

tuercas y tornillos

TYT

LA REVISTA FERRETERA

¿Quién manda en tornillería? **P.11**

De aliados a Súper Mayoristas... **P.18**


Maderas San Carlos **P.22**

Durman "acuña" nuevo gerente **P.26**

FERRETERO ALIADO CON EL RIESGO

Después de quedarse sin trabajo, vio una oportunidad y la tomó. Hoy, Bryan Mayorga, lleva casi dos años de ser ferretero en el Jorón, un negocio que atiende 150 clientes al día, e implementa con creatividad, algunas estrategias que aprendió cuando fue banquero.



 /Revista TYT

Suscríbase en:
www.tytenlinea.com/suscripcion

NOVIEMBRE 2015 año 18 / No. 233

expo
FERRETERA
su herramienta de negocios
06 al 08 Mayo 2016

CORREOS
DE COSTA RICA

PORTE PAGADO
PORTE PAYE **PERMISO N° 130**

En morteros
INTACO lo tiene todo



Evite la humedad en las paredes
impermeabilizando con
MAXISEAL®



Línea de impermeabilizantes INTACO

Ideal para prevenir y reparar filtraciones de
humedad leves, moderadas y severas.

No se adhiere la
SUCIEDAD



Resistencia




UV

No se destiñe



LA PINTURA DEL FUTURO, HOY.

MI MUNDO ES MEJOR CON LANCO

Teléfono: 2438-2257 • www.lancopaints.com • Síguenos en 



Las empresas aprovechan Expoferretera para hacer el lanzamiento de productos y acelerar el proceso de introducción al mercado. Aquí, Óscar Campos, Gerente General de Campos Rudin, con una de las novedades que presentó en la pasada feria.

8

PINCELADAS

10

MERCADEO

¿Qué no hacer en posicionamiento? I Parte
Algunas recomendaciones relacionadas con el posicionamiento que dan Fabiola Mora y Walter Schupnik, en su libro "El Posicionamiento, la guerra por un lunar en la mente del consumidor".

11

EN CONCRETO Especial de Tornillos

12 En la Uruca, continúan volando alto...

14 Universal se refuerza

16 Torcasa a la caza del mercado

18

Super Mayoristas

¿En qué nivel de la montaña está como mayorista?

El sector ferretero reconoce a las empresas que se comprometen en hacer crecer a sus clientes, y los tilda como aliados.

20

PERFIL

20 ¡Rueda de negocios en Vega!

22 ¡Más allá de la madera!

24 Audio Accesorios se llena de talento humano

26 Con Durman en las "venas"

32

EXPOFERRETERA

¿Cómo lanzar un producto al mercado?

34

PRODUCTOS FERRETEROS

36

EL FERRETERO

Seducido por el emprendedurismo



Lea TyT en digital:

www.tytenlinea.com/digital

3.522 vistas en la edición digital

Presidente

Karl Hempel Nanne
karl.hempel@eka.net

Director Editorial

Hugo Ulate Sandoval
hugo@ekaconsultores.com

Directora Eventos

Silvia Zúñiga
silvia@ekaconsultores.com

Directora de Arte

Nuria Mesalles
nuria@ekaconsultores.com

Asesor Comercial

Marco Verdesia
marco@ekaconsultores.com

Diseño y Diagramación

Irania Salazar
irania@ekaconsultores.com

Fotografía de portada

Hugo Ulate

Asistente Comercial

Tatiana Alpízar
t.alpizar@ekaconsultores.com

Suscripciones

Tel: 4001-6722
revistaty@ekaconsultores.com

Suscríbese en:

www.tytenlinea.com/suscripciones

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



Diciembre / TYT 234

Las 50 marcas más vendidas del año

Un ranking que registra las marcas de mayor aceptación en el mercado, las que se mueven con fuerza en cuanto a rotación. Un listado que el ferretero toma en cuenta para definir su inventario.

Especial: Productos del agua

Bombas para agua, tanques para agua, sistemas hidroneumáticos, hidrolavadoras, filtros, mangueras y plomería, tubería, grifería interna y externa, accesorios para bombas e irrigación, accesorios para tanques, cisternas, irrigación por goteo, riego, timers, válvulas de riego, calentadores de agua y accesorios, productos para limpieza de drenajes y destaqueo, coladeras, válvulas, químicos para destapar drenajes, filtros para fregadero, filtros de agua, filtros de agua especiales.

Cierre comercial: 16 de noviembre

Anúnciense en TYT Y exponga en Expoferretera y Expoautomotriz

Marco Verdesia
marco@ekaconsultores.com



Encuentre ejemplares de TYT en nuestros puntos de distribución:



Construrama



ROSEJO



Central de mangueras S.A. EBO 9001-2008





¿DA FICHA O ATIENDE DE UNA VEZ?

¿De quién es el tiempo del comprador? Hay que entender que quien llega al negocio quiere que lo atiendan ya, y el tiempo del cliente es “sagrado”.

También es cierto que todo requiere de un orden, sobre todo cuando en la tienda en dado momento, el número de compradores es superior al número de vendedores. Y si no hay orden, unos terminan por irse a la competencia, porque pierden su paciencia, y otros esperan dócilmente, pero cuando se les atiende, pierden aquella emoción por comprar, que traían desde que ingresaron a la ferretería.

¿Qué hacer? ¿Dejar que el cliente se atienda solo en un sistema de autoservicio o una combinación con asistencia? Podría ser una solución. Sin embargo, hay otras alternativas que vale la pena recordar.

Hemos observado como algunas ferreterías, a sabiendas que el cliente quiere que lo atiendan de una, a su llegada, optan por tener un anfitrión que reciba a los compradores, indague su necesidad y los ponga de una, en contacto con el producto y el departamento encargado. “Venga por aquí, este es nuestro departamento de grifería... Mientras, escoge el diseño que más le gusta, voy a buscar el vendedor para que le atienda...”, uno de los ejemplos que hemos visto.

En ese momento, el anfitrión convierte sus piernas en patas de gacela y a toda velocidad, busca a uno de los vendedores, sin importar que sea de otro departamento, para que “vuele” a atender el cliente que quedó viendo la grifería.

Aquí hay dos claves: no se puede hacer esperar mucho al comprador, y es necesario tener una exhibición lo más atractiva y acertada posible, como para que ésta logre seducir la mirada y atención del cliente, el tiempo suficiente, mientras llega quien lo atienda.

Ah, pero eso no es todo... Falta lo esencial, lo básico, el boom, la clave y factor más fuerte... Si se quiere ser eficiente en la atención del cliente, es imperante que todos los vendedores de la ferretería, conozcan al dedillo todos los productos.

Que estén en capacidad, por ejemplo, de asesorar sobre el cable THHN que verdaderamente requiere el comprador, o bien el tono de pintura o especialidad que busca.

Es importante tener claro el concepto de atender con rapidez, pues no se trata solo de centrarse en el pedido del cliente, y sustentarse con la solicitud de los tornillos para techo, y simplemente despacharlo y seguir con el otro. ¿Dónde quedó la asesoría valedera para aumentar la transacción?

“Si lleva tornillos para techo, tenemos unos atornilladores muy eficientes, además, acaban de llegarnos láminas de zinc y la pintura para techo en oferta”.

Atender es ir más allá del pedido del cliente, es interesarse en su proyecto...

Hugo Ulate Sandoval
hugo@ekaconsultores.com



No te limites,
porque con GE y
sus breaker
termomagnéticos
de 1/2” si puedes
ampliar tu centro
de carga.

Porque la media
si vale con GE




GE CENTROS DE CARGA
BREAKER
TERMOMAGNÉTICOS 1”
BREAKER
TERMOMAGNÉTICOS 1/2”
SUPRESORES DE VOLTAJE
BREAKER FALLA TIERRA
BREAKER FALLA ARCO



ELEKTRO
SYSTEMAS
ELK-SOLUCIONES FERRETERAS

Distribuye
Elektrosistemas
de Costa Rica

Tel: (506) 2456-2020
Fax: (506) 2456-2525




**¿Necesita
exhibir su
producto y no
sabe cómo?**

**Con Vértice como su proveedor
en sistemas de exhibición podrá:**

- Brindar una experiencia de compra agradable a sus clientes
- Exhibir gran cantidad de producto ordenadamente
- Aprovechar al máximo el espacio
- Mejorar la imagen de su ferretería
- Incrementar sus ventas

VERTICE
Líder en sistemas de exhibición y almacenamiento

 /VerticeCR

 (506)2256-6070

 www.verticecr.com

 info@verticecr.com



SHERWIN WILLIAMS LE APUESTA FUERTE AL 2016

Atención distribuidores de las pinturas Sherwin-Williams... porque la empresa no solo presentó sus tendencias de color para el próximo año, sino que vendrá con mucho más fuerza, novedades y sorpresas para el 2016.

Los 34 colores que presentaron los expertos de color de Sherwin-Williams para Colormix 2016, están agrupados en cuatro paletas: Pura Vida, Más Amor Por Favor, Narrativa Nouveau y Trayectoria, que se inspiran en las emociones y estilos de vida que marcan tendencia alrededor.

Este lanzamiento se dirigió a arquitectos, diseñadores, decoradores, especificadores de color, contratistas, ingenieros. El objetivo es que estas nuevas tendencias se conviertan en una herramienta de inspiración para ambientar y decorar de una forma creativa el espacio elegido, en sincronía con el mundo, e incrementar el número de transacciones en los distribuidores.

El Arquitecto Andrés Campos, Coordinador regional de Diseño y Color de Sherwin Williams, fue el encargado de presentar las tendencias de color de la empresa.

DEWALT LANZÓ LA “THOR”

Aunque no se trata de aquel martillo del súper héroe Thor, en DeWalt afirman que tiene la misma fuerza y potencia. Se trata de la nueva esmeriladora modelo Thor.

Carlos Brenes de DeWalt, dice que este modelo es el último en la familia de esmeriladores que la marca ha lanzado al mercado. “Cuenta con un motor de 1200 Watts, 11 mil RPM, 40% más de cobre en el enrollado para una mayor potencia, y hace que el motor soporte mayores picos de amperaje”.

Brenes afirma que esta máquina viene a sustituir a la D28402, que era el modelo anterior. “Esta presenta más ergonomía, y le da mayor comodidad al usuario. Además, cuenta con un nuevo sistema de extracción de polvo, es mucho más liviana, y posee un diámetro menor”, dice Brenes.

Asegura que si se trata de profundidad de línea, esta es una muestra del poderío de la marca. Para hablar de herramientas, no basta con decirlo, hay que tenerlas en el mercado”, indica Carlos.

Esta es la esmeriladora Thor de DeWalt, que la marca lanzó recientemente al mercado. La distribuye Importaciones Vega.



Fronterizos

Somos de Ferretería Carranza, en Los Chiles, en Frontera Norte de Costa Rica. Cada mes, nos llegan un par de ejemplares de TYT, y nos parece una muy buena revista. Nos gustaría saber cómo aparecer en ella, pues pensamos que sería un excelente plus para nuestra empresa.

Gracias por su atención,
Félix Carranza Rojas
 Ferretería Carranza Rojas

R/ Muchas gracias por dirigirse a nosotros. Para TYT las empresas del sector ferretero son altamente valiosas, así que muy pronto estaremos llegando por Los Chiles.

DICEN SER MÁS PROFUNDOS...

Venía a constatar el potencial de la marca en Costa Rica, y dice que se llevó una impresión grata. “Fui a Quepos y me encontré por ejemplo, que en una constructora estaban usando nuestras herramientas, y al preguntar a los usuarios me indicaron que era la marca que les daba un alto desempeño”, fueron las primeras palabras de Ana Lemus, Coordinadora de Marca de Makita, Centroamérica y Caribe, quien recientemente estuvo en el país.

Afirma que una de las diferencias que hacen en el mercado, y que los hace diferenciarse de la competencia, es que “tenemos mayor profundidad de línea por categoría de herramientas. Tenemos máquinas que la competencia, incluso, no posee”, advirtió Lemus.

Igualmente, rescata que han incrementado con fuerza el servicio de post-venta. “En Costa Rica, y en otros países, esta área ha sido fundamental para nosotros. Todos los talleres con los que contamos cuentan con los repuestos suficientes para dar un servicio de calidad”.

Asegura que cada día la marca gana más confianza entre los usuarios, y eso ha hecho que el ferretero se vea beneficiado con el tránsito que se genera en los puntos de venta.



Recientemente, Ana Lemus, Coordinadora de Marca de Makita, estuvo en el país, comprobando la fuerza de la marca. La acompañan Francisco Calderón y Enrique Soto de Tool Solutions, distribuidores para Costa Rica.

A vertical advertisement for IMACASA. At the top, the IMACASA logo is displayed in a red and white box with the tagline 'FUERZA EN SU TRABAJO' below it. The main image shows a person wearing a wide-brimmed hat and a light-colored shirt, using a large machete to cut through tall green grass in a field. At the bottom of the advertisement, the slogan 'FUERZA EN SU TRABAJO' is repeated in large, bold, white letters, followed by the website 'www.imacasa.com'. Below the website, there is a row of small white icons representing various power tools: a hard hat, a hand saw, a drill, a circular saw, a reciprocating saw, and a power screwdriver.

¿Qué no
hacer en



POSICIONAMIENTO?

Por Jorge Pereira

I PARTE

Algunas recomendaciones relacionadas con el posicionamiento que dan Fabiola Mora y Walter Schupnik, en su libro “El Posicionamiento, la guerra por un lunar en la mente del consumidor”.

“No se debe tener excesiva extensión en la línea de productos”.

Algunas marcas, cuando han logrado tener éxito con un producto, empiezan a sacar tantas versiones y mejoras del mismo, que llega el momento en que es difícil para el consumidor entender lo que está haciendo y sobre todo: cuál es el posicionamiento. Basta con ver en un supermercado las estanterías de champús. Existen tantas combinaciones que es probable que el consumidor pierda muchísimo tiempo tratando de decidirse por el más indicado.

Un ejemplo es Eveready. Al momento de aparecer las pilas alcalinas, ellos se limitaron a sacar una un poco diferente, con las palabras “pila Alcalina”, escrita a un lado. Lamentablemente, apareció Duracel que se dedicó a fabricar solo pilas alcalinas y como resultado se posicionó como la marca de pilas alcalinas.

La mejor prueba para una extensión de línea consiste en la lista de mercado. Solo hace falta escribir en un papel, la marca de los productos que se desea comprar: Kleenex, Listerine, Bayer y Palmolive. Lo más seguro es el comprador regrese con: pañuelos Kleenex, enjuague bucal Listerine, aspirinas Bayer y jabón Palmolive. A pesar de todo lo dicho anteriormente, Según dice Jack Trout en su libro “Posicionamiento”, existen algunos casos en los que la extensión de línea, si se maneja con cuidado, puede funcionar:

- **Según el Volumen.** Los productos que se desea triunfen independientemente, no deben llevar el nombre de la marca. Si por el contrario, son productos de poco volumen, sí deben hacerlo.

- **La Competencia.** Si el producto es único e innovador, debe defenderse por sí mismo. Si en cambio, entra en un mercado saturado, si debe tener el respaldo de la marca.

- **Apoyo publicitario.** Si el producto cuenta con un gran presupuesto publicitario, debe crear su propia imagen, solo. Si no se cuenta con un gran presupuesto, debe tener el respaldo de la marca.

- **Trascendencia.** Los productos que se venden en supermercados

(consumo masivo), no deben llevar el nombre de la marca, mientras que los que se venden a través de representantes, sí deben tenerlo.

“No debes cobijarte bajo una marca ya establecida”


También en ocasiones, las empresas se ven tentadas a aprovecharse de una marca que han logrado posicionar con éxito para desarrollar un nuevo producto, diferente, pero amparado bajo ese halo protector del nombre que ya se ha posicionado, terminando por crear una confusión en la mente del consumidor. Alka-Seltzer es un producto conocido por su efectividad para la indigestión y malestares estomacales, ¿quién pensaría en Alka-Seltzer Plus como un sustituto de la aspirina de Bayer para el dolor de cabeza? Si analizamos por ejemplo a Colgate – Palmolive, cada uno de sus productos, o bien lleva el nombre Colgate (Colgate crema dental, Colgate crema de afeitar, etc.) o bien lleva el nombre Palmolive (Champú Palmolive, jabón Palmolive, gel Palmolive, etc.). En cambio, ninguno de los productos de Procter & Gamble, lleva el nombre de la empresa, por una sencilla razón, Procter posiciona a cada uno de sus productos individualmente. Procter tiene 51 marcas en Estados Unidos.

Fuente: www.mercadeo.com

Especial de

TORNILLOS

¿Quién manda en tornillería?



Desde las sujeciones más pequeñas, como los conocidos famosamente como "frijolillos", que se usan, por ejemplo en hojalatería, hasta los que sujetan estructuras metálicas y de concreto como puentes y edificios, los tornillos se han hecho tan necesarios como el seguro social.

Además para el ferretero, que carga con la parte del "retailing", proporcionalmente, siguen siendo de los productos que más rentabilidad arroja, rentabilidades que van desde un 30% hasta incluso un 108% en las líneas de mayor demanda.

Un tornillo de calidad tiene que tener la característica de una fabricación robusta que certifique su funcionamiento, o sea que cumpla a cabalidad para lo que fue construido, pero además perdurar en el tiempo, sin importar las condiciones de clima y temperatura que tenga que enfrentar.

Así las cosas, por ejemplo, en el caso de los tornillos para techo, éstos deben soportar el embate de su instalación, pero además ser resistentes no sólo para sujetar las láminas de zinc, sino que sus arandelas de neopreno, no sufran alteraciones por estar expuestas al sol, calor, lluvia, frío...

En un mercado movido por el precio, la fórmula perfecta sería encontrar la mejor calidad al precio más bajo, sin embargo, difícilmente, esta condición se cumple perfectamente. Un detallista como el ferretero no puede enfrentarse con quejas y devoluciones por vender productos de baja calidad, esto atenta contra el prestigio de su negocio y es una invitación para que los compradores se vaya a la competencia.

Hacíamos la consulta a un ferretero que a la hora de comprar por precio, por ejemplo, tornillos para techo, e indicándonos que para este producto cuenta con 3 proveedores, qué pasa si después de vender un lote de este producto, el cliente viene con un reclamo porque las arandelas, supuestamente de neopreno, se "derritieron" por el calor en menos de 10 días...

¿A quién trasladar el reclamo, si no se sabe la procedencia del lote o a cuál de los tres proveedores se le compraron esos tornillos? "Le toca al negocio asumir la queja y reponerle al cliente los tornillos", nos indicó el empresario. Aquí también hay todo un tema que habla de para comprar tornillos, deje el precio de lado, busque respaldo y calidad.

Entonces, ¿qué es lo más conveniente? Definitivamente, la respuesta no es otra que aliarse con proveedores que respalden los productos, exigir calidad a sus mayoristas, y sobre todo capacitaciones constantes que ayuden a que la relación ferretero - comprador, no se base sólo en el precio.


Tecnicismos

El mercado posee un tornillo para cada trabajo. Es importante determinar el adecuado dependiendo a la superficie que se desea atornillar. ¿Cómo se determina? Gracias al estándar ISO 898 en la cabeza de cada tornillo se registra tanto su dureza (resistencia de tensión o rotura) y su tenacidad (resistencia a punto cedente o límite elástico) respectivamente con los números 4.6, 5.6, 5.8, 6.8, 8.8, 10.9 y 12.9.

En el estudio y tipología de las uniones atornilladas de Ingemecánica se explica que los tornillos se definen como T o M si son ordinarios, TC si es calibre y TR si es de alta resistencia. Esto siempre debe ir indicado junto con el diámetro y la longitud del vástago.

Las dimensiones están regidas por el DIN, en español el Instituto Alemán de Normalización, quien trabaja junto con el ISO. A pesar que los estándares DIN no son mandatorios, son ampliamente utilizados en la industria, ya que velan por la mayor eficiencia y calidad, al lado de tecnología y ciencia de los productos, según describen en su sitio oficial.

Con la tecnología de punta que se encuentra en el mercado, ahora se es capaz de crear hasta 300 tornillos por minuto.



Un tornillo de calidad tiene que tener la característica de una fabricación robusta que certifique su funcionamiento, o sea que cumpla a cabalidad para lo que fue construido.

En Concreto



5.250 Metros Cuadrados

Para un mejor servicio y disposición de inventario.

En la Uruca, **CONTINÚAN VOLANDO ALTO...**

Por Tornillos La Uruca

En Tornillos La Uruca, aumentaron su gestión e inteligencia de negocio, para convertirse en un proveedor de muchas soluciones. Como siempre lo han pregonado, aunque su especialidad son los tornillos, siguen apuntando a un mix de marcas tanto propias como de distribución exclusiva.

“El objetivo es que el ferretero encuentre en nuestra empresa una solución integral, además de los tornillos tenemos una gran variedad de productos de alta rotación”, dice Diego García Gerente Comercial de Tornillos La Uruca.

Entre los productos y marcas que ofrece están: ruedas alemanas marca Tente, cable acerado certificado, silicones y trabadores de rosca marca Hardex, así como zapatos de seguridad Work Shoe Mart, sin dejar de lado, las ya reconocidas marcas como soldadura Indura, Ridgid, herramienta manual Sata, entre otras.

“El ferretero con nosotros no requiere buscar más, pues conformamos una alternativa completa con los productos que más requiere para su negocio”, asegura García.

Justo a Tiempo

Y sobre el mercado de tornillos, Diego dice seguir muy competitivo, brindando productos garantizados como las barras B7 aceros inoxidable y hasta los famosos A325 utilizados en las grandes construcciones cumpliendo con las todas las normas y estándares de calidad internacional.

Por otra parte, Francisco Vargas, Gerente de Importaciones, asegura que los convenios con las fábricas les permiten contar con un flujo mensual de embarques evitando el desabastecimiento.

Vargas comenta que la compañía realiza un esfuerzo fuerte en el servicio de entregas cumpliendo con la filosofía de “Justo a Tiempo”. “Nuestros camiones llegan a cada ferretería del territorio nacional, asegurando que nuestras entregas no sólo lleguen oportunamente sino que se entreguen completas”.

Si bien es cierto en el área de tornillería, suele darse una guerra de precios,

Vargas afirma que “lo mejor para el ferretero es sopesar la calidad de los productos. No siempre el mejor precio es el mejor tornillo, lo importante es mantenerse con proveedores constantes que garantizan la calidad de los productos”.

Por su parte Enrique Araya, Gerente General, indica que 24 años de experiencia en el mercado nacional y la estabilidad de su recurso humano, perfilan a Tornillos La Uruca como una empresa de mucho respaldo y experiencia “en beneficio de nuestros clientes”.

“Nuestro lema es brindar un servicio de calidad, asegurando un “fill rate” superior al 90% a nuestros clientes tanto a sector ferretero, como industrial y un servicio oportuno basado en la filosofía de Mejora Continua”.

“Para nosotros el servicio hacia nuestros clientes es primordial. Precisamente, pensando en fortalecer nuestros inventarios, hemos extendido nuestras bodegas a más de cinco mil metros cuadrados”.

“Este año, inauguramos la sección propiamente ferretera y para el próximo mes, se prevé la apertura del Centro Industrial en La Uruca, supliendo a la industria de equipos, herramientas y materiales de alta calidad, a precios competitivos”.



Un equipo comprometido
con Usted!



Universal

Por Universal de Tornillos

SIGUE EN CRECIMIENTO

En Universal de Tornillos, se toman muy en serio el mercado, prueba de ello es que a diario buscan esquemas de negocio, con productos ganadores que proyecten el crecimiento de sus clientes. Según Oscar Castellanos, Gerente General de la empresa, están próximos a inaugurar un nuevo centro de servicio que aumentaría más su eficiencia.



- Precio y calidad dos factores que seducen a los ferreteros... ¿Cómo cumple Universal con estos dos factores sin alterar ninguno de los dos?

- Mantener una excelente relación comercial con nuestros fabricantes nos ha permitido obtener buenos acuerdos comerciales, a fin de garantizar a nuestros clientes la calidad y buen precio que nos caracterizan.

- ¿Cómo mantiene la empresa la calidad en un mercado de alta competencia, cuando hay otros distribuidores que prefieren otorgar mejores precios y sacrificar la calidad?

- En Universal de Tornillos y Herramientas comercializamos productos que se ajustan a las necesidades del mercado, esto como pilar de nuestra empresa, por lo tanto, nos encontramos un paso adelante en materia de competitividad.

“La estabilidad del inventario, calidad y precio de nuestros productos en el tiempo, demuestra el compromiso y seriedad que nos caracteriza, propiciando así la fidelidad de nuestros clientes”.

Desarrollo de confianza

- ¿Qué hace Universal de Tornillos para crear diferencia en el sector? ¿Cómo hace crecer su cartera de clientes y ser elegido por los clientes?

- Nos diferenciamos por la amplia variedad de líneas de producto, a excelentes precios que ofrecemos a distintos sectores de mercado como el sector ferretero, industrial y automotriz, apoyándonos con un amplio inventario, sin dejar de lado la importancia de una excelente atención al cliente. Esto nos ha permitido desarrollar la confianza que el cliente necesita para sentirse identificado con la empresa.

- ¿En qué debe basarse un ferretero para vender más tornillos y en qué le ayuda la empresa a incrementar sus transacciones?

- El conocimiento y experiencia nos permiten innovar en productos y servicios incrementando la oferta para nuestros clientes, esto permite brindar un abanico de alternativas que representan un verdadero soporte comercial en materia de abastecimiento para los consumidores mayoristas y al detalle.

“La trayectoria comercial se legitima mediante la experiencia que tenemos sobre productos, mercado y las necesidades bien identificadas de nuestros clientes, traducido esto en calidad y buenos precios, tiene como resultado el incremento en ventas y fidelidad comercial”.

“Crecer y desarrollarnos nos obliga a aumentar nuestra eficiencia y productividad que se puede traducir en beneficios para nuestros clientes”.

- ¿Cuál es el objetivo de la empresa con la apertura próxima de su nuevo centro de distribución y operaciones?

- Nuestro objetivo es optimizar los tiempos de respuesta y con ello hacer que los procesos sean más eficientes en busca de la productividad tanto de nuestra empresa como de nuestros clientes.





LÍDERES EN TORNILLERÍA

Porque el resultado de 14 años de trabajo nos ubica como el **mayorista líder** del país en la distribución de tornillos. Porque contamos con **inventario permanente** a precios **competitivos**. Porque nuestro **servicio oportuno** hace que su experiencia de compra sea grata. Porque le ofrecemos a los costarricenses **productos de excelente calidad**. Porque estamos agradecidos de ser su **herramienta de trabajo**.

Central telefónica: +506-2243-7676
servicioalcliente@unitorni.com

Servicio al cliente: +506-2243-7661
www.unitorni.com



SU TORNILLERO DE CONFIANZA

el MUNDO



DE LOS TORNILLOS

¡Ya regresé!

Queridos amigos.

En 1983, estuve en un anuncio de página completa en La Nación, con una foto de mi rostro y un perno que entraba en mi cabeza de un lado a otro, con una tuerca para mantenerla en su lugar. Sí, eso fue realmente mi imagen...

Tenía una gran pasión por los pernos y las tuercas, la cual me llevó a fundar una nueva compañía que por los próximos 25 años se constituyó una empresa de la que estábamos muy orgullosos. Se capacitó y motivó muy bien al personal; se visitaron las ferreterías, las industrias especializadas en cada parte del país e hicimos una escuela para la enseñanza de todos los detalles sobre tornillos donde invitamos a nuestros clientes e incluso nuestros competidores a asistir. Más de 800 personas se graduaron de nuestra escuela.

Desde entonces nació el boletín informativo, el cual describe lo importante que han sido los tornillos y tuercas para nuestra sociedad.

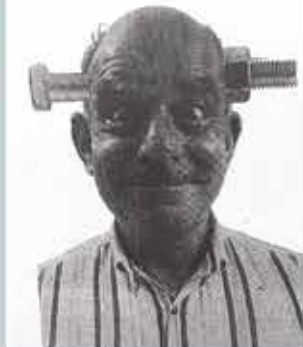
Después de 25 años de duro trabajo decidí retirarme, aunque luego de algunos años me hacía falta mi trabajo porque mi pasión ya no existía.

En el 2007 se fundó una nueva compañía: TORCASA, la cual celebró su octavo aniversario éste pasado mes de octubre. Y es así como desde el 2013 mi amigo Gamaliel Solano, fundador de la misma me invitó a formar parte de éste gran proyecto.

Ahora, soy muy feliz y agradezco mucho que me pidieran volver para ser parte de esta gran empresa y estar juntos de nuevo. Es como un sueño hecho realidad. Creo que Torcasa es ahora el mejor proveedor en el área de ferretería y herramientas industriales de calidad del país. Además de la gran variedad de tornillos, contamos con otros productos como herramienta manual, para construcción, anclajes, sportería, abrasivos, herramienta eléctrica Milwaukee,

1983

No le falta un tornillo.



2015

No le falta un tornillo.



herramientas de corte, soldadura, rodines, y muchos de los productos que son del agrado de nuestros clientes, ya que son de altísima calidad; siendo de las principales razones por las que el mercado nos muestra su preferencia.

Hemos prosperado y ahora somos líderes en la venta de tornillos y muchos otros productos. Hemos crecido a casi 100 empleados y un inventario de tornillos que es uno de los más diversificados de Centroamérica. También se han abierto sucursales, en Alajuela, Curridabat, Cartago y Avenida 10.

Vivimos en un mundo valiente. Un tiempo de nuevos inventos e innovaciones. No se sorprenda si Torcasa pronto entregará suministros de emergencia con Drones. Crezcamos juntos en este nuevo mundo, todavía necesitamos mentes frescas pero también con experiencia para ayudarnos a ser lo mejor que se pueda. Usted continuará sabiendo de mí regularmente con las ideas que ayudarán a su empresa a alcanzar sus metas y tener un crecimiento más rentable.

Soy activo de nuevo y tengo la intención de seguir siéndolo junto a un gran equipo de trabajo durante los años que Dios me de. Nuestros clientes seguirán recibiendo mis boletines e información sobre los nuevos productos. Hágame llegar sus consultas, y yo haré todo lo posible para resolverlas. Estoy para servirles y me pueden escribir al correo: msossin@torcasa.cr

Costa Rica se merece lo mejor. Nuestro futuro es grandioso. Juntos, nuestra tierra y nuestra gente se destacan como un ejemplo para un mundo cambiante.

Sinceramente,

Marvin Sossin

TORCASA

NOVIEMBRE 2015

EL EQUIPO ESTÁ COMPLETO



MÁS DE 150 AÑOS DE EXPERIENCIA JUNTOS EN TORNILLERÍA

Este grupo es el mejor equipo que usted ferretero podrá encontrar con un amplio conocimiento y deseos de servirle como a un amigo.

En Torcasa le garantizamos productos de calidad y en un mundo tan cambiante donde con mucha frecuencia aparecen nuevos fabricantes de tornillería, cada vez es más importante asegurarse que los tornillos cumplan con las debidas normas internacionales de calidad. Estamos muy conscientes de que esto se cumpla al 100% y por tal razón se asegura cero reclamos.

Buscamos mantenernos actualizados para poder ofrecer al ferretero la más alta variedad en tornillos y más, productos que hasta hace poco no estaban a su alcance como por ejemplo:



VÉRTIGO: con punta broca y para concreto, utilizado en la instalación de ductos colgantes de aire acondicionado e instalación eléctrica con barras roscadas de hasta 3 m.



CIELO SUSPENDIDO: para amarrar estructuras de los cielos



ARTESANADO: con cabeza hexagonal y plana: usado para unir vigas de madera de 6 a 8 pulgadas



MADERA/METAL: hace rosca en metales de calibre 1/16 hasta 3/16, asegurando una resistente fijación.

San José, Ave. 10, calle 14 y 16 • Tel.: (506) 2539-3939
Curridabat, 100 m norte del Banco Nacional • Tel.: (506) 2539-3999
Alajuela, del supermercado Peri, 200 m sur • Tel.: (506) 2539-3993
Cartago, del Almacén Pigo Pérez, 200 m al oeste • Tel.: (506) 2539-3925



TORCASA

Tenemos Todo Tipo de Tornillos

¿En qué nivel de la montaña ESTÁ SU EMPRESA?

El sector ferretero reconoce a las empresas que se comprometen en hacer crecer a sus clientes, y los tilda como aliados.

Como si se tratara de una montaña que muchos quieren escalar, pero que no todos lo logran, este año, una muestra al azar entre 100 ferreteros del país, destacó a aquellos mayoristas que han enfrentado esta pendiente a base de hacer crecer a sus clientes, agregando a los productos y servicio, valores más allá del precio, consiguieron ser tomados con constancia por sus compradores.

Y es que lo que todo proveedor busca en el sector en el que compite, es que los clientes los favorezcan con compras y preferencia constantes, que accedan a sentarse en la mesa de negociación.

A los ferreteros se les pidió indicar cuáles eran los 5 mayoristas de su preferencia, los 5 que se habían preocupado por su crecimiento, por llevarles productos con buenos índices de rotación, y que representaran para ellos una solución integral y no la suma de problemas por productos sin respaldo o de rotaciones reducidas. En fin, los 5 mayoristas de los que su negocio no pudiera prescindir.

Igualmente, el año anterior la lista integraba a cerca de 50 empresas, pero este año, ingresaron más al ordenamiento, un total de 69, lo que señala que no sólo existe mayor competencia en el sector, sino que los ferreteros están más abiertos a dar oportunidad a otras empresas.

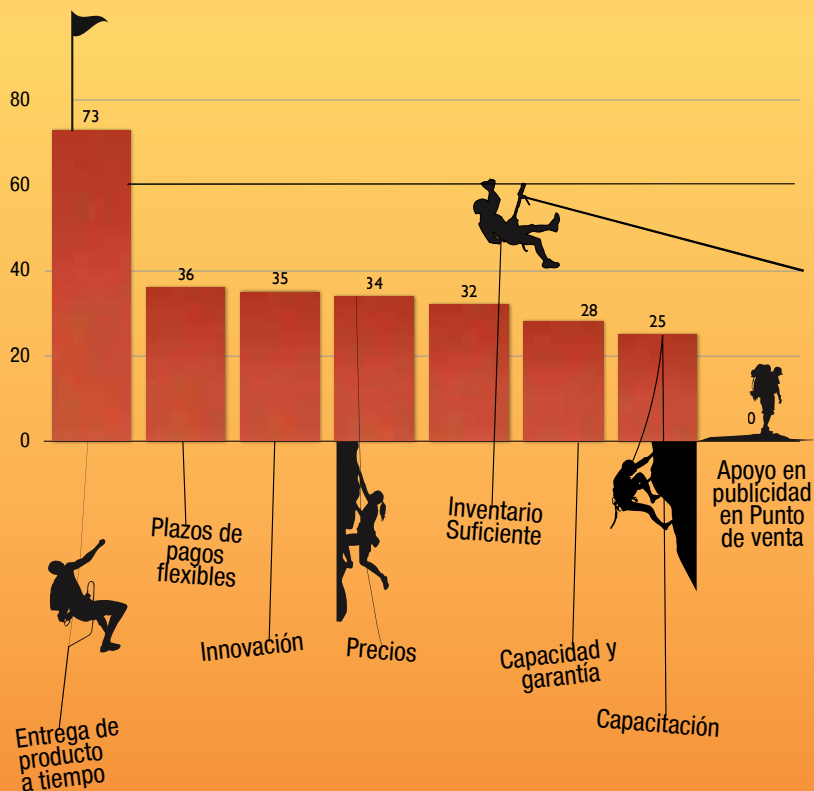
Las empresas aparecen en orden alfabético, sin que medie el número de menciones, pues lo valioso del listado es aparecer en él, independientemente de la posición.

Probablemente, para el próximo año quizás estemos haciendo una medición de fuerza en cuanto a ranquear las posiciones por orden de votaciones.



Altos valores

Igualmente, en la muestra fuimos un poco más allá, y mediante un listado de opciones, pedimos a los ferreteros ubicarlas en orden de importancia, de acuerdo con lo que valoraban más en un proveedor. El precio aunque sigue conformándose como un factor importante, los clientes prefieren que los productos lleguen a tiempo, en el momento justo, así como poseer esquemas de pagos flexibles. El apoyo con publicidad en el punto de venta, parece ser un factor sin fuerza en el sector.



Por otro lado, la innovación como arma de competencia, en un sector que no deja espacio para la improvisación o experimento de productos de dudosa calidad, parece revestir mucha importancia. Aquí solicitamos a los ferreteros indicar, en lo que va del año, cuáles productos habían sido considerados como novedosos, y estos fueron los más mencionados:

Productos mencionados como novedosos

- Duretán 2 para usar en condiciones de humedad de Megalineas
- Limpiador de perling de Sorie
- Herrajes de Abonos Agro
- Producto para repello de INTACO
- Regleta múltiple de Bticino
- Regleta para teléfonos de El Eléctrico Ferretero
- Herramientas eléctricas de Importaciones Vega
- Producto para pegar molduras plásticas de Megalineas
- Mangueras de abasto y llaves de control de Durman
- Aerosol limpiador de contactos de 3M
- Chapeadora multifuncional de Importaciones Vega
- Cemento nuevo de Sinocem
- Zinc de color de Ternium
- Trampa para ratones de Impafesa
- Tape sumergible de 3M
- Silicon de Sur
- Play Rock de Macopa

Super Mayoristas

Los preferidos

- Abonos Agro
- Acuña y Hernández
- Amanco
- ArcelorMittal
- Arqdeco
- Audio Accesorios de Costa Rica
- Avelec
- Capris
- CEL Internacional
- Celco de Costa Rica
- Cemex
- Ciclo San Nicolas
- Cofersa
- Conducen
- ConstruRed
- Cosmac
- Distribuidora Arsa
- Durman
- El Eléctrico Ferretero
- Electro Fameji
- Fedecoop
- FG Ferreteros
- Finhe S.A.
- Forestales Latinoamericanos
- Holcim
- Imacasa
- Impafesa
- Impersa
- Importaciones Campos Rudin
- Importaciones Vega
- Importadora América
- Importadora Técnica Alfaro
- Inca
- Indianapolis
- INTACO
- Kativo
- Lanco
- Macopa
- Mafisa
- Masaca
- Matco
- Matex
- Mayoreo del Istmo
- Megalineas
- Metalco
- Metales Flix
- Pedregal
- Plastimex
- Reposa
- Rodco
- Rosejo
- RYM Costa Rica
- Schneider
- Sherwin Williams
- Sorie
- Sur
- Sylvania
- Tecni- Gypsum
- Tecnolite
- Tedsa
- Ternium
- Torcasa
- Tornicentro
- Tornillos La Uruca
- Transfesa
- Tubocobre
- Unidos Mayoreo
- Universal de Tornillos
- Valco



¡Rueda de negocios EN VEGA!

En un aumento de sus instalaciones en más de 2000 m², Importaciones Vega mostró a sus clientes todo el arsenal de productos y marcas con los que cuenta actualmente...

Después de construir una bodega de más de 2 mil metros cuadrados, era el momento ideal para mostrar a sus clientes las novedades y renovación de las marcas, profundidad de líneas que posee la empresa. Importaciones Vega, abrió nuevamente las puertas de su empresa para que los clientes conocieran a fondo todas sus áreas de negocio que ofrece al sector ferretero.

En tres días, cerca de 180 clientes los acompañaron a esta inauguración. Premios, demostraciones, lanzamientos de productos, pero además, una charla sobre cómo obtener negociaciones exitosas, fue parte de lo que ofreció la compañía a sus compradores.

“Esto es muestra del respaldo que ofrece la compañía a todos nuestros clientes, y que gracias a ellos seguimos creciendo”, indicó Rafael Vargas, Gerente General de Importaciones Vega.



Desde Guanacaste, una comitiva de Comaco en Huacas de Santa Cruz, dijo presente.

Gustavo Vargas expuso el tema sobre negociaciones exitosas



Los premios fueron parte de la nota alegre que exhibió esta reunión.



Carlos Jenkins, Comprador de Ferrería JR Vargas, de Atenas, llegó para observar las novedades.



Horacio Acosta (derecha) y su comprador, de Ferrería Acosta, llegaron en busca de aprovechar las promociones.



Los representantes de Agrologos llegaron desde bien temprano.



Los premios fueron parte de la nota alegre que exhibió esta reunión.



José Solórzano, Propietario de Maderas San Carlos, en Palmares, dice que su estrategia para crecer ha sido aliarse de la innovación. "Para complacer al cliente, hay que tener de todo y presentarlo lo mejor posible".

¡Más allá DE LA MADERA!

Maderas San Carlos es un negocio que se aferra con fuerza de la innovación, dando énfasis al sector mueblero, y diversificándose para atender otro tipo de compradores.

Palmares, Alajuela, Costa Rica.- Maderas San Carlos es un negocio de esos, en los que su propietario sabe que hay que reinvertir y buscar sofisticarse en todo momento, primero porque la competencia acecha, y en segunda instancia, porque los compradores exigen ferreterías y tiendas con más alternativa, ojalá todo y de todo en un solo sitio.

Claro está, que en esta empresa no han perdido su expertis por la que nacieron, con el enfoque en maderas, para atender en su mayor parte, a los compradores de la industria mueblera.

Se trata de Maderas San Carlos, en Palmares, que de la mano con José Solórzano, ahora ya cuentan con cuatro puntos de venta. Tres de ellos, en el centro de la ciudad, y el más reciente, con una combinación especializada en maderas y todo lo que tiene que ver con mueblaría, aunque también alberga productos ferreteros. Uno es sala de acabados, el otro todo lo de ferretería, y el que se encuentra en Buenos Aires de Palmares, atiende todo lo que tiene que ver con hierro y materiales para la construcción.

"Iniciamos -hace 29 años- con un enfoque totalmente mueblero, pues en la zona abundan este tipo de empresas, pero poco a poco fuimos mejorando el enfoque, y dándole más opciones a los clientes", dice José Solórzano.

Reconoce que de no haber tenido esta diversificación, probablemente no habrían podido sostenerse en el tiempo. "Los tiempos van cambiando, y los clientes requieren de negocios donde encuentren de todo, productos para el profesional y para todo tipo de compradores", dice Solórzano.

En total, Solórzano tiene la ayuda de 43 colaboradores distribuidos en los 4 negocios. "Siempre hablamos de lo que piden los clientes porque solo así nos podemos dar cuenta si vamos por buen camino. Hoy, por ejemplo, sabemos que a la sala de acabados les atrae a muchas mujeres, y más que ver los productos exhibidos, les encanta verlos en sus ambientes, llevarse una idea más clara de cómo se verían en sus casas o proyectos, y eso se los hemos dado".

Importador

Precisamente, esa disposición para estar atentos a lo que los clientes buscan,

es que Solórzano quiere llegar a importar algunos productos. "Quiero traer algunas líneas como herrajes y rieles, porque los muebleros nos los piden mucho. Todo es parte de buscar innovar siempre".

Afirma que "es que para crecer hay que buscar innovar, aunque sea en pequeños detalles. Los negocios que se estancan peligran con desaparecer", asegura.

Solórzano dice que le encanta estar al tanto de lo que pasa en el sector, y que por eso difícilmente se pierde de alguna feria o actividad, pues eso lo hace mantenerse al día, además de ponerlo en contacto con sus actuales proveedores, y de paso encontrar otros nuevos.

"No hay nada como ver que el negocio crezca, que los clientes disfruten de estar aquí y sobre todo, que nos entreguen su confianza y nos esmeremos por corresponderles", agrega José.

Hay una característica que tienen estos negocios, y que Solórzano resalta. "No hay nada como un negocio bien iluminado, que invite a entrar, que el cliente pueda ver bien los productos. Soy del criterio que una tienda ordenada e iluminada invita a comprar, pero también hace falta tener de todo y estar al día con los productos".

Fiel creyente en la fuerza de la exhibición, y que hablar y atender a los clientes es prácticamente "sagrado", sostiene que no hay mayor satisfacción que ver un comprador satisfecho. "Y seguiremos buscando para tener de todo lo que nos pidan", concluye Solórzano.

Desde sus inicios, Maderas San Carlos se hizo con un enfoque en maderas, para satisfacer al sector muebler. Hoy, sigue conservando y supliendo a este nicho de mercado, pero incorpora otras áreas de negocio.





Esta es una de las bodegas que posee la empresa, y que para su personal significa el respaldo con que llegan al cliente y suplen sus necesidades en el mercado.



Procesos más eficientes en todas su áreas, se han incrementado en la compañía, gracias a tener la gente correcta, en el puesto correcto.

Audio Accesorios SE LLENA DE TALENTO HUMANO

En procura de aliarse con más fuerza a sus clientes y ofrecerles mayores alternativas de negocio, con productos de alta rotación, Audio Accesorios de Costa Rica refuerza aún más su eficiencia.

A sabiendas que hoy los clientes buscan empresas con servicios diferenciados, con entregas en el tiempo justo, y con productos de calidad respaldada y rotación, Audio Accesorios de Costa Rica, marcha de la mano con procesos de mejora continua.

Así nos lo hizo ver su Gerente General, Federico Naranjo, al indicar que “respondemos a los clientes con una dosis más alta de eficiencia en el servicio, entendiendo mejor sus necesidades, para satisfacerlos con mayor rapidez”.

Así las cosas, por ejemplo, en la compañía le apuestan a reforzar el talento humano a base del desarrollo intenso de capacitaciones.

“Hoy, contamos con un personal más desarrollado y apto para atender con prontitud los requerimientos de los clientes. Tenemos la gente correcta en el puesto correcto”.

Afirma que esto les da la seguridad de que al contar con un personal más preparado y con un talento desarrollado, el cliente recibe la ventaja de que “vamos a entender mejor sus necesidades, y generar con más tinos relaciones ganar – ganar”.

A consolidarse

Dice que este año les ha servido de mucha preparación, en busca de que el 2016, sea un año en el que se consoliden mayores oportunidades de negocio.

“Ya la empresa está lista para más... Somos una compañía más eficiente y más enfocada en el servicio hacia nuestros clientes”.

Precisamente, instaurar ese enfoque hacia los clientes, le ha permitido a Audio Accesorios, conformarse como una compañía en la que cada colaborador representa una solución para los clientes.

“Todos somos vendedores, y como tales, estamos en la capacidad de ser facilitadores para solventar las necesidades de quienes buscan hacer negocios con nosotros”, enfatiza Naranjo. Asegura que sin duda, ahora han profesionalizado más sus procesos y sus relaciones con los clientes. “Si antes éramos líderes en el mercado, en nuestra categoría, ahora somos líderes consolidados”.

Sobre las áreas en las que han incrementado la mejora de procesos, Naranjo dice que son todas, pero que ahora cuentan por ejemplo, con un área de telemarketing que resuelve vía telefónica, con una respuesta inmediata en entregas, y con una bodega amplia, que posee lo que más piden los clientes y que asegura un abastecimiento continuo.

Llaves de Paso **BrassCraft**®

El mejor complemento para llaves de alta calidad



Como fabricante líder de llaves de paso durante más de 65 años, BrassCraft Manufacturing es la marca en la que confían los plomeros para brindar productos de alta calidad, confiables e innovadores. Con una amplia selección de tipos de conexión y funciones adicionales, BrassCraft Mfg. tiene una llave de paso para satisfacer cada necesidad.



Disponible en su mayorista:



TRANSFESA

Somos los mejores en servicio



transfesa

www.transfesacr.com

Central de Ventas: 2210-8989



Armando Acuña, Gerente para Costa Rica de Durman, dice y asegura que la empresa marcha por el camino de la innovación para satisfacer con tino la demanda de sus diferentes clientes.

Con Durman **EN LAS “VENAS”**

Armando Acuña lidera Durman desde la gerencia general. Lleva 8 meses en el puesto, pero es un amplio conocedor del mercado.



Han pasado quizás más de 12 años, cuando llegamos a su oficina, y a la búsqueda de desarrollar un tema sobre sistemas de bombeo, nos dirigieron con él.

En ese momento, si mal no recordamos, el ingeniero formaba parte del departamento asesor de riego de Durman.

Con propiedad nos atendió y logramos el cometido de elaborar un reportaje sobre los alcances, que hasta ese momento, se había desarrollado con la tecnología de bombas.

Hoy, nos lo encontramos, siempre en el mismo lugar, en Durman, pero ahora con una responsabilidad mayor en sus manos: la gerencia de la empresa.

Hablamos de Armando Acuña, quien actualmente dirige la empresa desde la Gerencia de País, desde hace más de 8 meses.

Asegura que llegar aquí es producto de mucho trabajo y de comprometerse con las ambiciones de la empresa. "Uno crece porque las compañías crecen, entonces es parte de alinearse y comprometerse", dice Acuña.

Fascinado

Asegura que la alta dirección de la compañía dirige hacia donde quiere ir, y determina cómo y con quien hacerlo, por eso le ha tocado prácticamente, desarrollar toda una carrera de la mano con Durman.

"He pasado por diferentes puestos, y eso me ha hecho estar en constante formación. Estar relacionado con los clientes y productos en constante innovación, da el conocimiento para avanzar hacia donde va la empresa", dice Armando.

Lleva más de 18 años de pertenecer a Durman y se confiesa como un enamorado apasionado de esta compañía, que incluso le permitió por algún tiempo conocer el mercado salvadoreño.

"Me fascina lo que hago. Me encanta estar en esta empresa y me encanta estar en este puesto nuevo".

- ¿Qué llega a hacer por la empresa desde la gerencia. Cuál es su objetivo?

- Quiero hacer de esta compañía de las mejores del grupo. Somos un conglomerado de empresas latinoamericanas desde México hasta Argentina, y mi objetivo es ser la mejor de todas.

- ¿Qué opina del mercado actual, ahora que hay mucha competencia?

- El mercado siempre ha estado ahí a la espera de calidad en todo sentido. Tenemos que estar alertas de lo que va pasando para ir viendo oportunidades, e ir avanzando para seguir con el crecimiento.

- ¿Cómo se siente en este puesto?

- Muy bien. Esta posición ya la tenía en El Salvador. Ahí estuve 3 años, y para mí fue una experiencia enriquecedora, a pesar de que es un mercado diferente, muy agresivo y de alta demanda. Esto me sirvió mucho de experiencia y entender este mercado con más facilidad.

- ¿Sin duda, Costa Rica representa un reto más fuerte?

- Por supuesto. Es una responsabilidad más grande porque aquí sigue siendo la casa matriz, al estar una de las empresas más sólidas del grupo y eso hace que el compromiso sea más fuerte. Y lo más importante es que estoy respaldado por un gran equipo de trabajo.

- Los ferreteros en Costa Rica cuentan a veces con problemas de espacio en el manejo de inventarios, y requieren que las empresas sean muy eficientes en las entregas de productos. ¿Cómo anda Durman en este rubro, sobre todo con el manejo de productos de gran dimensión?

- Casualmente, implementamos un protocolo que mide el servicio a tiempo y completo, y eso lo llevamos a diario. Esto nos lleva a trabajar para cumplir nuestras metas de entrega, sin importar donde el cliente se encuentre. La idea es cumplir la promesa de entrega que le hacemos a los clientes.

Acuña sostiene que la empresa sigue por el camino de la innovación, y están llegando al mercado con una línea de mangueras de abasto, llaves de control, y en tanques de polietileno de almacenamiento, vienen incrementando el portafolio y que incluso ya tienen de 10 mil litros "y seguimos innovando en todos los segmentos".



IMPORTADORA AMERICA
Todo un mundo ferretero a su alcance

Distribuidor de la marca de Grifería Pfister
presenta su nueva línea exclusiva

LAINZ

Exhibidores disponibles para entrega en todo el país.
Contactar con asesor de ventas





801 PFZLC
Ducha y fijo de dos manijas
New York Shower Mixer
801-T-100-01



802 PFZLC
Ducha y fijo de dos manijas para ducha
New York Shower City
802-T-100-01



803 PFZLC
Masculador y monomando para ducha y fijo a la pared con ducha de mano
803-T-100-01
803-T-100-01
803-T-100-01
803-T-100-01



804 PFZLC
Masculador y monomando para ducha y fijo a la pared con ducha de mano
804-T-100-01
804-T-100-01
804-T-100-01
804-T-100-01



805 PFZLC
Masculador y monomando para recipiente
Single Control Shower Faucet
805-T-100-01



806 PFZLC
Masculador y monomando para lavabo
Single Control Lavatory and Basin
806-T-100-01



807 PFZLC
Grifería de 4 palancas para lavabos con dos manijas
Single Control Lavatory
807-T-100-01



808 PFZLC
Grifería de 4 palancas para lavabos con dos manijas
Single Control Lavatory
808-T-100-01



809 PFZLC
Masculador de ducha monomando de agua fría y caliente
Single Control Hot & Cold Shower Mixer
809-T-100-01



810 PFZLC
Vajilla de ducha monomando para agua fría y caliente
Single Control Hot & Cold Shower Mixer
810-T-100-01



811 PFZLC
Control de flujo aerobiz
Single Control Shower
811-T-100-01

Tel. (506) 2292-2424 ☎ Fax. (506) 2229-5818 📧 servicioalcliente@iamericacr.com



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

PROXIMAMENTE
Nuevos
COLORES

Línea
ROSEMARY



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



www.kobyelectric.com





Feria de ferretería presentará **UN ESTUDIO SOBRE COMERCIO ELECTRÓNICO**

La feria de Colonia, en Alemania, pondrá énfasis especial en el comercio electrónico, pues es necesario desarrollar este factor en las ferreterías.

Cuando Eisenwarenmesse – Feria Internacional de Ferretería abra sus puertas del 6 al 8 de marzo de 2016, en Colonia Alemania, la atención no solo centrará en los últimos productos y las innovaciones más interesantes del sector. Temas como el vertiginoso crecimiento de las plataformas electrónicas del mercado B2B o cuestiones como el 'sector 4.0' determinan cada vez más el diálogo entre socios comerciales.

Como plataforma de comunicación internacional, la feria abordará estos aspectos y junto con el Instituto de investigación comercial de Colonia (IFH Köln/Institut für Handelsforschung) iniciará un estudio bajo el título 'Plataformas del mercado B2B 2016 – Lo que realmente importa'. "El comercio electrónico está ganando cada vez más relevancia. Es el tema principal del sector de la ferretería y plantea grandes desafíos", indica Christoph Werner, Senior Vice President Trade Fair Management de Koelnmesse.

"Como punto de encuentro del sector internacional queremos

ofrecer orientación y concentración de información a nuestros expositores y visitantes profesionales. El estudio que se elabora en colaboración con el IFH de Colonia es una primera base para ello", explica Werner.

Con una jornada temática dedicada durante el domingo ferial y un foro de comercio electrónico (E-Commerce arena), Eisenwarenmesse – Feria Internacional de Ferretería ofrecerá aún más posibilidades de ampliar conocimientos. Un programa de conferencias en torno a las oportunidades y los riesgos del comercio electrónico, así como sobre las ideas y conceptos de los proveedores en Internet, analizará estos temas desde diversas perspectivas.

Cinta adhesiva Scotch **DE 3M CUMPLE 85 AÑOS**

Cuando Eisenwarenmesse – Feria Internacional de Ferretería abra sus puertas del 6 al 8 de marzo de 2016, en Colonia Alemania, la atención no solo centrará en los últimos productos y las innovaciones más interesantes del sector. Temas como el vertiginoso crecimiento de las plataformas electrónicas del mercado B2B o cuestiones como el sector 4.0' determinan cada vez más el diálogo entre socios comerciales.

Como plataforma de comunicación internacional, la feria abordará estos aspectos y junto con el Instituto de investigación comercial de Colonia (IFH Köln/Institut für Handelsforschung) iniciará un estudio bajo el título 'Plataformas del mercado B2B 2016 – Lo que realmente importa'. "El comercio electrónico está ganando cada vez más relevancia. Es el tema principal del sector de la ferretería y plantea grandes desafíos", indica Christoph Werner, Senior Vice President Trade Fair Management de Koelnmesse. "Como punto de encuentro del sector internacional queremos



Rubi viene con **INNOVACIONES**

A las numerosas novedades presentadas por Rubi durante 2015 se añade el lanzamiento del nuevo mezclador Rubimix-9-N, el cortador eléctrico DU-200-EVO (con demostraciones en directo) o el renovado sistema rápido de nivelación 'Tile Level Quick'. Con el objetivo de conseguir un espacio interactivo y dinámico, en el que los usuarios puedan conocer todas las novedades, en las ferias en las que participe la empresa, contará con diversos espacios de demostración para las cortadoras manuales, Slim para grandes formatos y mezcladores.



La introducción de un producto en el mercado ferretero, puede tardar hasta 3 veces menos en una feria, que hacerlo visitando negocio por negocio...

¿Cómo lanzar un, **PRODUCTO AL MERCADO?**

Costa Rica.- A veces las empresas se ven seducidas a traer productos nuevos al mercado, pero se ven en problemas cuando el proveedor empieza a exigirles resultados más rápidos y compras mínimas y constantes... Resulta que la introducción del producto carece de fuerza y las ventas no marchan como lo esperado. ¿Cómo introducir con éxito un producto? Aquí la clave...

Si contamos que solo en este país, existen más de un millar de negocios, por más fuerza logística que tenga una empresa que trae un producto nuevo al mercado, puede tardarse hasta un año o más para que todos los clientes lo conozcan, y para llegarle, incluso, a las compras mínimas que "exige" la empresa proveedora.

Algunas claves: - en primer instancia, lo primero es tener un personal de ventas altamente capacitado sobre el nuevo producto, que lo conozca de "pies a cabeza" en su totalidad, y que esté preparado para responder a las consultas del cliente.

Segundo: que sea un producto que pueda hablar por sí solo. Esto significa que el producto tenga instrucciones precisas sobre su uso y aplicaciones, que sean fáciles de entender y de leer.

Ventajas claras

Tercero: que queden bien claras las ventajas y sus beneficios. Si es posible, porque se trata de una tecnología complicada, ojalá incluya algún instructivo con dibujos.

Cuampliando estos objetivos, ahora viene lo más difícil: lidiar con el tiempo de los clientes para poder no solo enseñarles el nuevo producto, sino convencerlos para que lo pongan en venta en las ferreterías.

Si se trata de un producto que compite directamente con otro que ya lleva terreno y trayectoria en el mercado, la tarea es más ardua, y en muchos casos no basta con una sola visita del agente vendedor para convencer al cliente de adquirirlo.

En un paso a paso, en visitas de los agentes de ventas, el grado de penetración es sumamente lento, y más si no se "echa" mano de estrategias como publicidad o invitaciones para presenciar demostraciones.

Las ferias representan un factor rápido, efectivo y eficiente para la introducción de un producto. En primer instancia, le ponen en contacto con el mercado primario en poco tiempo, y si utiliza una estrategia de demostración en vivo, es más fácil convencer al comprador, y sobre todo, tome en cuenta que cuando un visitante está en la feria, nada le urge, llega con tiempo suficiente porque sabe a lo que llega.

Una combinación de una feria, con personal muy capacitado sobre el nuevo producto, pueden acelerar exitosamente la penetración de mercado. Mientras en un año, se puede llegar a una participación de mercado cercana al 20%, en una feria como Expoferretera, perfectamente en 3 días de contacto, más un mes para potenciar y cifrar las ventas, se puede llegar hasta un 35%. ¡Haga la prueba!

expo FERRETERA

su herramienta de negocios

2016

★ A RITMO VAQUERO ★

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

6, 7 Y 8 DE MAYO, 2016.
EVENTOS PEDREGAL

Adquiera su entrada gratis en
www.expoferretera.com

Reserve su Stand y Patrocinios
Marco Verdesia • marco@ekaconsultores.com
Tel.: (506) 4001-6726 Cel (506) 7014-3611

SHOW VAQUERO
PARRILLADA FERRETERA
CHARLAS Y DEMOSTRACIONES

Expositores 2016

 **CANET**

 **TORCASA**
Tenemos Todo Tipo de Tornillos

 **proveeduría
total**

 **ACUARIUM**
PISCINAS & SPAS

 **TORNILLOS
SISA**
LO MEJOR EN TORNILLOS

 **OPTIMA
SEGURIDAD**

 **IMACASA**
FUERZA EN SU TRABAJO

 **BAYER**
Bayer Environmental Science

 **VEGA**
LA RESPUESTA DEL FERRETERO

 **Corporación SYJ**

 **HELVEX**
garantía de calidad

 **BEKAERT**
better together

 **VERTICE**





Sistema S para acometida

Avalada por el Código Eléctrico. Consiste en un break termomagnético, con una caja metálica para evitar el robo.



Sistema S para acometidas

con una protección a intemperie, con una caja de poliéster, especial para zonas tropicales, que no deja entrar polvo ni agua. Autoextinguible.



Sistema S para acometidas,

con una protección para interiores, donde no haya contacto con agua. Autoextinguible.

Distribuye: Elektrosistemas • Tel.: (506) 2456-2020



Soldador Imacasa 250A

110/220 V, corriente alterna, indicador Led para encendido, fusible con protección, aislamiento de bobina de poliéster aglutinado para mayor protección. Peso 24.5 kg, uso profesional, 1 año de garantía.



Calentador de agua no presurizado.

Stiebel Eltron. Protección contra choque eléctrico, sistema anti escaldado con termostato automático de corte, funciona incluso en áreas de baja presión de agua, tanque de cobre libre de mantenimiento, a prueba de salpicaduras (IP25), regulador de temperatura, 5 posiciones: rain, jumbo, mix, massage, mist.



Compresor Imacasa.

Válvula de seguridad o de alivio, manómetros de presión en cada salida (0-180 psi), bomba y pistón lubricado para mayor duración, interruptor de apagado automático y manual, interruptor automático termomagnético para protección de sobrecalentamiento. Uso recomendado industrial ligero.

Distribuye: Imacasa
Tel: (506) 2293-4479

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



Interruptor a control remoto.

Luz led, inalámbrico, se puede encender de forma manual o a control remoto. Ideal para cocinas o closets.

Distribuye: Avelec • Tel: (506) 2227-0174



Linterna sola GP Solar

100 luminous, amigable con el ambiente, tres niveles de intensidad, dura hasta 12 horas en su intensidad mínima. Viene con panel solar, ideal para acampar o cuando se va la luz. Resistente al agua.



Filtro Purificador regulador.

Regulador con filtro coalescente (0,01 micra), Doble filtrado con una óptima regulación de caudal y presión, reteniendo agua e impurezas, con lo que consigue purificar el aire un 99%.

*Distribuye: Comercializadora Automotriz
Tel: (506) 2494-3967*



Nuevo arrancador Gladiator

Capaz de arrancar hasta 7 veces, un carro de 2000 cc. Sirve como cargador para celular, y foco.



Herramientas de jardinería

Nuevas herramientas para jardinería a batería inalámbrica de DeWalt.



Pilas de polietileno Eco Sensei.

Ergonómicas, resistentes a impactos y a la intemperie, fáciles de transportar e instalar, ideales para interiores y exteriores. En presentaciones de una batea, doble batea o compacta.

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

*Distribuye: La Casa del Tanque
Tel: (506) 2227-3700*

Seducido por el **EMPRENDEDURISMO**

De la noche a la mañana cayó en la crisis de quedarse sin empleo, pero vio una oportunidad en la ferretería, la tomó y hoy lleva casi 2 años, a la cabeza de un negocio de más de 500 m2.

Era una mañana tranquila, de esas en las que nadie sospecha que sobre uno pesa una decisión fuerte, sin embargo, si la pedrada está para uno, no hay quite...

Entonces, vino la noticia que lo dejó sin trabajo de un momento a otro. Aunque joven, sintió que todo se acababa...

Sin embargo, cuando se es pescador y de un lado se tiene la caña y del otro la carnada, no queda más que emprender el viaje y buscar el sustento. Para Bryan Mayorga, de la noche a la mañana, tener que dejar el puesto en la entidad bancaria, fue el trampolín que lo puso y lo "transformó" en ferretero, y hoy es dueño de Ferretería y Pinturas El Jorón.

"Cuando me despidieron del banco, y sin derecho a nada, me asocié con mi suegro Salvador Arley, y compramos el Centro de Pinturas el Jorón, con énfasis en automotriz", dice Mayorga.

"Fue cuando empezamos a ver que los clientes presentaban necesidades

que no eran solventadas cuando pedían, por ejemplo, discos, brocas, martillos y otras cosas. Entonces, fue cuando el local se nos hizo pequeño, y decidimos pasarnos a uno más grande", agrega.

Afirma que tuvieron un crecimiento bastante acelerado, gracias en parte, a que tenían cuatro agentes visitando clientes, y uno de ellos se encargaba de las empresas, "lo que nos dio para tener una cartera muy buena de clientes".

Así, asegura que gracias a eso, han conocido y entrado a vender a centros comerciales, universidades, y otras empresas.



Mayorga dice que los proveedores son la mano derecha del negocio. Ese día, lo acompañaba Ronny Torrentes, Gerente General de Impafesa.



Un monstruo...

Bryan lleva en este negocio un año y ocho meses, y dice que no ha sido nada fácil. “Es tomar riesgos y decisiones, muchas veces contra el tiempo. Por ejemplo, tomar un capital e invertirlo en tubería industrial sin saber que vaya a resultar”.

Dice que no se siente ferretero, y lo poco que sabe lo ha tenido que aprender a puro golpe, pero que se ha rodeado de gente de experiencia y con conocimiento en ciertas áreas del negocio y que han terminado enseñándole lo que hoy sabe. “Nuestra gente nos ha ayudado a salir adelante”, cometa Mayorga.

“Haber tenido que salir del banco, es lo mejor que me ha pasado hasta el momento, porque me abrió las puertas para tener un negocio propio, y saber de lo que era capaz”.

Para Bryan tener que lidiar con el riesgo, es parte del empeño que hay que ponerle a un negocio. “Hay que creérsela, aunque a uno le digan que está loco. Detrás de una decisión viene la parte de trabajar duro para que la meta se cumpla”.

Ya en la parte de negocio, dice que tuvo que usar todos sus conocimientos en ventas para impulsar la tienda. “Yo era supervisor de ventas, y ayudaba a que otros compañeros de trabajo lograran las cosas, por lo que tuve que implementar esas mismas estrategias y conocimientos que enseñaba”.

Hoy, incluso, se ha inyectado de creatividad, y logró integrar un sistema de puntos -Jorones Cash Back- para clientes frecuentes, que son canjeables por regalos en varias épocas del año. “Eso ha hecho que muchos clientes vengan y nos pregunten. Siento que vamos por buen camino. Para mí, El Jorón es un monstruo pequeño”.

Bryan Mayorga es un ferretero joven que encontró en el negocio, su lado emprendedor y un modo de vida en el que juega con el riesgo a diario.

Lista de Anunciantes

Empresa	Contacto	Cargo	Teléfono	Fax	email
Imacasa Costa Rica	Mario Monterroza	Gerente General	2293-2780	2293-4673	mmonterroza@imacasa.com
Sur Química	Eduardo Gamboa	Gerentes Ventas	2211-3400	2256-0690	egamboa.s@gruposur.com
Lanco Harris Manufacturing	Ignacio Osante	Gerente General	2438-2257	2438-2162	lancoyharris@racsa.co.cr
INTACO	Roger Jiménez	Gerente Comercial	2211-1717	2221-2851	roger.jimenez@intaco.com
Conducen (General Cable)	Tanya Bogantes	Analista de Mercadeo	2298-4800 / 2298-4949	N.D	tanya.bogantes@generalcable.co.cr
Impafesa	Ronny Torrentes	Gerente General	2235-8271	2235-8292	elamigoferretero@ice.co.cr
Vertice Diseños, S.A.	Eitan Rosenstock	Gerente General	2256-6070	2257-4616	info@verticecr.com
Corporación Almotec	William Alfaro	Gerente General	2528-5454	N.D	william.alfaro@almotecr.com
Plastimex, S.A	Alvaro Castro	Gerente de Mercadeo y Ventas	2453-1251	N.D	acastro@plastimexsa.com
Transfesa	Central de Ventas		2210-8906	N.D	ventas@transfesacr.com
Capris, S.A	Peter Ossenbach	Gerente General	2519-5000	2520-1579	peter.ossenbach@capris.co.cr
Universal de Tornillos	Oscar Castellanos	Gerente General	2243-7676	2256-4090	gerencia@unitorni.com
Tornillos la Uruca	Diego García	Gerente de Ventas	2256-5212	N.D	dgarcia@tornilloslauruca.com
Torcasa	Alí Cantillo	Ventas	2221-6363	N.D	acantillo@torcasa-cr.com
Importadora America	Erick Bermúdez	Gerente General	2292-2424	N.D	gerencia@iamericacr.com

LAS BUENAS DECISIONES LE ACOMPAÑAN TODA LA VIDA.

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

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

Adquíralas con nuestros distribuidores autorizados en todo el país



PLASTIMEX
SERVICIO • VARIEDAD • CALIDAD



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



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



 **General Cable**
conducen

UNA COMPAÑÍA
CONECTANDO AL MUNDO

Costa Rica: 2298-4800 - info.centroamerica@generalcable.co.cr
www.generalcable.com

NUESTRAS MARCAS:



**CAROL
BRAND**

Yo confío en

SUR[®]

*Promoción válida hasta el 31 de Octubre de 2015. Esta promoción no aplica con otras promociones ni descuentos.



OFERTA

₡ 15.000^{i.v.i.}

Precio regular:
Corrostyl ₡21.409 i.v.i. • Corrostop ₡20.729 i.v.i.

suroferta.com

