.

En octubre de este año, Ferretería Jenny cumplirá 20 años de presencia en el mercado nacional, y una de las premisas de la empresa es que durante todo el mes de aniversario otorgarán a sus clientes diversas promociones que pueden ir hasta la reducción del 50% del valor del producto hasta la rifa de diversos artículos.

## A Masaya

Dentro del plan de expansión visionario que tiene Maximiliano como Gerente General de Ferretería Jenny, y demás miembros de su familia que trabajan en el negocio, hace un año aproximadamente, inauguraron una bodega ubicada en el kilómetro 9.5 de la Carretera a Masaya, que tiene una extensión de unos 2 mil m<sup>2</sup>, desde donde se distribuyen los materiales adquiridos por sus clientes a todo el territorio nacional.

Ferretería Jenny cuenta con una flota vehicular de unos 12 automotores que van desde un pequeño camioncito para entregas

express, hasta camiones de 2, 4 y 6 toneladas e incluso una rastra para trasladar los productos a nivel nacional, o a los clientes minoritarios que compran una determinada cantidad.

Sánchez se muestra satisfecha de la calidad de la empresa que representa, ya que comenta que hay clientes que adquieren sus productos desde el exterior, como por ejemplo desde Estados Unidos, los que son retirados de la tienda por sus familiares.

## Generosidad ferretera

A la memoria de la copropietaria de Ferretería Jenny, vienen los recuerdos que cuando iniciaron el negocio familiar no tenían competencia en los alrededores, no obstante, con el pasar de los años, ante lo que ella define como la generosidad del área ferretera, el incentivo que existe en dicho sector ha permitido la apertura de otros negocios similares, aunque más pequeños, prueba de ello, es que hay al menos unas tres ferreterías vecinas de las oficinas centrales.

Aunque Ramón González, Propietario de la ferretería que lleva su nombre y que se especializa en venta de materiales de construcción, coincide con Jenny Sánchez, de que el sector ferretero nicaragüense se encuentra en uno de sus mejores momentos, lamenta que la competencia sea desleal en el sentido que no hay una uniformidad al momento de poner precios a los productos.

“Lo bueno sería que trabajáramos de la mano, pero no lo hacemos, creo que existe una división en el sector ferretero porque ni siquiera podemos ponernos de acuerdo en los precios de los materiales que ofertamos; algunos botan precios y todo se genera en una competencia desleal”, advirtió el medio empresario.

González es del criterio que el sector ferretero en Nicaragua tiene un vertiginoso aumento en el mercado, por ser uno de los más com-

Muy de cerca

Ferretero: Maximiliano  
Donaldo Sánchez Romero.

Negocio: Ferretería Jenny

Área: 1,100 m<sup>2</sup>

Promedio de clientes atendidos por día: 600

Número de empleados: 170

Sitio web:

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



La ferretería nació en un pequeño local que hoy han convertido en un área para la exhibición de cerámica y loza.

pletos al cubrir las necesidades de las personas que adquieren productos que oferta ese sector, sobre todo, en lo que se refiere a materiales de construcción que es su área. Concluye que en Nicaragua, el sector ferretero es un sector con grandes oportunidades.

## EL DEPENDIENTE

# ¿Qué le parece la llegada de Pintuco al mercado costarricense y sus intenciones de darle más fuerza a Vastalux?

## ¿Conseguirán una buena participación en la red de distribución?



Ricardo Jiménez, Víctor Araya y Cristian Castro  
Propietarios, Distribuidora Jac de Sarchí. 15 años de experiencia

Nos parece muy bien porque donde haya más competencia, hay más de dónde escoger y esto beneficia más a los compradores.

Vastalux siempre nos ha parecido una buena opción. Habrá que ver qué llega a ser este nuevo grupo, porque anteriormente, al estar con su fábrica en Naranjo y nosotros en Sarchí, nunca nos llegaron a ofrecer sus productos.

El mercado de pinturas está muy competitivo, pero está muy bien que existan nuevas ofertas, y si a esto se le suma que traen buenos precios y variedad, pues son bienvenidos. A como está el mercado, deben entrar con mucha fuerza.



Joaquín Lobo, Proveedor  
Depósito Arenal  
25 años de experiencia

Me parece que podría ser una propuesta interesante. Si entran con fuerza no hay duda de que imprimirán más competencia al área de pinturas e indudablemente, el más beneficiado será el cliente final.

Vastalux se había quedado un poco rezagado, y tendrá que luchar mucho contra marcas muy asentadas en el mercado. Veremos a ver qué nos traen...



María José Rodríguez y Joel Fernández  
Administradora y Propietario. Almacén 3R de Guápiles y Constructora Bauer, respectivamente, 4 años de experiencia

La competencia siempre es buena y si Vastalux quiere ocupar una buena parte del mercado, tendrá que hacerlo con fuerza porque hay marcas muy posicionadas.

Pienso que les va a ser difícil recuperar lo que ya perdieron, pero no es imposible. Habrá que escuchar sus propuestas.

Distribuye  
**R**  
800-Boque1  
www.zorjco.com

# Turtle WAX

LA CERA PARA AUTO DE MÁS VENTA EN EL MUNDO

Búsquenos en EXPOFERRETERA, Stands: 408, 410, 412, 509, 511 y 513



# CIMENTOS

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

	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Set	Oct	Nov	Dic
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	520.34	520.87	509.26
2012	518.33	516.23	517.35	513.58								

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
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%	0.89%	0.33%	-0.70%
2012	-9.39%	-9.91%	0.05%	1.40%	2.10%	1.65%						

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
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	0.56	0.62	0.75
2012	0.45	0.46	0.81	0.77	0.75	0.73						

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-2011	0.68%	0.44%	0.25%	0.15%	0.67%	0.56%	0.34%	0.26%	-0.16%	0.24%	0.3%	0.92%
A-2011	0.68%	1.12%	1.37%	1.53%	2.21%	2.78%	3.13%	3.39%	3.23%	3.47%	3.79%	4.74%
I-2012	0.17%	0.28%	0.4%									
A-2012	0.17%	0.46%	0.86%									

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
2011	4.74	4.49	4.50	4.59	4.74	5.06	5.08	5.14	5.06	4.83	4.47	4.65
2011	4.14	4.05	4.21									

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
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	7.75	8.00	7.50
2012	8.00	8.75	9.25	9.25								

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
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	3.25	3.25	3.25
2012	3.25	3.25	3.25	3.25								

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



# ATLAS

100% TECNOLOGÍA MONOBLOCK  
las únicas que no botan pelos!

Búsquenos en EXPOFERRETERA,  
Stands: 408, 410, 412,  
509, 511 y 513



Distribuidor Exclusivo: **R** [www.rosejo.com](http://www.rosejo.com)

## Agrologos en Guatuso de San Carlos

# De 25 m<sup>2</sup> a 10 mil



**Agrologos tiene el objetivo de atender varios negocios en uno: tiene productos agroveterinarios, de ferretería y materiales para la construcción.**

Según recordó el ingeniero Carlos Pérez, harán ya más de 30 años cuando tomó la decisión de adentrarse por los potreros y trochas que llevaban al pueblo de Guatuso... ¡Sí! A Guatuso de San Carlos, y su objetivo era venderle productos agroquímicos a Agrologos, que en esos momentos apenas abría sus puertas, en un local de 25 m<sup>2</sup>.

"Y es que en ese entonces vender herbicida, alambre de púas y grapas, era todo una mina", recordaba al instante Edgar Picado, Propietario de Agrologos, al tiempo que agradecía al inge-

niero su apoyo.

Ese día que llegamos a Guatuso, aunque no lo hicimos por trochas ni potreros, encontramos a Agrologos en plena fiesta, con una de sus ferias anuales dividida en materiales de construcción, ferretería y productos para la ganadería y agroveterinaria.

Era una fiesta tremenda, con decirles que todo comprador que ingresaba, además de sus compras salía también con la "panza" llena de gallos de carne, de pollo y hasta de costilla.

Ya para ese momento, bien sentados en una mesa en el centro del negocio, Picado recordó la

fecha de la apertura que "fue allá por el año 79 cuando decidí entrarle a esto", afirmó.

Cuando le preguntamos si dedicarse a la ferretería combinada con productos del agro y veterinaria, era buen negocio, nos miró fijo y sin tapujos dijo: "bueno, negocios tiene Carlos Slim..." -un empresario mexicano, considerado por la revista Forbes: la persona más adinerada del mundo-.

Un negocio que tiene más de 30 años, más de 10 mil metros cuadrados en infraestructura, y un promedio diario de más de 300 clientes entrando y saliendo, tiene que tener como resultado ser bueno.

Picado tiene una forma muy peculiar de mirar el mercado cuando afirman que mientras otros siguen en crisis, ellos siempre han estado en crisis.

"Estamos en el cantón más pobre de San Carlos, y siempre hemos tenido que lidiar con crisis, por eso cuando las ventas suben vemos y sentimos la bonanza, mientras otros negocios de los cantones ricos acostumbrados a estar arriba, se resienten mucho más cuando sus ventas bajan. Como siempre tengo crisis, no estoy en crisis", asegura Picado.

### **Mayoreo con fuerza**

Agrologos también le entra al

negocio de mayoreo, ya que según Picado, gracias a los negocios y alianzas que ha conseguido con proveedores internacionales cuenta con algunas líneas que comercializa, como el caso del alambre de púas.

Consultado sobre sus competidores al detalle, indica que "no sé si vendo más que otros, pero sé que vendo mucho. A diferencia de muchos negocios de San Carlos, nosotros somos como Israel que sacamos agua del desierto", afirma Picado.

En un momento no quiso hablar más, si antes no nos daba una vuelta por la tienda. Ahí nos contó sobre el próximo proyecto que tiene ya entre manos de agregar un parqueo trasero adoquinado para comodidad de los clientes y camiones para carga y descarga.

De pronto, Picado se colocó en un lugar en el que podía apreciar la mayor parte de la tienda, y fue cuando nos dijo: "en este negocio hay un tiempo para sembrar y otro para cosechar...".

No muy lejos de ahí, diríamos que a más o menos 60 kilómetros, unos 40 minutos en carro, había otra feria, la de Rojas y Rodríguez, y cuando llegamos, todos, la mayoría proveedores, nos preguntaron por la feria de Agrologos, y vaya usted a saber por qué... Pero lo que sí sabemos es que "quien te llama, no te engaña".

Un negocio que, con tino, combina productos del agro,  
veterinaria, mayoreo, ferretería y materiales de construcción

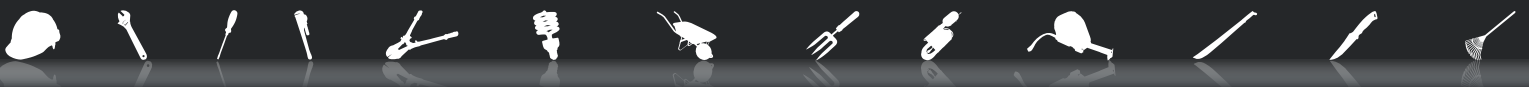


Edgar Picado, en la feria de Agrologos, aprovechó para conversar con sus proveedores y mostrar a sus clientes las novedades de producto.

Sección patrocinada por:



FUERZA EN SU TRABAJO



# LISTA DE ANUNCIANTES

Empresa	Contacto	Cargo	Teléfono	Fax	Apartado	Email
Atiko World S.A	Carlos Espinoza	Gerente Ventas	2296-2815	2220-4427	N.D	atikoworld@yahoo.com
Capris	Gerardo Gutiérrez	Director Comercial	2519 50 00	2232 85 25	7 2400	gerardo.gutierrez@capris.co.cr
Celco de Costa Rica	German Obando	Gerente General	2279-9555	2279 77 62	N.D	gobando@celcocr.com
Dicolor	Edgar Rodriguez	Gerente General	2433-2727	2433-2423	N.D	erodriguez@pinturasdicolor.com
Imacasa Costa Rica	Andrés Zamora	Gerente General	2293-2780	2293 46 73	N.D	azamora@imacasa.com
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@racsac.co.cr
Relieve América PZ S.A.	Aisen Chaves	Gerente Ventas	2291-5765			asanchez@grupoflamukocr.com
Rosejo	Rodrigo Martínez	Gerente Ventas	2296-7670	2232-7708	N.D	rmartinez@rosejo.com
Sur Química	Eduardo Fumero	Gerentes General	2211-3400	2256-0690	N.D	e.fumero.l@gruposur.com

**Centro de Eventos PEDREGAL**

# EXPHORE

## EXPO-HOTELES Y RESTAURANTES

Del martes 19 al jueves 21 de junio 2012  
Eventos Pedregal • Horario: de 11:00 am a 8:00 pm

Vive la aventura  
**EXPHORE**

Viva la mayor feria del sector de Hoteles y Restaurantes, con más de 200 stands de proveedores de hoteles, restaurantes, caterings y afines. En EXPHORE podrá encontrar productos novedosos, conocer proveedores nuevos y fortalecer su relación con la gerencia de los proveedores actuales. Venga y comparta con colegas e intercambie ideas que tendrán un impacto en el futuro del sector.

Organiza: **Apetito**

**Entrada:** regístrese en [www.exphore.com](http://www.exphore.com) y reciba su entrada gratis. • Entrada sin registro €5,000  
**Reserve su stand:** Guillermo Rodríguez  
[guillermo.rodriguez@eka.net](mailto:guillermo.rodriguez@eka.net) • Tel.: +506 8997-1651





En nuestra búsqueda por diversificar las opciones para las necesidades del mercado, hemos desarrollado la familia de morteros y pastas. Una variedad de productos que complementan cualquier proyecto de construcción.

## Morteros pre-mezclados ¿por qué?

Construir o reparar nuestra casa es una inversión seria, que planeamos con tiempo y cuyo costo exige un trabajo bien hecho.

La estructura de la obra, usualmente de concreto, es la más barata a pesar de ser la más importante de una edificación, la que garantiza que su familia habite una vivienda segura durante muchos años.

Desgraciadamente, las mezclas de morteros siguen siendo el campo con menor control de calidad de toda la industria de la construcción. Así lo han demostrado las trágicas consecuencias de los movimientos sísmicos del pasado reciente.

La verdad es que el propietario de una obra no tiene ningún control ni garantía sobre la calidad de la arena y la piedra, que constituyen el 75% de los materiales de un concreto o mortero.

### Por ejemplo se desconoce:

- Granulometría (tamaño de los granos o fragmentos), lo cual causa en muchos casos grietas y rajaduras estructurales.
- Insuficiente mezclado de los componentes.

- Contaminación en los componentes: una arena con sal o alcalinidad afectará gravemente la estabilidad de la edificación.
- Correcta proporción de la mezcla, la cual se irrespeta frecuentemente para lograr un supuesto ahorro.
- Si la arena y piedra se extrajeron en explotaciones autorizadas, sin daño al medio ambiente ni perjuicios al entorno.

Todos esos peligros desaparecen al utilizar concretos y morteros pre-mezclados de un proveedor confiable, quien garantizará la calidad de sus componentes y proporciones, además de añadir los aditivos necesarios para un mejor desempeño de las diversas tareas específicas que cumple una mezcla:

- **Mortero estructural.**
- **Repellos.**
- **Decoración de superficies.**
- **Pegado de diversos recubrimientos de piso.**
- **Pegado de azulejos y cerámicas en paredes.**

# SOLUCIONES PARA TODO



*Repello Fino y Grueso*



*Mortero pega cerámica Estándar-Plus-Premium*




*Pega Block*



*Mortero Impermeabilizante*



*Repello muro seco*



*Mortero para Repello Lanzado*

- Costa Rica (506) 2211-3700
- Panamá (507) 217-6970
- Nicaragua (505) 2249-3712
- El Salvador (503) 2289-1192
- Guatemala (502) 2241-3400
- Honduras Tegucigalpa (504) 2246-7941
- Honduras San Pedro Sula (504) 2552-3058
- Puerto Rico (787) 792-1005
- México (52) 222-210-6293
- Chile (562) 6241842

Se nota que es **SUR**

# ¡La más poderosa!

## Tronzadora de mesa para metal

4100RPM 1700W 110V/60HZ/1F, Metabo

Código: 103722

14" Ø

- Ajuste de profundidad de corte
- Dispositivo de bloqueo para el transporte
  - Bloqueo del eje
- Ángulo de prensa ajustable de -15° a +45°
- Mango horizontal de forma "D" con bloqueo de arranque



### Datos Técnicos:

Diámetro del disco	355 mm (14")
Potencia absorbida	1700 W
Potencia suministrada	1100 W
Revoluciones bajo carga nominal	4100 r.p.m.

Potencia Efectiva  
1100 watts

**metabo**®

8000 CAPRIS (227-747)

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



# 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**<sup>®</sup>

8000 CAPRIS (227-747)  
[www.capris.cr](http://www.capris.cr)

